

2018-2023年中国新能源商 用车市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国新能源商用车市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/728029B0IO.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-04-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国新能源商用车市场分析与投资前景研究报告》介绍了新能源商用车行业相关概述、中国新能源商用车产业运行环境、分析了中国新能源商用车行业的现状、中国新能源商用车行业竞争格局、对中国新能源商用车行业做了重点企业经营状况分析及中国新能源商用车产业发展前景与投资预测。您若想对新能源商用车产业有个系统的了解或者想投资新能源商用车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016我国新能源商用车产量17.2万辆，同比增速46.8%，产量占比新能源汽车总量 33.1%，其在新能源汽车市场份额从 15 年的 45%降低至 16 年 33%，相对于 15 年 207%的增速明显降缓。16 年增速放缓原因主要有下半年骗补风波、补贴退坡预期、新政策不明朗等因素。17年 Q1 商用车产量 6653 辆，同比增速-68.6%，主要因为骗补风波未过，市场整顿持续进行、新政补贴门槛提高、补贴幅度大幅下降等因素影响。而随着第三批目录公布，未来三个季度新能源商用车有望触底回升。

报告目录：

第一章 新能源商用车行业投资环境与政策分析 14

第一节 新能源商用车行业企业投资环境分析 14

一、新能源商用车行业政策环境 14

（一）新能源商用车行业监管体制分析 14

（二）新能源商用车行业主要法律法规 14

（三）新能源商用车行业政策走势解读 16

（四）新能源商用车行业国家标准分析 19

二、新能源商用车行业经济环境 22

（一）中国GDP增长情况分析 22

（二）工业经济发展形势分析 23

（三）社会固定资产投资分析 24

（四）全社会消费品零售总额 25

（五）城乡居民收入增长分析 26

（六）居民消费价格变化分析 27

（七）对外贸易发展形势分析 28

三、新能源商用车行业社会环境 29

- (一) 人口环境分析 29
- (二) 科技环境分析 30
- (三) 生态环境分析 31
- (四) 中国城镇化率 32
- (五) 汽车驾驶员数量 33

四、新能源商用车行业技术环境 33

第二节 新能源商用车行业企业投资SWOT分析 37

- 一、新能源商用车企业投资优势 37
- 二、新能源商用车企业投资劣势 38
- 三、新能源商用车企业投资机会 38
- 四、新能源商用车企业投资威胁 39

第三节 新能源商用车行业企业投资准入政策分析 40

- 一、《新能源商用车生产企业及产品准入管理规则》 40
 - (一) 新能源商用车行业企业准入条件 40
 - (二) 新能源商用车产品准入条件 44
- 二、《新建纯电动乘用车企业管理规定》 44
 - (一) 新建企业投资管理规定 44
 - (二) 新建企业生产准入管理 46

第二章“互联网+”背景下新能源商用车行业的机会与挑战 47

第一节 “互联网+”的相关概述 47

- 一、“互联网+”的提出 47
- 二、“互联网+”的内涵 47
- 三、“互联网+”的发展 49
- 四、“互联网+”的评价 50
- 五、“互联网+”的趋势 53

第二节 “互联网+”新能源商用车行业的机会与挑战 54

- 一、互联网时代行业大环境的变化 54
- 二、互联网直击传统行业消费痛点 58
- 三、互联网助力企业开拓电商市场 60
- 四、电商成为传统企业发展突破口 62

