

# 2016-2022年中国电动汽车 行业全景调研及战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国电动汽车行业全景调研及战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiche/K77161DF2V.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

如果电动汽车充电像汽油车加油一样快捷，人们的里程焦虑问题会减少很多。

在当前电池技术水平下，即使快充充电到电池容量的80%也需要30分钟，超过80%后，为保护电池安全，充电电流必须变小，充到100%的时间将更长，大概在2个小时左右。如此长的充电时间，想想平时吃饭时等座位的焦急心情，就能体会到车主急于出行又要等电量充足的窘境和无奈了。电动车的充电时间长，严重限制了电动汽车的活动范围，消费者绝对不想在半路上花费几个小时在充电上面，这就使得许多经常要长距离驾驶的人放弃了选择电动汽车。而且不得不提，长期快充对于电池的损耗加剧，这样就会造成一个无休止的恶性循环。

如果电动汽车充电桩像汽油车加油站一样遍布各地，人们的里程焦虑问题可能会淡化更多。

不少电动汽车消费者表示，除了担心没电的问题，找不到地方充电也是一个大麻烦。本来就电力不多的情况下，还要花费更多的电力去寻找一个充电桩，这无疑是火上浇油。设想一下，千辛万苦，功夫不负有心人，苦苦寻觅的车主终于找到了藏在角落里的充电站，还没高兴起来就发现，充电桩前排着三五辆车，我滴天，这画面简直不敢想象。

同样依靠于电池运作的手机，成为了人们不可缺少的日常工具，我想除了它日益满足人们需求的强大功能外，就是待机时间足够长和充电方便了。尽管也需要频繁的充电，但是手机充一次电基本可以满足人们一天的电力需求，而且就算没电了充电也方便，伴随着充电宝可以说是随时随地充电。假如一天电动汽车也是如此，那它还有什么理由不普及呢？

电动汽车行业的发展，除了充电桩的推广普及问题，电动汽车技术本身的提升也尤为关键。充电时间和续航里程作为人们挑选电动汽车的一项重要指标，“更快，更高，更强”的理念已经逐渐成为未来电动汽车的发展方向。更快充电速度，更高的续航里程，更强的汽车性能，这样才能满足大众的需求，也只有这样，才称得上真正的运动健将。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国电动汽车行业全景调研及战略咨询报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

