

2018年中国新能源车市场分析报告- 行业深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国新能源车市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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/327930327930.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

2017年版的国补政策在2016年12月30日正式出台。纯电动乘用车按续航里程不同分别补贴2万、3.6万、4万元；客车补贴方式变化较大，按照车辆类型设置不同补贴标准，其中非快充纯电动客车度电补贴1800元/kWh；专用车以带电量30kWh、50kWh为界分别补贴1500元/kWh、1200元/kWh和1000元/kWh。

2017年补贴退坡致使整车产量结构显著调整，客车占比下滑，乘用车占比提升，专用车增长迅速。据中汽协数据，新能源客车在此次调整中退坡幅度最大，加之前期市场渗透率较高，2017年1-11月较同期产量下滑32%。乘用车受益于一线城市限牌挤出效应及三四线城市A00车型占有率提升，2017年1-11月较同期产量上涨59%。由于快递等内生市场需求，专用车显著增长，2017年1-11月较同期产量上涨264%。

图：新能源汽车分车型产量占比图：16-17年同期分车型产量变化（万辆）

2018年版的国补政策在2月13日正式出台。根据财政部公布的补贴细则，2018年补贴政策调整要点概括如下：1）乘用车补贴由三挡调为五档，取消对续航里程150公里以下车型的补贴，150-300公里车型分别下调约20%-50%不等；300-400公里以及400公里以上车型补贴分别上调约2%-14%不等；2）新能源客车门槛大幅提升，补贴上限从30万下降至18万，度电补贴基准下降约30%；3）新能源专用车补贴上限下降约30%，度电补贴基准下降约40%。

具体来看，乘用车方面，倒逼平均单车带电提升，强化车型品质升级。乘用车新版政策相对2017年政策更加细化续航里程档次，从根据100/150/250km划分细化为150/200/250/300/400km划分，同时设定单车度电补贴上限为1200元/kWh。新版政策下对于高端乘用车补贴额度仍有提升，考虑补贴系数，相应单车补贴上限从4.84万元（4万元 \times 1.1）提升至6.6万元（5 \times 1.1 \times 1.2），提升36%。

对于续航里程300km以上车型单车补贴均有提升，高端A级乘用车型补贴力度加大——300-350km车型从4.4万元提升至4.5万元，400km以上车型从4.4万元提升至5万元。对于150-300km车型补贴下调幅度在20-60%之间——250-300km车型单车补贴从4.4万元调至3.4万元（降幅23%），200-250km车型从3.6万元调至2.4万元（降幅33%），150-200km车型从3.6万元调至1.5万元（降幅58%），对于A00级车型补贴退坡幅度最大，然而从2017年推广目录申报车型信息可以看出，A00车型面对新版政策调整未雨绸缪，里程从150-200km区间升级至200-300km区间，消化补贴退坡冲击，同时单车带电量有所提升，例如北汽EC180（续航里程158km）升级至EC220（续航里程206km），知豆D2续航里程155km升级至255/315km，上汽通用五菱E100从续航里程155km升级200/205km。由于2017年150km以下车型并未形成实质产销，因此取消补贴对市场不构成实质影响。

新版补贴政策继续加强对纯电动乘用车技术指标的考核和鼓励：（1）纯电动工况法续

驶里程下限从100km上调至150km，提升准入门槛；（2）对于电池组能量密度要求更加严格，加强高能量密度的政策引导方向，高镍三元以及软包电池路线将加快商业化应用。纯电动系统能量密度下限从90Wh/kg提升至105Wh/kg，105-120Wh/kg车型按0.6倍补贴，120-140Wh/kg按1倍补贴，140-160Wh/kg按1.1倍补贴，160Wh/kg及以上按1.2倍补贴，相比2017年政策120Wh/kg以上按1.1倍补贴，对于能量密度要求更加严苛；（3）新增百公里电耗量指标作为补贴系数依据，鼓励降低电耗水平。百公里耗电量优于门槛0-5%车型按0.5倍补贴，优于门槛5-25%按1倍补贴，优于门槛25%以上的车型按1.1倍补贴。