第三节 “互联网+”新能源商用车行业的改造与重构 62

一、互联网重构行业的供应链格局 62

二、互联网改变生产厂商营销模式 63

三、互联网导致行业利益重新分配 63

四、互联网整合行业未来竞争格局 63

第四节 新能源商用车与互联网融合创新机会孕育 64

一、电商政策变化趋势分析 64

二、电子商务消费环境趋势分析 65

三、互联网技术对行业支撑作用 66

四、电商黄金发展期机遇分析 67

第三章 “一带一路”战略下新能源商用车行业发展机遇分析 68

第一节 “一带一路”主要内容及战略意义 68

一、“一带一路”的主要内容 68

二、“一带一路”的国际背景 69

三、“一带一路”的国内背景 70

第二节 “一带一路”新能源商用车企业走出去战略分析 72

一、“一带一路”战略提振沿线国家需求 72

二、“一带一路”战略促进中国企业成长 72

三、“一带一路”新能源商用车企业迎来机遇 73

四、“一带一路”新能源商用车企业走出去措施 73

第三节 “一带一路”新能源商用车行业投资潜力分析 74

一、“一带一路”战略新能源商用车行业面临的挑战 74

二、“一带一路”战略新能源商用车行业投资潜力 74

三、“一带一路”战略新能源商用车企业投资前景 76

第四章 2012-2017年中国新能源商用车行业经营效益分析 77

第一节 中国新能源商用车行业发展分析 77

一、中国新能源商用车产销规模分析 77

二、中国新能源商用车各级别销量占比 77

三、中国主要新能源车企销量分析 78

四、中国新能源商用车主要销售品牌 80

第二节 2012-2017年新能源商用车行业规模分析 80

一、新能源商用车行业企业规模分析 80

二、新能源商用车行业资产增长分析 81

三、新能源商用车行业销售收入分析 82

四、新能源商用车行业利润总额分析 83

第三节 2012-2017年新能源商用车行业经营效益 84

一、新能源商用车行业偿债能力分析 84

二、新能源商用车行业盈利能力分析 84

三、新能源商用车行业的毛利率分析 86

四、新能源商用车行业运营能力分析 86

第四节 2012-2017年新能源商用车行业成本费用 88

一、新能源商用车行业销售成本分析 88

二、新能源商用车行业销售费用分析 89

三、新能源商用车行业管理费用分析 90

四、新能源商用车行业财务费用分析 91

第五节 2018-2024年中国新能源商用车趋势预测与趋势 92

一、中国新能源商用车市场前景分析 92

二、中国新能源商用车发展趋势分析 92

（一）政府主导让位于市场主导 93

（二）新能源商用车技术将发生重大突破 94

（三）政府支持新能源商用车的重点将放在社会公共政策上 95

（四）企业竞争格局在变化中稳定 96

（五）中国将成为世界上最大的新能源商用车市场 98

（六）动力电池行业将迈上新台阶，出现具有国际竞争能力的企业 99

（七）汽车分享将率先在电动汽车上实现 100

三、新能源商用车市场化将成未来方向 100

第五章 新能源商用车企业主要领域投资目标与机会 102

第一节 纯电动汽车投资机会评估 102

一、政策机遇 102

二、市场需求 102

三、生产规模 103

四、技术水平 103

五、投资潜力 104

六、发展趋势 105

第二节 混合动力汽车投资机会评估 107

一、市场需求 107

二、生产规模 108

三、研发现状 108

四、技术水平 110

五、投资潜力 112

六、趋势预测 113

第三节 燃料电池汽车投资机会评估 114

一、发展现状 114

二、技术水平 114

三、发展机遇 115

四、发展目标 115

五、应用前景 116

六、发展动态 116

第六章 新能源商用车企业产业链投资机会分析 118

第一节 新能源商用车行业产业链分析 118

一、新能源商用车产业链概述 118

二、新能源商用车上游行业 118

三、新能源商用车下游行业 118

第二节 产业链上游车市场投资分析 119

一、新能源商用车电池系统分析 119

（一）动力电池出货量情况 119

（二）动力电池分车型产量 119

（三）新能源商用车电池需求 120

（四）动力电池发展趋势 121

二、新能源商用车电机系统分析 122

（一）行业市场现状 122

（二）市场需求分析 122

（三）行业投资潜力 123

（四）市场趋势调查 123

第三节 产业链下游市场投资潜力 124

一、充电站 124

（一）行业发展规模 124

（二）投资收益分析 125

（三）市场需求前景 126

（四）市场发展趋势 127

二、汽车租赁 128

（一）行业发展现状 128

（二）行业发展规模 129

