

# 2018年中国新能源汽车行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国新能源汽车行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/330519330519.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

一、政策效应之一：上半年可能出现 200 续驶里程以下的车型及客车抢装，但电池降价是大幅抢装的前提

2018 年补贴政策的主要特色是安排了 4 个月的过渡期。而这段过渡期内，续驶里程在 200 公里以下与 200 公里以上车型的补贴情况是明显分化的，主要表现为 200 公里以下车辆过渡期补贴远高于正式补贴，而 200 公里以上车辆过渡期补贴低于或基本持平于正式补贴。例如，续驶里程在 150 到 200 公里之间的车辆过渡期补贴为 2 万（不考虑系数），而正式补贴仅为 1.5 万，同比大幅下滑 40%。而以 250 到 300 公里之间的车辆为例，其过渡期补贴仅为 3.1 万（不考虑系数），而正式补贴为 3.4 万，同比反而上升了近 10%。

从车企的角度考虑，其更可能为了过渡期相对较高的补贴去生产 200 公里以下的车辆，而 200 公里及以上的车辆可以延后到过渡期后生产销售，以获得更高的补贴。

图表：乘用车补贴变化幅度明细

同样的，客车生产厂商在过渡期内的补贴下调幅度普遍为 30%，而正式版的下调幅度为 40%，因为过渡期内可能有一定的抢装冲动。但由于调整幅度差距不大，抢装可能不会很明显。

图表：客车补贴变化幅度明细

而，过渡期的存在仅为上述车型抢装的必要条件，并非充分条件。也就是说，对于 200 公里以下乘用车及客车而言，尽管过渡期的补贴条件的确优于正式补贴，并不意味着车企一定有动力抢装，因为即使是过渡期补贴仍大幅低于 2017 年补贴水平。

我们认为过渡期出现大幅抢装的另一必要条件是上半年电池继续大幅度降价。车企在选择是否生产某类车型时，电动化的成本与收益是其考虑的出发点。2017 年 150 公里及以下续驶里程的 A00 车型销量高达 30.27 万辆，占乘用车比例达到了 54%。这根本上是因为 2017 年国家对于 250 公里及以下的车型补贴力度很大。我们选择了三款畅销的 A00 车型来计算其成本收益，分别为北汽 E180、长安奔奔 EV、众泰云 S100，发现补贴几乎完全覆盖了这类车型的电池成本，甚至略有盈余，因而导致车企纷纷加码产量。加上补贴后价位普遍在 5-7 万之间，因而终端需求非常旺盛。

考虑到过渡期补贴仅能够覆盖该类车型电池成本的 60%-72%，电池成本必须大幅下降才能够令车企达到与 2017 年类似的情况。假设电池成本平均下降 30%，车企能够完全达到 2017 年的盈利水平；假设电池成本平均下降 20%，补贴能够覆盖 74%-91% 左右的电池成本，每辆车相对于 2017 年少受益 5000 元左右，折合 3% 左右的毛利率下降，仍在可接受范围内。几乎可以肯定的时候，如果不能够有效地提升其续驶里程，在 6 月补贴开始正式执行时，车企几乎没有动力生产这类车型。因为即使电池成本下降 30%，正式补贴仅能够覆盖电池成本的 62.09%、50.42%、57.49%。

图表：电池成本下降 20%-30% 情况，过渡期 A00 车抢装动力足

非常有意思的是，过渡期高续航里程的车型其补贴力度是小于正式补贴的。为何四部委不在托底 A00 车型销量的同时，通过加大补贴鼓励高续航里程车型的生产销售呢？这可能是因为如果这样做，补贴给财政带来的压力会非常大，车企在上半年同时要冲 A00 和高续航里程车型的销量，生产与开发难度也较大。政策在有意引导市场由低续航里程向高续航里程的平稳过渡。