按整车整备质量（m）不同，工况条件下百公里耗电量（Y）应满足以下门槛条件：m ≤ 1000kg时， $Y \geq 0.0126 \times m + 0.45$ （2017年版本： $Y \geq 0.014 \times m + 0.5$ ）；1000 < m ≤ 1600kg时， $Y \geq 0.0108 \times m + 2.25$ （2017年版本： $Y \geq 0.012 \times m + 2.5$ ）；m > 1600kg时， $Y \geq 0.0045 \times m + 12.33$ （2017年版本： $Y \geq 0.005 \times m + 13.7$ ）。

表：新能源乘用车调整方案

客车方面，鼓励技术水平提升消化补贴退坡。新能源客车整体补贴退坡幅度较大，退坡幅度30-50%——度电补贴非快充类从1800元/kWh调至1200元/kWh（降幅33%），快充类从3000元/kWh调至2100元/kWh（降幅30%），插电混动从3000元/kWh调至1500元/kWh（降幅50%），其中三类客车10m以上车型补贴上限分别从30/20/15万元下调至18/13/7.5万元（降幅40%/35%/50%）。

另外，单车补贴上限可享受补贴系数，鼓励车企以技术升级方式缓冲补贴下滑，以10m以上非快充类纯电动客车为例，旧版政策下单车补贴上限30万元，新版补贴政策下如果满足能量密度和Ekg要求下可获得1.21倍补贴，即补贴上限21.78万元（18万元×1.1×1.1），相比30万元补贴仅退坡27.4%。

客车相关技术指标也继续得到强制提升：（1）非快充类纯电动客车电池系统能量密度下限从85Wh/kg提升至115Wh/kg，若135Wh/kg以上则可获得1.1倍补贴，插电混动客车节油率水平下限从40%提升至60%；（2）单位载质量能量消耗量（Ekg）上限从0.24Wh/kmkg下调至0.21Wh/kmkg，并且新引入高补贴系数，0.15Wh/kmkg及以下车型按1.1倍补贴。

表：2018年新版新能源客车补贴方案 表：2017年旧版新能源客车补贴方案

专用车方面，退坡幅度符合预期，技术考核全面加强。专用车补贴上限从15万元调至10万元（降幅33%），30度电以下、30-50度电和50度电以上部分的度电补贴分别从1500/1200/1000元/kWh下调至850/750/650元/kWh（降幅43%/37.5%/35%）。

专用车技术门槛得到全面提高，充分贯彻新版补贴政策整体思路：（1）系统能量密度下限从85Wh/kg提升至115Wh/kg；（2）单位载质量能量消耗量（Ekg）上限从0.5Wh/kmkg下调至0.4Wh/kmkg，对0.35-0.4 Wh/kmkg按0.2倍补贴，对0.35Wh/kmkg及以下的按1倍补贴；（3）作业类纯电动专用车吨百公里电耗（按试验质量）上限从13kWh下调至8kWh。

。

表：2018年新版新能源专用车补贴方案 表：2017年旧版新能源专用车补贴方案

观研天下发布的《2018年中国新能源车市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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年中国新能源车行业发展概述

第一节 新能源车行业发展情况概述

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

第二节 中国新能源车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、新能源车行业产业链条分析
- 三、中国新能源车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国新能源车行业生命周期分析