（三）行业投资潜力 129

1、潜在个人租车用户不断扩大 129

2、流动人口租车市场潜力无限 129

3、潜在企事业用户在快速增长 130

（四）行业趋势预测 130

三、汽车金融 131

（一）行业发展现状 131

（二）行业市场规模 132

（三）行业市场投资机会 132

（四）行业趋势预测 133

第七章 新能源商用车企业投资目标区域机会分析 135

第一节 新能源商用车区域投资机会分析 135

第二节 华北地区新能源商用车项目投资机会分析 137

一、北京新能源商用车投资机会 137

二、天津新能源商用车投资机会 138

三、河北新能源商用车投资机会 138

四、山西新能源商用车投资机会 139

第三节 东北地区新能源商用车项目投资机会分析 139

一、吉林新能源商用车投资机会 139

二、辽宁新能源商用车投资机会 140

三、黑龙江新能源商用车投资机会 140

第四节 华东地区新能源商用车项目投资机会分析 141

一、上海新能源商用车投资机会 141

二、江苏新能源商用车投资机会 141

三、浙江新能源商用车投资机会 142

四、安徽新能源商用车投资机会 143

五、江西新能源商用车投资机会 143

六、山东新能源商用车投资机会 144

第五节 华中地区新能源商用车项目投资机会分析 144

一、河南新能源商用车投资机会 144

二、湖北新能源商用车投资机会 145

三、湖南新能源商用车投资机会 145

第六节 华南地区新能源商用车项目投资机会分析 146

一、广东新能源商用车投资机会 146

二、广西新能源商用车投资机会 147

三、海南新能源商用车投资机会 148

第七节 西部地区新能源商用车项目投资机会分析 149

一、重庆新能源商用车投资机会 149

二、四川新能源商用车投资机会 150

三、贵州新能源商用车投资机会 150

四、云南新能源商用车投资机会 151

五、青海新能源商用车投资机会 152

第八章 新能源商用车行业重点企业投资前景分析 153

第一节 新能源商用车重点企业经济指标对比分析 153

一、重点企业资产规模分析 153

二、重点企业销售收入分析 153

三、重点企业利润总额分析 153

四、重点企业盈利能力分析 154

五、重点企业偿债能力分析 154

六、重点企业运营能力分析 155

第二节 新能源商用车重点企业经营竞争力分析 155

一、上海汽车集团股份有限公司 155

(一) 企业发展基本情况	155
(二) 新能源商用车业务分析	155
(三) 企业经营情况分析	156
(四) 企业营销网络分析	158
(五) 企业竞争优势分析	158
二、一汽轿车股份有限公司	159
(一) 企业发展基本情况	159
(二) 新能源商用车业务分析	159
(三) 企业经营情况分析	159
(四) 企业营销网络分析	161
(五) 企业竞争优势分析	161
三、比亚迪股份有限公司	162
(一) 企业发展基本情况	162
(二) 新能源商用车业务分析	163
(三) 企业经营情况分析	163
(四) 企业营销网络分析	165
(五) 企业竞争优势分析	165
四、重庆长安汽车股份有限公司	166
(一) 企业发展基本情况	166
(二) 新能源商用车业务分析	166
(三) 企业经营情况分析	167
(四) 企业营销网络分析	168
(五) 企业竞争优势分析	168
五、北汽福田汽车股份有限公司	169
(一) 企业发展基本情况	169
(二) 新能源商用车业务分析	170
(三) 企业经营情况分析	170
(四) 企业营销网络分析	171
(五) 企业竞争优势分析	172
六、安徽安凯汽车股份有限公司	173
(一) 企业发展基本情况	173
(二) 新能源商用车业务分析	173

- (三) 企业经营情况分析 173
- (四) 企业营销网络分析 174
- (五) 企业竞争优势分析 175

第九章 新能源商用车行业企业投资成本及效益分析 176

第一节 新能源商用车项目投资成本构成 176

- 一、成本构成 176
- 二、人力成本 176
- 三、原料成本 176
- 四、动力成本 177

第二节 新能源商用车项目综合效益分析 178

- 一、经济效益 178
- 二、社会效益 178
- 三、环境效益 179

第三节 新能源商用车企业盈利情况分析 179

第十章 新能源商用车行业企业投资前景及策略 183

第一节 新能源商用车行业投资外部风险 183

- 一、产业政策风险 183
- 二、市场风险分析 183
- 三、技术风险分析 183
 - (一) 技术竞争风险 183
 - (二) 技术选择风险 184
 - (三) 技术开发风险 184
- 四、资源风险分析 184