图表：高续航里程车型过渡期补贴低于执行期补贴，说明为6月之后重点推广车型，不是缓冲期的重点

二、政策效应之二：下半年关键词为升级，续航里程 250 公里以上的车辆放量潜力更大，补贴目录预示补贴政策对于能量密度及续航能力的要求可以实现

补贴政策的第二大效应，促使车辆在续航里程的升级，将在过渡期后释放出来。因为在过渡期后，250公里以上车型的正式补贴将超过过渡期补贴，无需再打折扣。此前在过渡期没有明显冲量效应的 250-300、300-400、400 公里以上等车型会有不同程度的数量释放。其中，300-400、400 公里以上的车型释放潜力巨大，因为其执行期的正式补贴在电池成本下降 30%的情境下能够完全覆盖电池成本，并且车企有所盈余，在电池成本下降 20%的情境下仍能够覆盖 90%以上成本。补贴力度的加大一旦令车企认为有利可图，将大大改变其生产决策。而在过渡期没有冲量效应的 200-250 公里车型（过渡期补贴为 2.5，正式补贴为 2.4，无太大差别），在正式执行阶段可能仍不会有放量，因为其补贴下滑幅度达到了 33%，远高于 250 公里以上车型，这档产品在 2017 年不是政府扶植重点，2018 年大概率仍不会是。

与此同时，在正式补贴期，由于补贴系数达到 1.1 的条件由 120WH/kg 提升至 140WH/kg，同时新增 160WH/kg 档、系数达到了 1.2，我们判断这将促进车企继续努力提升其能量密度，以获得更高补贴系数。

图表：正式补贴大大有利于 300 以上车型，对于 200-250 车型作用不明晰

应该说对于 250 公里续航里程以上的中高端新能源车而言，本次补贴政策设置的门槛要求较为务实。从工信部 2018 年第一批推荐目录来看，车辆能量密度和续航里程提升的速度很快。2018 年第一批目录能量密度在 140 以上的车型占比由 2017 年 10-12 批的 21.05% 快速提升至 36%，而 140 以下的从 71%降至 60%。2018 年第一批目录续航里程在 250 公里以上的车型占比由 2017 年 10-12 批的 60%提升至 70%，200 公里以下车型占比由 31%降至 4%。这说明大量车企正在积极为新的补贴政策作出调整，并且有能力在短期内达到高补贴标准要求。

图表：2018 年第一批推荐目录中 140 以上能量密度占比大大提升

图表：2018 年第一批推荐目录中200 以上续航里程车辆大大提升

观研天下发布的《2018年中国新能源汽车行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息

中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、新能源汽车T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国新能源汽车行业发展概述

#### 第一节 新能源汽车行业发展情况概述

- 一、新能源汽车行业相关定义
- 二、新能源汽车行业基本情况介绍
- 三、新能源汽车行业发展特点分析

#### 第二节 中国新能源汽车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、新能源汽车行业产业链条分析
- 三、中国新能源汽车行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国新能源汽车行业生命周期分析

- 一、新能源汽车行业生命周期理论概述
- 二、新能源汽车行业所属的生命周期分析

#### 第四节 新能源汽车行业经济指标分析

- 一、新能源汽车行业的赢利性分析
- 二、新能源汽车行业的经济周期分析
- 三、新能源汽车行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国中新能源汽车行业进入壁垒分析

- 一、新能源汽车行业资金壁垒分析
- 二、新能源汽车行业技术壁垒分析
- 三、新能源汽车行业人才壁垒分析
- 四、新能源汽车行业品牌壁垒分析
- 五、新能源汽车行业其他壁垒分析
- 第二章 2015-2017年全球新能源汽车行业市场发展现状分析
  - 第一节 全球新能源汽车行业发展历程回顾
  - 第二节 全球新能源汽车行业市场区域分布情况
  - 第三节 亚洲新能源汽车行业地区市场分析
    - 一、亚洲新能源汽车行业市场现状分析
    - 二、亚洲新能源汽车行业市场规模与市场需求分析
    - 三、亚洲新能源汽车行业市场前景分析
  - 第四节 北美新能源汽车行业地区市场分析
    - 一、北美新能源汽车行业市场现状分析
    - 二、北美新能源汽车行业市场规模与市场需求分析
    - 三、北美新能源汽车行业市场前景分析
  - 第五节 欧盟新能源汽车行业地区市场分析
    - 一、欧盟新能源汽车行业市场现状分析
    - 二、欧盟新能源汽车行业市场规模与市场需求分析
    - 三、欧盟新能源汽车行业市场前景分析
  - 第六节 2018-2024年世界新能源汽车行业分布走势预测
  - 第七节 2018-2024年全球新能源汽车行业市场规模预测
- 第三章 2015-2017年中国新能源汽车产业发展环境分析
  - 第一节 我国宏观经济环境分析
    - 一、中国GDP增长情况分析
    - 二、工业经济发展形势分析
    - 三、社会固定资产投资分析
    - 四、全社会消费品零售总额
    - 五、城乡居民收入增长分析
    - 六、居民消费价格变化分析
    - 七、对外贸易发展形势分析
  - 第二节 中国新能源汽车行业政策环境分析
    - 一、行业监管体制现状
    - 二、行业主要政策法规
  - 第三节 中国新能源汽车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、新能源汽车环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国新能源汽车行业运行情况