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

第四节 新能源车行业经济指标分析

- 一、新能源车行业的赢利性分析

二、新能源车行业的经济周期分析

三、新能源车行业附加值的提升空间分析

第五节 国中新新能源车行业进入壁垒分析

一、新能源车行业资金壁垒分析

二、新能源车行业技术壁垒分析

三、新能源车行业人才壁垒分析

四、新能源车行业品牌壁垒分析

五、新能源车行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球新能源车行业市场发展现状分析

第一节 全球新能源车行业发展历程回顾

第二节 全球新能源车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新能源车行业地区市场分析

一、亚洲新能源车行业市场现状分析

二、亚洲新能源车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲新能源车行业市场前景分析

第四节 北美新能源车行业地区市场分析

一、北美新能源车行业市场现状分析

二、北美新能源车行业市场规模与市场需求分析

三、北美新能源车行业市场前景分析

第五节 欧盟新能源车行业地区市场分析

一、欧盟新能源车行业市场现状分析

二、欧盟新能源车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟新能源车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界新能源车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球新能源车行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国新能源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 中国新能源车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、新能源车环境分析

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年中国新能源车行业运行情况

第一节 中国新能源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 中国新能源车行业市场规模分析

第三节 中国新能源车行业供应情况分析

第四节 中国新能源车行业需求情况分析

第五节 中国新能源车行业供需平衡分析

第六节 中国新能源车行业发展趋势分析

第五章 中国新能源车所属行业运行数据监测

第一节 中国新能源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年中国新能源车市场格局分析

第一节 中国新能源车行业竞争现状分析

一、中国新能源车行业竞争情况分析

二、中国新能源车行业主要品牌分析

第二节 中国新能源车行业集中度分析

一、中国新能源车行业市场集中度分析

二、中国新能源车行业企业集中度分析

第三节 中国新能源车行业存在的问题

第四节 中国新能源车行业解决问题的策略分析

第五节 中国新能源车行业竞争力分析

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年中国新能源车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国新能源车行业消费特点

第二节 中国新能源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 新能源车行业成本分析

第四节 新能源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 中国新能源车行业价格现状分析

第六节 中国新能源车行业平均价格走势预测

一、中国新能源车行业价格影响因素

二、中国新能源车行业平均价格走势预测

三、中国新能源车行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国新能源车行业区域市场现状分析

第一节 中国新能源车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地新能源车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新能源车市场规模分析

四、华东地区新能源车市场规模预测

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、华中地区新能源车市场规模分析

四、华中地区新能源车市场规模预测

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、华南地区新能源车市场规模分析

第九章 2015-2017年中国新能源车行业竞争情况

第一节 中国新能源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 中国新能源车行业竞争环境分析（新能源车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年中国新能源车行业发展前景分析与预测

第一节 中国新能源车行业未来发展前景分析

一、新能源车行业国内投资环境分析

二、中国新能源车行业市场机会分析

三、中国新能源车行业投资增速预测

第二节 中国新能源车行业未来发展趋势预测

第三节 中国新能源车行业市场发展预测

一、中国新能源车行业市场规模预测

二、中国新能源车行业市场规模增速预测

三、中国新能源车行业产值规模预测

四、中国新能源车行业产值增速预测

五、中国新能源车行业供需情况预测

第四节 中国新能源车行业盈利走势预测

一、中国新能源车行业毛利润同比增速预测

二、中国新能源车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国新能源车行业投资风险与营销分析

第一节 新能源车行业投资风险分析

一、新能源车行业政策风险分析

二、新能源车行业技术风险分析

三、新能源车行业竞争风险分析

四、新能源车行业其他风险分析

第二节 新能源车行业企业经营发展分析及建议

一、新能源车行业经营模式

二、新能源车行业销售模式

三、新能源车行业创新方向

第三节 新能源车行业应对策略

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年中国新能源车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源车行业品牌战略分析

一、新能源车企业品牌的重要性

二、新能源车企业实施品牌战略的意义

三、新能源车企业品牌的现状分析

四、新能源车企业的品牌战略

五、新能源车品牌战略管理的策略

第二节 中国新能源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年中国新能源车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源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 中国新能源车行业定价策略分析

第二节中国新能源车行业营销渠道策略

一、新能源车行业渠道选择策略

二、新能源车行业营销策略

第三节中国新能源车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新能源车行业重点投资区域分析

二、中国新能源车行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/327930327930.html>