## 第1章：中国电动汽车行业市场培育与需求预测

### 1.1 汽车业发展历史分析

#### 1.1.1 汽车行业发展历程回顾

#### 1.1.2 汽车行业发展瓶颈分析

#### 1.1.3 汽车行业固有发展思路

#### 1.1.4 红海汽车市场发展机遇

### 1.2 中国环境污染现状分析

#### 1.2.1 中国城市PM2.5来源分析

#### 1.2.2 中国汽车尾气排放量分析

#### 1.2.3 新能源在环境治理中的作用

### 1.3 电动汽车能耗优势分析

#### 1.3.1 中国燃油价格走势分析预测

#### 1.3.2 电动汽车行业能耗评价分析

#### 1.3.3 电动车相比燃油车的成本优势

### 1.4 中国电动汽车政策环境分析

#### 1.4.1 新能源汽车相关政策规划分析

#### 1.4.2 新能源汽车相关补贴政策汇总

### 1.5 电动汽车业所需锂资源储量分析

#### 1.5.1 锂资源的储量规模分析

#### 1.5.2 锂资源供给端集中度分析

#### 1.5.3 锂资源下游消费结构分析

#### 1.5.4 锂资源消费类别结构分析

#### 1.5.5 电动汽车锂需求规模分析

### 1.6 电动汽车行业市场需求分析与预测

#### 1.6.1 电动汽车行业市场需求特征分析

#### 1.6.2 电动汽车行业市场需求规模分析

#### 1.6.3 电动汽车行业市场需求趋势预测

### 1.7 电动汽车行业市场渗透率与新车型分析

#### 1.7.1 电动汽车行业销售现状分析

#### 1.7.2 电动汽车行业销售特点分析

#### 1.7.3 电动汽车行业的保有量分析

- 1.7.4 电动汽车行业销售规模分析
- 1.7.5 电动汽车行业市场渗透率分析
- 1.7.6 电动汽车行业新上市车型分析
- 1.8 电动汽车充电技术发展现状及趋势
  - 1.8.1 电动汽车发展现状及趋势分析
  - 1.8.2 电动汽车充电技术发展现状及趋势
  - 1.8.3 电动汽车充电设备及管理系统现状及趋势
- 1.9 电动汽车试点城市投资机会分析
  - 1.9.1 电动汽车主要试点城市名单分析
  - 1.9.2 电动汽车试点城市推广规模分析
  - 1.9.3 电动汽车试点城市政策补贴分析
  - 1.9.4 电动汽车试点应用推广城市策略分析
    - (1) 深圳模式：车电分离、融资租赁模式
    - (2) 杭州模式：电池租赁+换电模式
    - (3) 合肥模式：定向销售模式
    - (4) 深圳普天融资租赁模式
    - (5) 合肥江淮定向购买模式
    - (6) 杭州康迪租赁与换电模式
  - 1.9.5 电动汽车试点城市电动汽车投资机会

## 第2章：电动汽车行业基础设施建设与运营模式

- 2.1 电动汽车基础设施建设运营模式分析
  - 2.1.1 中国电动汽车基础设施建设历程
  - 2.1.2 运营模式之——公用充电站模式分析
    - (1) 公用充电站模式的主要特征
    - (2) 公用充电站模式的优点分析
    - (3) 公用充电站模式的缺点分析
    - (4) 公用充电站模式的主要障碍
    - (5) 公用充电站模式的发展前景
  - 2.1.3 运营模式之——停车场充电桩模式分析
    - (1) 停车场模式的主要特征
    - (2) 停车场模式的优点分析

(3) 停车场模式的缺点分析

(4) 停车场模式的主要障碍

(5) 停车场模式的发展前景

#### 2.1.4 运营模式之——电池更换站模式分析

(1) 电池更换站模式的主要特征

(2) 电池更换站模式的优点分析

(3) 电池更换站模式的缺点分析

(4) 电池更换站模式的主要障碍

(5) 电池更换站模式的发展前景

#### 2.1.5 中国电动汽车三类运营模式比较分析

### 2.2 电动汽车充电服务商业运营模式分析

#### 2.2.1 电动汽车充电设施发展现状及趋势

(1) 电动汽车充电站发展现状分析

1) 中国电动汽车充电站分析

2) 美国电动汽车充电站分析

3) 以色列电动汽车充电站分析

4) 日本电动汽车充电站分析

5) 法国电动汽车充电站分析

(2) 电动汽车电池交换站发展现状

1) 电池租赁充电站分析

2) 电池交换站分析

3) 电动汽车充电设施发展趋势

(3) 电动汽车充电设施发展趋势

1) 电动汽车充电设施通用化趋势

2) 电动汽车充电设施智能化趋势

3) 电动汽车充电设施集成化趋势

4) 电动汽车充电设施效益化趋势

#### 2.2.2 电动汽车充电设施建设模式

(1) 政府部门主导建设模式分析

(2) 电力企业主导建设模式分析

(3) 社会企业主导建设模式分析

(4) 电动汽车用户主导建设模式

## 2.2.3 电动汽车充电服务模式分析

- (1) 电动汽车充电服务整车充电模式
- (2) 电动汽车充电服务电池交换模式
- (3) 电动汽车充电服务模式对比分析

## 第3章：中国电动汽车行业商业模式创新与设计

### 3.1 电动汽车行业的价值主张设计

#### 3.1.1 电动汽车行业的目标客户

- (1) 消费者对电动汽车的态度分析
- (2) 消费者对行驶里程的要求分析
- (3) 消费者对充电时间的要求分析
- (4) 消费者对电动汽车价格的要求分析
- (5) 消费者接受电动汽车的关键因素分析

#### 3.1.2 电动汽车行业的价值曲线分析

#### 3.1.3 电动汽车行业的价值创新路径

- (1) 创新路径一：电动汽车的定价策略
- (2) 创新路径二：电动汽车的续航能力
- (3) 创新路径三：电动汽车的动力性能
- (4) 创新路径四：电动汽车承包使用寿命
- (5) 创新路径五：电动汽车基础设施铺设

### 3.2 电动汽车行业的价值网络设计

#### 3.2.1 电动汽车行业价值网络的结构模型

- (1) 电动汽车产业的价值网络主体
- (2) 电动汽车产业价值网络结构图

#### 3.2.2 电动汽车行业价值网络的价值活动

- (1) 电动汽车产业的技术创新
- (2) 电动汽车产业的充电服务

#### 3.2.3 电动汽车行业价值网络的运行机制

- (1) 电动汽车行业的协同运行机制
- (2) 电动汽车行业的信息共享机制
- (3) 电动汽车行业的激励与约束机制
- (4) 电动汽车行业的益共享、分享共担机制

