

2018-2024年中国电动车行业市场调研与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国电动车行业市场调研与投资前景评估报告》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/jiaotong/O11651DO7A.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

电动车，即电力驱动车，又名电驱车。电动车分为交流电动车和直流电动车。通常说的电动车是以电池作为能量来源，通过控制器、电机等部件，将电能转化为机械能运动，以控制电流大小改变速度的车辆。

第一辆电动车于1881年制造出来，发明人为法国工程师古斯塔夫·特鲁夫，这是一辆用铅酸电池为动力的三轮车它是由直流电机驱动的，时至今日，电动车已发生了巨大变化，类型也多种多样。

中国发展电动车具有独特的有利条件。其中一个非常重要的因素是市场。中国人口众多，具有世界最庞大的客运交通市场，因此也具有世界最庞大的电动观光车、电动小轿车市场，这为中国电动车技术的发展创造了特殊的市场有利条件。另外，大力发展电动车是从根本上缓解乃至消除中国石油危机的重要途径之一。目前在中国的石油消费中，交通运输业用油增长最为迅速。而中国已经成为继美国之后的第二大能源消费大国和第五大石油进口国，石油进口依存度已达40%。美伊战争再次敲响中国石油安全问题的警钟。

按国际能源署IEA预测，2030年以前，全球新能源汽车市场仍将以插电式汽车、纯电动汽车为主，2030年氢燃料电池汽车在世界汽车销量中的比重约为2%-3%。2030-2050年，插电式汽车、纯电动汽车、氢燃料电池汽车发展顺序和市场大格局保持不变，但氢燃料电池汽车占比将提高到15%左右。

无论从环保角度还是能源角度看，未来电动车都需要有一个大的发展，其开发将关系到众多工业的兴衰，可能成为未来新的经济增长点。在我国，电动车更有着独特的市场，大都市都普遍存在着十分严重的交通问题和汽车尾气排放污染问题。作为一种小型、中速和短途的日常交通工具，电动车是十分理想的，其在中国有着得天独厚的发展条件和广阔的应用前景。

报告目录：

第一章 世界电动车行业发展综述

第一节 世界电动车行业发展状况

一、世界电动车市场发展现状

二、世界电动车需求分析

三、世界电动车市场规模

第二节 世界电动车行业技术分析

一、世界电动车行业技术现状

二、世界电动车行业技术发展趋势

第二章 中国电动车行业发展环境分析及展望

第一节 中国宏观经济运行情况

一、国民生产总值（GDP）

二、工业生产与效益情况

三、固定资产投资情况

第二节 中国宏观经济发展环境展望

一、中国GDP预测

二、中国固定资产投资预测

三、中国对外贸易总额预测

四、影响中国工业经济发展的主要因素

第三章 2013-2016年中国电动车行业发展现状综述

第一节 中国电动车行业界定及主要产品

第二节 中国电动车行业产业链分析

第四章 2013-2016年中国电动车行业发展状况分析

一、2013-2016年中国电动车市场供给分析

二、2013-2016年中国电动车市场重点地区供给分析

三、2013-2016年中国电动车行业集中度分析

四、2013-2016年中国电动车市场需求分析

五、2013-2016年中国电动车市场需求重点地区分析

第五章 中国电动车产业总体发展状况

第一节 中国电动车产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

四、产业市场规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节 国际竞争力比较

第五节 市场集中度分析

第六章 中国电动车行业区域市场营销策略分析

第一节 华北地区

一、电动车行业区域营销环境分析

二、电动车行业区域市场发展概况

三、电动车行业区域营销优劣势分析

四、电动车行业区域重点企业营销现状

五、电动车行业区域重点品牌营销现状

第二节 华东地区

一、电动车行业区域营销环境分析

二、电动车行业区域市场发展概况

三、电动车行业区域营销优劣势分析

四、电动车行业区域重点企业营销现状

五、电动车行业区域重点品牌营销现状

第三节 华南地区

一、电动车行业区域营销环境分析

二、电动车行业区域市场发展概况

三、电动车行业区域营销优劣势分析

四、电动车行业区域重点企业营销现状

五、电动车行业区域重点品牌营销现状

第四节 东北地区

一、电动车行业区域营销环境分析

二、电动车行业区域市场发展概况

三、电动车行业区域营销优劣势分析

四、电动车行业区域重点企业营销现状

五、电动车行业区域重点品牌营销现状

第五节 西南地区

- 一、电动车行业区域营销环境分析
- 二、电动车行业区域市场发展概况
- 三、电动车行业区域营销优劣势分析
- 四、电动车行业区域重点企业营销现状
- 五、电动车行业区域重点品牌营销现状

第六节 西北地区

- 一、电动车行业区域营销环境分析
- 二、电动车行业区域市场发展概况
- 三、电动车行业区域营销优劣势分析
- 四、电动车行业区域重点企业营销现状
- 五、电动车行业区域重点品牌营销现状

第七节 重点城市

第七章 电动车行业上下游产业分析

第一节 电动车上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对电动车行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对电动车行业的意义

第二节 电动车下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对电动车行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对电动车行业的意义

第八章 电动车企业竞争策略分析

第一节 电动车市场竞争策略分析

第二节 电动车企业竞争策略分析

- 一、2018-2024年中国电动车市场竞争趋势
- 二、2018-2024年电动车行业竞争策略分析

第九章 中国电动车行业重点企业产品营销状况对比分析（3-5家企业）

一、企业

- 1、企业基本介绍
- 2、产品结构分析
- 3、产品价格分析
- 4、销售渠道分析
- 5、市场营销区域分析
- 6、主要客户分析
- 7、未来营销策略发展趋势

二、企业

- 1、企业基本介绍
- 2、产品结构分析
- 3、产品价格分析
- 4、销售渠道分析
- 5、市场营销区域分析
- 6、主要客户分析
- 7、未来营销策略发展趋势

……

第十章 电动车行业发展策略分析

第一节 电动车市场策略分析

- 一、电动车价格策略分析
- 二、电动车渠道策略分析

第二节 电动车销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高电动车企业竞争力的策略

- 一、影响电动车企业核心竞争力的因素及提升途径
- 二、提高电动车企业核心竞争力的策略

第四节 对我国电动车品牌的战略思考

- 一、电动车实施品牌战略的意义
- 二、电动车企业品牌现状分析

三、电动车品牌战略管理策略

第十一章 中国电动车行业投资价值与投资策略分析

第一节 电动车行业SWOT模型分析

一、电动车优势分析

二、电动车劣势分析

三、电动车机会分析

四、电动车风险分析

第二节 电动车行业投资价值

一、电动车行业发展前景分析

二、电动车投资机会分析

第三节 电动车行业投资风险分析

一、电动车市场竞争风险

二、电动车未来市场需求

三、电动车技术风险分析

四、电动车政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 电动车行业投资策略分析

一、电动车行业重点投资品种分析

二、电动车行业重点投资地区分析

第十二章 专家投资建议

图表目录详见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/O11651DO7A.html>