

2017-2022年中国汽车电池管理系统行业市场发展 现状及十三五发展机会分析报告

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《2017-2022年中国汽车电池管理系统行业市场发展现状及十三五发展机会分析报告》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/278214278214.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

电池管理系统（BATTERYMANAGEMENTSYSTEM），电动汽车电池管理系统（BMS）是连接车载动力电池和电动汽车的重要纽带，其主要功能包括：电池物理参数实时监测；电池状态估计；在线诊断与预警；充、放电与预充控制；均衡管理和热管理等。

电动车未来将以锂电池为主要动力驱动来源，主因在于锂电池有高能量密度优势，所以性能较为稳定。然而锂电池大量生产时品质不易掌握，电池芯出厂时电量即存在些微差异，且随着操作环境、老化等因素，电池间不一致性将愈趋明显，电池效率、寿命也都将变差，再加上过充或过放等情况，严重时可能导致起火燃烧等安全问题。因此，透过电池管理系统（BMS）能准确量测电池组使用状况，保护电池不至于过度充放电，平衡电池组中每一颗电池的电量，以及分析计算电池组的电量并转换为驾驶可理解的续航力信息，确保动力电池可安全运作。

2012年全球电池管理系统（BMS）市场产值成长逾10%，2013年至2015年成长幅度将大幅跃升至25-35%。现阶段不论是整车厂、电池厂、还是相关车电零组件厂均投入电池管理系统（BMS）研发，以求掌握电动车产业的关键技术，由于车厂是电池管理系统的使用者，车厂多偏好使用本身的软件处理，并以专门的厂规控管，以维持操作弹性。电池管理系统（BMS）产业发展可能类似锂电池，车厂为掌握关键技术，会与长期合作供货商密切合作产品开发，对新进厂商切入难度高。因此，未来新进厂商欲切入车厂供应链，除与相关供应链强化合作关系外，针对需求打造客制化方案，才有机会抢得先机。

行业利好政策促2016高速增长，未来五年将步入平稳增长期。汽车行业的上下游产业链延伸至实体经济的诸多方面，是国民经济发展的中流砥柱，过去的十年中汽车工业总产值占GDP中工业总产值的比重稳步提升，2015年占GDP中工业总产值的比重超过12%，对经济平稳运行有较强的带动作用，因此国家也极为重视政策护航。受益于去年起实施的购置税优惠政策对于乘用车销量的带动，2016年1-10月我国已实现汽车销量2200万辆，同比增长13.8%，全年汽车总销量有望超过2700万辆；预计未来5年我国汽车产销量将保持近5%的复合增速，至2020年有望突破3300万辆。

2005-2015年我国汽车工业总产值占GDP比重逐年提升

2014-2016年1-10月中国汽车总销量稳步增加

2017年中国汽车保有量预测

中国报告网发布的《2017-2022年中国汽车电池管理系统行业市场发展现状及十三五发展机会分析报告》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。

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。

第一章 全球化中的国际汽车市场

第一节 印尼汽车市场

- 一、印尼人口规模分析
- 二、印尼汽车市场产销分析
- 三、印尼汽车保有量分析
- 四、印尼主要汽车企业及品牌
- 五、印尼汽车市场发展展望
- 六、印尼汽车产业政策

第二节 伊朗汽车市场

- 一、伊朗人口结构分析
- 二、伊朗汽车市场产销分析
- 三、伊朗汽车市场发展现状
- 四、伊朗主要汽车企业及品牌
- 五、伊朗汽车相关消费环境
- 六、伊朗汽车工业发展模式
- 七、伊朗汽车产业政策

第三节 马来西亚汽车市场

- 一、马来西亚人口结构分析
- 二、马来西亚汽车市场产销分析
- 三、马来西亚汽车保有量分析
- 四、马来西亚主要汽车企业及品牌
- 五、马来西亚汽车发展情况
- 六、马来西亚汽车政策