- 3.3 电动汽车行业的盈利模式设计分析
  - 3.3.1 电动汽车行业的油电价差盈利模式
  - 3.3.2 电动汽车行业的电池租赁盈利模式
  - 3.3.3 电动汽车行业的整车租赁盈利模式
- 3.4 电动汽车行业商业模式创新SWOT分析
  - 3.4.1 电动汽车行业商业模式创新的优势分析
  - 3.4.2 电动汽车行业商业模式创新的劣势分析
  - 3.4.3 电动汽车行业商业模式创新的机会分析
  - 3.4.4 电动汽车行业商业模式创新的威胁分析
- 3.5 电动汽车行业商业模式创新战略分析
  - 3.5.1 电动汽车行业的SO战略（增长型战略）
  - 3.5.2 电动汽车行业的ST战略（多元化战略）
  - 3.5.3 电动汽车行业的WO战略（扭转型战略）
  - 3.5.4 电动汽车行业的WT战略（防御型战略）

#### 第4章：国际电动汽车行业商业化路径与模式分析

- 4.1 美国电动汽车行业商业化路径与模式分析
  - 4.1.1 美国电动汽车行业发展历程
  - 4.1.2 美国电动汽车行业市场规模
    - (1) 美国电动汽车行业产量分析
    - (2) 美国电动汽车行业销量分析
    - (3) 美国电动汽车行业利润规模
  - 4.1.3 美国充电设施建设现状分析
    - (1) 美国充电设施铺设现状分析
    - (2) 美国充电设施投资规模分析
    - (3) 美国充电设施服务模式分析
  - 4.1.4 美国电动汽车行业销售模式分析
  - 4.1.5 美国电动汽车行业运营模式分析
  - 4.1.6 美国电动汽车行业发展路径借鉴
- 4.2 英国电动汽车行业商业化路径与模式分析
  - 4.2.1 英国电动汽车行业发展历程
  - 4.2.2 英国电动汽车行业市场规模



- (1) 英国电动汽车行业产量分析
- (2) 英国电动汽车行业销量分析
- (3) 英国电动汽车行业利润规模
- 4.2.3 英国充电设施建设现状分析
  - (1) 英国充电设施铺设现状分析
  - (2) 英国充电设施投资规模分析
  - (3) 英国充电设施服务模式分析
- 4.2.4 英国电动汽车行业销售模式分析
- 4.2.5 英国电动汽车行业运营模式分析
- 4.2.6 英国电动汽车行业发展路径借鉴
- 4.3 法国电动汽车行业商业化路径与模式分析
  - 4.3.1 法国电动汽车行业发展历程
  - 4.3.2 法国电动汽车行业市场规模
    - (1) 法国电动汽车行业产量分析
    - (2) 法国电动汽车行业销量分析
    - (3) 法国电动汽车行业利润规模
  - 4.3.3 法国充电设施建设现状分析
    - (1) 法国充电设施铺设现状分析
    - (2) 法国充电设施投资规模分析
    - (3) 法国充电设施服务模式分析
  - 4.3.4 法国电动汽车行业销售模式分析
  - 4.3.5 法国电动汽车行业运营模式分析
  - 4.3.6 法国电动汽车行业发展路径借鉴
- 4.4 日本电动汽车行业商业化路径与模式分析
  - 4.4.1 日本电动汽车行业发展历程
  - 4.4.2 日本电动汽车行业市场规模
    - (1) 日本电动汽车行业产量分析
    - (2) 日本电动汽车行业销量分析
    - (3) 日本电动汽车行业利润规模
  - 4.4.3 日本充电设施建设现状分析
    - (1) 日本充电设施铺设现状分析
    - (2) 日本充电设施投资规模分析

- (3) 日本充电设施服务模式分析
- 4.4.4 日本电动汽车行业销售模式分析
- 4.4.5 日本电动汽车行业运营模式分析
- 4.4.6 日本电动汽车行业发展路径借鉴
- 4.5 以色列电动汽车行业商业化路径与模式分析
- 4.5.1 以色列电动汽车行业发展历程
- 4.5.2 以色列电动汽车行业市场规模
  - (1) 以色列电动汽车行业产量分析
  - (2) 以色列电动汽车行业销量分析
  - (3) 以色列电动汽车行业利润规模
- 4.5.3 以色列充电设施建设现状分析
  - (1) 以色列充电设施铺设现状分析
  - (2) 以色列充电设施投资规模分析
  - (3) 以色列充电设施服务模式分析
- 4.5.4 以色列电动汽车行业销售模式分析
- 4.5.5 以色列电动汽车行业运营模式分析
- 4.5.6 以色列电动汽车行业发展路径借鉴