第一节 中国新能源汽车行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国新能源汽车行业市场规模分析

第三节 中国新能源汽车行业供应情况分析

第四节 中国新能源汽车行业需求情况分析

第五节 中国新能源汽车行业供需平衡分析

第六节 中国新能源汽车行业发展趋势分析

第五章 中国新能源汽车所属行业运行数据监测

第一节 中国新能源汽车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国新能源汽车所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国新能源汽车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

## 第六章 2015-2017年中国新能源汽车市场格局分析

### 第一节 中国新能源汽车行业竞争现状分析

#### 一、中国新能源汽车行业竞争情况分析

#### 二、中国新能源汽车行业主要品牌分析

### 第二节 中国新能源汽车行业集中度分析

#### 一、中国新能源汽车行业市场集中度分析

#### 二、中国新能源汽车行业企业集中度分析

### 第三节 中国新能源汽车行业存在的问题

### 第四节 中国新能源汽车行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国新能源汽车行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2015-2017年中国新能源汽车行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国新能源汽车行业消费特点

### 第二节 中国新能源汽车行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 新能源汽车行业成本分析

### 第四节 新能源汽车行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国新能源汽车行业价格现状分析

### 第六节 中国新能源汽车行业平均价格走势预测

#### 一、中国新能源汽车行业价格影响因素

#### 二、中国新能源汽车行业平均价格走势预测

#### 三、中国新能源汽车行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国新能源汽车行业区域市场现状分析

### 第一节 中国新能源汽车行业区域市场规模分布

## 第二节 中国华东地新能源汽车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区新能源汽车市场规模分析
- 四、华东地区新能源汽车市场规模预测

## 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区新能源汽车市场规模分析
- 四、华中地区新能源汽车市场规模预测

## 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区新能源汽车市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国新能源汽车行业竞争情况

### 第一节 中国新能源汽车行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国新能源汽车行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国新能源汽车行业竞争环境分析（新能源汽车T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 新能源汽车行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

## 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国新能源汽车行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国新能源汽车行业未来发展前景分析

#### 一、新能源汽车行业国内投资环境分析

#### 二、中国新能源汽车行业市场机会分析

#### 三、中国新能源汽车行业投资增速预测

### 第二节 中国新能源汽车行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国新能源汽车行业市场发展预测

#### 一、中国新能源汽车行业市场规模预测

#### 二、中国新能源汽车行业市场规模增速预测

#### 三、中国新能源汽车行业产值规模预测

#### 四、中国新能源汽车行业产值增速预测

#### 五、中国新能源汽车行业供需情况预测

### 第四节 中国新能源汽车行业盈利走势预测

#### 一、中国新能源汽车行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国新能源汽车行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国新能源汽车行业投资风险与营销分析

### 第一节 新能源汽车行业投资风险分析

#### 一、新能源汽车行业政策风险分析

#### 二、新能源汽车行业技术风险分析

#### 三、新能源汽车行业竞争风险分析

#### 四、新能源汽车行业其他风险分析

### 第二节 新能源汽车行业企业经营发展分析及建议

#### 一、新能源汽车行业经营模式

二、新能源汽车行业销售模式

三、新能源汽车行业创新方向

第三节 新能源汽车行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国新能源汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源汽车行业品牌战略分析

一、新能源汽车企业品牌的重要性

二、新能源汽车企业实施品牌战略的意义

三、新能源汽车企业品牌的现状分析

四、新能源汽车企业的品牌战略

五、新能源汽车品牌战略管理的策略

第二节 中国新能源汽车行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国新能源汽车行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国新能源汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源汽车行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国新能源汽车行业定价策略分析

第二节 中国新能源汽车行业营销渠道策略

一、新能源汽车行业渠道选择策略

二、新能源汽车行业营销策略

第三节中国新能源汽车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新能源汽车行业重点投资区域分析

二、中国新能源汽车行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/330519330519.html>