第四节 泰国汽车市场

- 一、泰国人口结构分析
- 二、泰国汽车市场产销分析
- 三、泰国汽车保有量分析

四、泰国主要汽车企业及品牌

五、泰国汽车产业政策

六、开拓泰国汽车市场的建议

第五节美国汽车市场

一、美国人口规模分析

二、美国汽车市场产销分析

三、美国汽车保有量分析

四、美国汽车市场发展趋势

五、美国主要汽车企业及品牌

六、美国汽车政策

第六节德国汽车市场

一、德国人口规模分析

二、德国汽车市场产销分析

三、德国汽车保有量分析

四、德国主要汽车企业及品牌

第七节日本汽车市场

一、日本人口规模分析

二、日本汽车市场产销分析

三、日本主要汽车企业及品牌

四、日本汽车产业的危局

第八节韩国汽车市场

一、韩国人口规模分析

二、韩国汽车市场产销分析

三、韩国主要汽车企业及品牌

第九节国际汽车贸易

一、全球汽车生产情况

二、全球汽车销售情况

第二章全球化中的中国汽车市场

第一节全球化与汽车行业全球化

一、全球化与汽车行业全球化概述

二、汽车行业全球化的主要内容

三、汽车行业全球化的成因分析

第二节中国汽车企业参与全球化竞争分析

一、中国汽车企业参与全球化竞争现状

二、中国汽车企业全球化竞争劣势分析

第三节中国汽车行业应对全球化发展策略

第三章中国汽车行业发展状况分析

第一节中国汽车产业政策分析

第二节中国汽车产销情况分析

一、中国汽车整体产销情况

二、中国汽车工业发展现状

第三节2016年中国汽车企业产销分析

一、2016年中国汽车集团格局分析

二、2016年中国汽车销售公司分析

第四节中国汽车保有量分析

一、中国人口规模及结构

二、民用汽车保有量情况

三、民用汽车的注册数量

四、私人汽车保有量情况

五、公路营运汽车拥有量

第五节中国汽车产业面临的挑战及对策

一、中国汽车行业自身存在的缺陷

二、中国汽车工业面临人才紧缺难题

三、中国汽车工业发展的策略分析

四、提升中国汽车工业国际竞争力策略

第四章2014-2016年中国汽车行业经济运行情况

第一节2014-2016年中国汽车行业发展分析

一、2016年中国汽车行业发展概况

二、2016年中国汽车行业发展概况

第二节2014-2016年中国汽车行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节2014—2016年中国汽车行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节2014—2016年中国汽车制造行业区域结构分析

一、华北地区汽车行业发展分析

二、东北地区汽车行业发展分析

三、华东地区汽车行业发展分析

四、华中地区汽车行业发展分析

五、华南地区汽车行业发展分析

六、西南地区汽车行业发展分析

七、西北地区汽车行业发展分析

第五节2014-2016年中国汽车制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、其他费用分析

第六节2014-2016年中国汽车制造行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第五章中国汽车进出口分析