## 第5章：全球电动车领军企业特斯拉商业模式分析

- 5.1 特斯拉电动汽车发展历程分析
- 5.1.1 特斯拉电动汽车的发展历程分析
  - (1) 特斯拉的成立背景分析
  - (2) 特斯拉第一发展阶段分析
  - (3) 特斯拉第二发展阶段分析
  - (4) 特斯拉第三发展阶段分析
- 5.1.2 特斯拉电动汽车的发展战略分析
  - (1) 开发高端高性能的运动型电动汽车
  - (2) 开发价格接近奔驰宝马的电动轿车
  - (3) 推出大众接受低成本经济型电动车
- 5.2 特斯拉电动汽车的特点分析
- 5.2.1 特斯拉电动汽车外观设计分析
- 5.2.2 特斯拉电动汽车整车性能分析

- 5.2.3 特斯拉电动汽车开放系统分析
- 5.3 特斯拉电动汽车创新基因源
  - 5.3.1 特斯拉创始人的背景分析
  - 5.3.2 特斯拉创始人的企业家精神
  - 5.3.3 特斯拉的创新基因表现
- 5.4 特斯拉经营业绩分析
  - 5.4.1 特斯拉电动汽车销量走势分析
  - 5.4.2 特斯拉电动汽车在手订单量分析
  - 5.4.3 特斯拉电动汽车市场份额分析
- 5.5 特斯拉主要经营能力分析
  - 5.5.1 2011年以来特斯拉盈利能力分析
  - 5.5.2 2011年以来特斯拉偿债能力分析
  - 5.5.3 2011年以来特斯拉运营能力分析
  - 5.5.4 2011年以来特斯拉发展能力分析
- 5.6 特斯拉电动汽车的市场细分与定位
  - 5.6.1 特斯拉电动汽车的市场定位
  - 5.6.2 现今购车人群结构变化分析
  - 5.6.3 特斯拉精准的目标群体定位
- 5.7 特斯拉电动汽车成本结构分析
  - 5.7.1 特斯拉主要的供应商分析
  - 5.7.2 锂电池及组件采购成本分析
  - 5.7.3 特斯拉电动汽车成本结构分析
- 5.8 特斯拉电动汽车盈利模式分析
  - 5.8.1 特斯拉主要盈利来源分析
  - 5.8.2 特斯拉主要盈利模式分析
  - 5.8.3 特斯拉盈利模式优劣分析
- 5.9 特斯拉的电池技术与专利分析
  - 5.9.1 特斯拉的电池组合系统策略
  - 5.9.2 特斯拉的电池发展路线分析
    - (1) 特斯拉电池长寿的密码
    - (2) 液冷系统实现恒温放电
    - (3) Tesla优秀的电源管理系统

- (4) 用高续航实现电池长寿
- (5) 特斯拉：打破电池循环天花板
- 5.9.3 特斯拉的专利申请路线分析
  - (1) 2008-09确立电池防护框架
  - (2) 2010-11电池安全网的细化
  - (3) 2012-13外观优化：车身整体安全系统
- 5.10 特斯拉电动汽车核心竞争力分析
  - 5.10.1 特斯拉的电池能量管理技术
  - 5.10.2 特斯拉的智能化触摸屏
  - 5.10.3 特斯拉铺设的超级充电网络
- 5.11 特斯拉电动汽车营销模式分析
  - 5.11.1 特斯拉全球直营店数量与分布
  - 5.11.2 特斯拉电动汽车营销模式分析
  - 5.11.3 特斯拉直营模式的优劣势分析

## 第6章：中国电动汽车行业标杆企业商业模式分析

- 6.1 比亚迪的电动汽车商业模式分析
  - 6.1.1 比亚迪的发展历程分析
  - 6.1.2 比亚迪的营业收入规模分析
  - 6.1.3 比亚迪电动车产能及销量分析
  - 6.1.4 比亚迪电动车产品定位分析
  - 6.1.5 比亚迪电动车市场细分分析
  - 6.1.6 比亚迪电动车关键业务分析
  - 6.1.7 比亚迪电动车核心资源分析
  - 6.1.8 比亚迪电动车盈利模式分析
  - 6.1.9 比亚迪电动车成本结构分析
  - 6.1.10 比亚迪电动车销售模式分析
  - 6.1.11 比亚迪电动车客户关系分析
  - 6.1.12 比亚迪电动车战略联盟分析
- 6.2 东风汽车的电动汽车商业模式分析
  - 6.2.1 东风汽车的发展历程分析
  - 6.2.2 东风汽车的营业收入规模分析

- 6.2.3 东风汽车电动车产能及销量分析
- 6.2.4 东风汽车电动车产品定位分析
- 6.2.5 东风汽车电动车市场细分分析
- 6.2.6 东风汽车电动车关键业务分析
- 6.2.7 东风汽车电动车核心资源分析
- 6.2.8 东风汽车电动车盈利模式分析
- 6.2.9 东风汽车电动车成本结构分析
- 6.2.10 东风汽车电动车销售模式分析
- 6.2.11 东风汽车电动车客户关系分析
- 6.2.12 东风汽车电动车战略联盟分析
- 6.3 广汽集团的电动汽车商业模式分析
  - 6.3.1 广汽集团的发展历程分析
  - 6.3.2 广汽集团的营业收入规模分析
  - 6.3.3 广汽集团电动车产能及销量分析
  - 6.3.4 广汽集团电动车产品定位分析
  - 6.3.5 广汽集团电动车市场细分分析
  - 6.3.6 广汽集团电动车关键业务分析
  - 6.3.7 广汽集团电动车核心资源分析
  - 6.3.8 广汽集团电动车盈利模式分析
  - 6.3.9 广汽集团电动车成本结构分析
  - 6.3.10 广汽集团电动车销售模式分析
  - 6.3.11 广汽集团电动车客户关系分析
  - 6.3.12 广汽集团电动车战略联盟分析
- 6.4 福田汽车的电动汽车商业模式分析
  - 6.4.1 福田汽车的发展历程分析
  - 6.4.2 福田汽车的营业收入规模分析
  - 6.4.3 福田汽车电动车产能及销量分析
  - 6.4.4 福田汽车电动车产品定位分析
  - 6.4.5 福田汽车电动车市场细分分析
  - 6.4.6 福田汽车电动车关键业务分析
  - 6.4.7 福田汽车电动车核心资源分析
  - 6.4.8 福田汽车电动车盈利模式分析

- 6.4.9 福田汽车电动车成本结构分析
- 6.4.10 福田汽车电动车销售模式分析
- 6.4.11 福田汽车电动车客户关系分析
- 6.4.12 福田汽车电动车战略联盟分析
- 6.5 宇通客车的电动汽车商业模式分析
  - 6.5.1 宇通客车的发展历程分析
  - 6.5.2 宇通客车的营业收入规模分析
  - 6.5.3 宇通客车电动车产能及销量分析
  - 6.5.4 宇通客车电动车产品定位分析
  - 6.5.5 宇通客车电动车市场细分分析
  - 6.5.6 宇通客车电动车关键业务分析
  - 6.5.7 宇通客车电动车核心资源分析
  - 6.5.8 宇通客车电动车盈利模式分析
  - 6.5.9 宇通客车电动车成本结构分析
  - 6.5.10 宇通客车电动车销售模式分析
  - 6.5.11 宇通客车电动车客户关系分析
  - 6.5.12 宇通客车电动车战略联盟分析
- 6.6 金龙汽车的电动汽车商业模式分析
  - 6.6.1 金龙汽车的发展历程分析
  - 6.6.2 金龙汽车的营业收入规模分析
  - 6.6.3 金龙汽车电动车产能及销量分析
  - 6.6.4 金龙汽车电动车产品定位分析
  - 6.6.5 金龙汽车电动车市场细分分析
  - 6.6.6 金龙汽车电动车关键业务分析
  - 6.6.7 金龙汽车电动车核心资源分析
  - 6.6.8 金龙汽车电动车盈利模式分析
  - 6.6.9 金龙汽车电动车成本结构分析
  - 6.6.10 金龙汽车电动车销售模式分析
  - 6.6.11 金龙汽车电动车客户关系分析
  - 6.6.12 金龙汽车电动车战略联盟分析
- 6.7 汽轿车的电动汽车商业模式分析
  - 6.7.1 汽轿车的发展历程分析