第一节汽车行业进出口总体走势

一、汽车进出口金额分析

二、汽车进出口数量分析

三、汽车整车与零部件进出口走势

四、整车出口的金额表现较差

第二节2016年中国汽车整车进口分析

一、汽车整车进口数量增长特点

二、汽车整车进口月度走势

三、汽车整车进口国别走势

四、汽车整车进口单车均价走势

五、汽车整车各细分车型进口增长分析

六、进口轿车大排量萎缩，中小排量高增长值得关注

七、进口SUV排量也是中小型化延伸

八、进口品牌销量走势

九、进口主力车型销量走势

十、进口车级别保持相对稳定

十一、进口车型的贡献度

第三节2016年中国汽车整车出口分析

一、汽车出口增速特征

二、整车出口月度走势

三、汽车整车出口结构特征

四、季度出口单车均价走势

五、整车出口目标市场走势

六、整车出口的主要目标市场变化

七、主力出口目标国需求变化

八、出口的均价分析

第四节2016年中国汽车零部件进出口分析

一、零部件进出口额情况分析

二、零部件进货量趋势分析

三、零部件进口

四、零部件出口

第五节2016年汽车进出口市场展望

第六章汽车区域市场分析

第一节北京市汽车市场

一、北京市汽车生产情况分析

二、北京市汽车保有量分析

三、北京市汽车行业发展概述

四、北京汽车行业市场分析

第二节上海市汽车市场

一、上海市汽车生产情况分析

二、上海市汽车保有量分析

三、上海市汽车行业发展概述

四、上海市汽车行业市场分析

第三节广东省汽车市场

一、广东省汽车生产情况分析

二、广东省汽车保有量分析

三、广东省汽车行业发展概述

四、广东省汽车行业市场分析

第四节山东省汽车市场

一、山东省汽车生产情况分析

二、山东省汽车保有量分析

三、山东省汽车行业发展概述

四、山东省汽车工业发展规划

第五节江苏省汽车市场

一、江苏省汽车生产情况分析

二、江苏省汽车保有量分析

三、江苏省汽车行业发展概述

四、江苏省汽车行业市场分析

第六节吉林省汽车市场

一、吉林省汽车生产情况分析

二、吉林省汽车保有量分析

三、吉林省汽车行业发展概述

四、汽车产业发展优势及政策

第七节四川省汽车市场

一、四川省汽车生产情况分析

二、四川省汽车保有量及其增长

三、四川省汽车行业发展概述

第七章乘用车市场

第一节中国乘用车市场分析及预测

一、乘用车市场产销分析

二、乘用车市场分析

三、乘用车市场增长分析

四、跨国集团在中国乘用车市场表现

五、乘用车市场预测分析

第二节中国乘用车分车型分析

一、轿车市场产销量分析

二、MPV市场产销量分析

三、SUV市场产销量分析

四、交叉型乘用车产销情况

第八章商用车市场

第一节中国商用车市场分析及预测

一、中国商用车市场分析

二、商用车市场产销分析

三、商用车市场预测分析

第二节客车市场分析及预测

一、客车产销分析

二、大中型客车产销量分析

三、轻型客车产销量分析

四、客车产品销售区域分析

第三节载货汽车市场分析及预测

一、货车产销分析

二、皮卡销量分析

三、重型货车产销分析

四、中型货车产销分析

五、轻型货车产销分析

六、微型货车产销分析

七、载货汽车市场展望

第九章新能源汽车市场

第一节新能源汽车市场发展状况分析

一、新能源汽车发展政策分析

二、新能源汽车市场现状分析

三、新能源汽车电池技术情况

第二节新能源汽车试点城市推广情况

第三节节能和新能源汽车产销情况分析

一、节能和新能源汽车产量分析

二、节能和新能源汽车销量分析

第四节混合动力汽车市场发展分析

一、混合动力汽车市场现状分析

二、混合动力汽车研究开发情况

三、混合动力汽车发展前景分析

第十章二手车交易市场

第一节中国二手车市场概述

第二节中国二手车市场发展现状

第三节中国二手车市场的交易规模

第四节中国二手车价格与区域分布

第五节中国二手车交易的市场特点

第六节中国二手车市场存在的问题

第七节中国二手车市场发展对策

第十一章中国汽车零部件行业发展状况分析

第一节汽车零部件行业发展状况分析

一、汽车零部件行业政策分析

(一) 汽车零部件行业政策汇总

(二) 汽车零部件相关发展规划

二、汽车零部件产业发展历程

三、汽车零部件行业发展优势

四、汽车零部件产业发展现状

第二节2014-2016年汽车零部件行业经济运行状况

一、汽车零部件行业企业数量分析

二、汽车零部件行业资产规模分析

三、汽车零部件行业销售收入分析

四、汽车零部件行业利润总额分析

第二节汽车零部件供应市场发展分析

一、汽车零部件供应商状况分析

二、汽车零部件企业成本控制分析

三、汽车零部件采购供应链发展现状

四、汽车零部件采购供应链提升对策

（一）汽车零部件供应商的选择

（二）与供应商建立战略合作关系

（三）实施准时化JIT采购模式

（四）库存配送管理模式

（五）实施第三方物流模式

第三节新能源汽车零部件市场发展分析

一、新能源汽车零部件产业化分析

二、新能源汽车零部件市场现状

三、新能源汽车零部件企业发展方式

四、新能源汽车电机市场发展分析

（一）新能源汽车电机市场现状

（二）新能源汽车电机研发情况

（三）新能源汽车电机企业分析

五、新能源汽车锂电池市场发展分析

（一）新能源汽车锂电池市场现状

（二）新能源汽车锂电池产量分析

（三）新能源汽车锂电池需求分析

第四节汽车零部件企业海外并购分析

一、汽车零部件企业海外并购状况

二、汽车零部件企业海外并购方式

三、汽车零部件企业海外并购案例

四、汽车零部件企业海外并购策略

第五节汽车零部件行业发展模式分析

一、中国汽车零部件行业发展模式

- 二、国外汽车零部件行业模式比较
- 三、中国汽车零部件业模式发展方向
- 第六节汽车零部件行业存在的问题及对策
 - 一、汽车零部件行业存在问题分析
 - 二、零部件产业发展面临滞后问题
 - 三、汽车零部件产业与国外的差距
 - 四、汽车零部件产业面临双重挑战
 - 五、汽车零部件产业发展对策分析
- 第十二章中国汽车销售渠道及营销策略分析
 - 第一节中国汽车营销模式现状分析
 - 一、汽车专卖店
 - 二、汽车超市
 - 三、汽车交易市场
 - 四、汽车园区
 - 第二节汽车营销新策略分析
 - 第三节中国汽车营销存在问题分析
 - 第四节2016年汽车经销百强企业
 - 第五节中国汽车营销未来发展趋势
- 第十三章中国汽车消费者分析
 - 第一节消费者心理及行为分析
 - 一、汽车消费者消费行为分析
 - 二、潜在汽车消费者购物行为分析
 - 三、2014-2016年汽车消费趋势调查
 - 四、中国高档豪华车用户调查分析
 - 第二节2016年度汽车消费信誉度调查
 - 第三节网民汽车消费行为偏好分析
 - 第四节中国汽车信贷消费者群体分析
 - 第五节风向标人群特征分析
 - 一、消费群体注重情感年轻化时尚运动车型
 - 二、中国二三线市场将是增长主区域
 - 第六节限牌对消费者购车影响调查分析
 - 第七节北京汽车消费市场分析
 - 第八节深圳汽车消费调查分析
- 第十四章中国汽车行业竞争分析
 - 第一节2016年中国汽车行业竞争新格局

第二节中国汽车行业竞争力分析

- 一、中国汽车产业国际竞争力分析
- 二、提升中国汽车行业的竞争力措施

第三节中国汽车行业竞争趋势分析

第十五章分车型竞争格局分析

第一节中国轿车行业竞争格局

第二节国内MPV市场竞争分析

第三节国内客车市场竞争分析

第四节国内载货车市场竞争分析

- 一、2016年重型载车货竞争格局
- 二、2016年中型载货车竞争格局
- 三、2016年轻型载货车竞争格局
- 四、2016年微型载货车竞争格局

第十六章优势企业与主要品牌

第一节上海汽车集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节北汽福田汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节江铃汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节安徽江淮汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节金杯汽车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节天津一汽夏利汽车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节潍柴动力股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节比亚迪股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节吉利汽车控股有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节长城汽车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十一节海马汽车集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十二节安徽安凯汽车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十三节厦门金龙汽车集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十四节中航黑豹股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十五节华菱星马汽车（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十六节内蒙古北方重型汽车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十七节长安汽车集团有限责任公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十八节中通客车控股股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十九节扬州亚星客车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二十节 郑州宇通客车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二十一节 东风汽车集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二十二节 一汽轿车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二十三节 重庆小康工业集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二十四节 中国重汽集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二十五节 安徽奇瑞汽车有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十七章 2017-2022年中国汽车产业发展趋势及预测

第一节2017-2022年中国汽车工业面临的形势分析

第二节2017-2022年中国汽车发展趋势与前景分析

一、未来中国汽车产业发展趋势

二、未来中国汽车工业发展方向

三、未来中国汽车工业发展重点

四、未来国内汽车产业发展思考

五、未来我国汽车产业发展前景

第三节2017-2022年中国汽车行业市场预测分析

一、中国汽车产业规模预测分析

二、中国汽车市场产量预测分析

三、中国汽车市场销量预测分析

四、中国新能源车市场产销量预测分析

部分图表目录：

图表12014-2016年印尼人口总量情况统计

图表22014-2016年印尼汽车产销量情况统计

图表32014-2016年伊朗人口总量情况统计

图表42014-2016年伊朗汽车产销量情况统计

图表5伊朗本地汽车公司与外国伙伴合作情况

图表6伊朗汽车市场份额图

图表72014-2016年马来西亚人口总量情况统计

图表82014-2016年马来西亚汽车产销量情况统计

图表92014-2016年泰国人口总量情况统计

图表102014-2016年泰国汽车产销量情况统计

图表112014-2016年美国人口总量情况统计

图表122014-2016年美国汽车产销量情况统计

图表132014-2016年德国人口总量情况统计

图表142014-2016年德国汽车产销量情况统计

图表15德国主要汽车企业情况分析

图表162014-2016年日本人口总量情况统计

图表172014-2016年日本汽车产销量情况统计

图表182014-2016年韩国人口总量情况统计

图表192014-2016年韩国汽车产销量情况统计

图表202014-2016年全球汽车产量变化趋势图

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/278214278214.html>