- 6.7.2 汽轿车的营业收入规模分析
- 6.7.3 汽轿车电动车产能及销量分析
- 6.7.4 汽轿车电动车产品定位分析
- 6.7.5 汽轿车电动车市场细分分析
- 6.7.6 汽轿车电动车关键业务分析
- 6.7.7 汽轿车电动车核心资源分析
- 6.7.8 汽轿车电动车盈利模式分析
- 6.7.9 汽轿车电动车成本结构分析
- 6.7.10 汽轿车电动车销售模式分析
- 6.7.11 汽轿车电动车客户关系分析
- 6.7.12 汽轿车电动车战略联盟分析
- 6.8 北京汽车的电动汽车商业模式分析
  - 6.8.1 北京汽车的发展历程分析
  - 6.8.2 北京汽车的营业收入规模分析
  - 6.8.3 北京汽车电动车产能及销量分析
  - 6.8.4 北京汽车电动车产品定位分析
  - 6.8.5 北京汽车电动车市场细分分析
  - 6.8.6 北京汽车电动车关键业务分析
  - 6.8.7 北京汽车电动车核心资源分析
  - 6.8.8 北京汽车电动车盈利模式分析
  - 6.8.9 北京汽车电动车成本结构分析
  - 6.8.10 北京汽车电动车销售模式分析
  - 6.8.11 北京汽车电动车客户关系分析
  - 6.8.12 北京汽车电动车战略联盟分析
- 6.9 中国长安的电动汽车商业模式分析
  - 6.9.1 中国长安的发展历程分析
  - 6.9.2 中国长安的营业收入规模分析
  - 6.9.3 中国长安电动车产能及销量分析
  - 6.9.4 中国长安电动车产品定位分析
  - 6.9.5 中国长安电动车市场细分分析
  - 6.9.6 中国长安电动车关键业务分析
  - 6.9.7 中国长安电动车核心资源分析

- 6.9.8 中国长安电动车盈利模式分析
- 6.9.9 中国长安电动车成本结构分析
- 6.9.10 中国长安电动车销售模式分析
- 6.9.11 中国长安电动车客户关系分析
- 6.9.12 中国长安电动车战略联盟分析

## 第7章 电商行业发展分析

### 7.1 电子商务发展分析

- 7.1.1 电子商务定义及发展模式分析
- 7.1.2 中国电子商务行业政策现状
- 7.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

### 7.2 “互联网+”的相关概述

- 7.2.1 “互联网+”的提出
- 7.2.2 “互联网+”的内涵
- 7.2.3 “互联网+”的发展
- 7.2.4 “互联网+”的评价
- 7.2.5 “互联网+”的趋势

### 7.3 电商市场现状及建设情况

- 7.3.1 电商总体开展情况
- 7.3.2 电商案例分析
- 7.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

### 7.4 电商行业未来前景及趋势预测

- 7.4.1 电商市场规模预测分析
- 7.4.2 电商发展前景分析

## 图表目录：

- 图表1：电动汽车行业市场需求特征
- 图表2：电动汽车行业市场需求规模
- 图表3：电动汽车行业销售特点
- 图表4：电动汽车行业的保有量
- 图表5：电动汽车行业销售规模
- 图表6：电动汽车行业市场渗透率



图表7：电动汽车行业新上市车型  
图表8：三种电动汽车充电模式的比较  
图表9：特斯拉电动汽车销量走势  
图表10：特斯拉电动汽车在手订单量  
图表11：特斯拉电动汽车市场份额  
图表12：2011年以来特斯拉盈利能力  
图表13：2011年以来特斯拉偿债能力  
图表14：2011年以来特斯拉运营能力  
图表15：2011年以来特斯拉发展能力  
图表16：特斯拉月度专利申请情况及核心内容  
图表17：Tesla发展历史  
图表18：Roadster造型设计类似莲花Elise  
图表19：ModelS造型大胆前卫  
图表20：ModelX延续家族式设计，采用鸥翼式车门  
图表21：新车型上市带来Tesla营业收入大幅增长  
图表22：电池能量管理系统  
图表23：Tesla采用松下型锂电池  
图表24：ModelS电池组  
图表25：17寸触摸屏带来人车交互新体验  
图表26：Tesla电动车充电网络  
图表27：Tesla直销网络不断完善  
图表28：锂电池产业链解析  
图表29：全球电解液市场份额  
图表30：全球负极材料市场份额  
图表31：全球正极材料市场份额  
图表32：全球隔膜市场份额  
图表33：SolarCity充电通道  
图表34：兴业太阳能营收结构  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/K77161DF2V.html>