第二节 新能源商用车企业投资内部风险 185

- 一、融资风险 185
- 二、人才风险 185
- 三、管理风险 186

第三节 新能源商用车企业进入壁垒 186

- 一、规模经济壁垒 186
- 二、产品差异化壁垒 187

三、技术壁垒 187

四、制度壁垒 188

五、成本优势壁垒 188

第十一章 2018-2024年新能源商用车行业企业投资前景研究建议 189

第一节 新能源商用车行业企业投资建议 189

第二节 企业项目融资和政策融资模式 190

一、政府特殊支持融资 190

二、通过银行贷款融资 190

三、通过社会资金融资 190

四、BOT项目融资 190

五、BT项目融资 192

六、ABS融资模式 194

七、TOT融资模式 194

第三节 新能源商用车企业融资策略分析 195

一、新能源商用车企业的特点分析 195

二、种子期和创新期的融资策略 196

三、成长期新能源车企融资策略 196

四、成熟期新能源车企融资策略 197

五、衰退期新能源车企融资策略 198

第四节 新能源商用车行业企业招商引资策略建议 198

一、广泛搜集各方资料 198

二、制订各类招商方案 199

三、比较选择招商方案 199

四、招商方案具体实施 200

五、方案的跟踪和反馈 200

第十二章 新能源商用车企业IPO运作策略及建议 202

第一节 国内企业境内IPO上市目的及条件 202

一、国内企业境内上市主要目的 202

二、国内企业上市需满足的条件 203

(一) 企业境内主板IPO主要条件 203

(二) 企业境内中小板IPO主要条件 204

(三) 企业境内创业板IPO主要条件 205

三、企业改制上市中的关键问题 206

第二节 国内企业IPO上市的相关准备 207

一、企业该不该上市 207

二、企业应何时上市 207

三、企业应何地上市 208

四、企业上市前准备 208

(一) 企业上市前综合评估 208

(二) 企业的内部规范重组 208

(三) 选择并配合中介机构 209

(四) 应如何选择中介机构 209

第十三章 新能源商用车行业企业新三板公司挂牌上市操作流程分析 210

第一节 公司股份制改造阶段 210

一、股份制改造的目的 210

二、股份制改造的形式 211

三、股份制改造的流程 211

四、股改中的特殊问题 212

第二节 新三板公司的规范治理 214

一、公司治理方案的概述 214

二、公司三会治理的规范 215

三、公司高管约束与激励 217

四、控股股东与公司关系 218

五、公司关联交易的控制 219

第三节 新三板挂牌公司税务问题 219

一、常见税务问题解析 219

二、税务问题认识与建议 221

三、开展税务尽职调查 223

四、公司税务相关规划 225

第四节 新三板中介机构进场工作 228

一、新三板挂牌中介机构 228

二、证券公司工作与选择	229
三、律师事务所的选择	229
四、会计师事务所的选择	230
第五节 新三板挂牌申请与注意事项	231
一、公司挂牌申请审查流程	231
二、挂牌申请文件相关规定	232
三、证券简称及代码的申请	236
四、信息披露股份初始登记	236
五、挂牌的流程与正式挂牌	238
第六节 公司挂牌成功的后续阶段	240
一、公司持续信息披露	240
二、证券简称和全程变更	242
三、股票的限售与解禁	243
四、股票及资金清算交收	243
五、挂牌公司权益分派	243
六、停复牌及退出登记	244
七、中介机构的后续责任	245

图表目录：

图表 1 2010-2017年中国新能源车扶持政策与重要事件统计	15
图表 2 新能源商用车行业国家标准	19
图表 3 2010-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图	22
图表 4 2016-2017年国内生产总值构成及增长速度统计	23
图表 5 2016-2017年中国规模以上工业增加值月度增长速度	24
图表 6 2010-2017年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图	25
图表 7 2010-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	26
图表 8 2010-2017年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图	27
图表 9 2016-2017年中国居民消费价格月度变化趋势图	28
图表 10 2010-2017年中国货物进出口总额变化趋势图	29
图表 11 2010-2016年中国人口总量增长趋势图	29
图表 12 2016年全国人口数及其构成	30
图表 13 2010-2016年中研究与试验发展（R&D）经费支出增长趋势图	31

图表 14 2016年中国专利申请受理、授权和有效专利情况	31
图表 15 2010-2017年中国城镇化率变化趋势图	33
图表 16 2009-2016年中国驾驶员数量统计	33
图表 17 VCU的组成结构	34
图表 18 MCU的组成结构	35
图表 19 电池包组成结构	36
图表 20 应用层软件架构	37
图表 21 2020年和2025年中国制造业主要指标	57
图表 22 “一带一路”线路图	69
图表 23 “一带一路”规划概要	70
图表 24 2012-2017年新能源商用车产销量统计情况	77
图表 25 2017年新能源商用车各级别销量占比情况	78
图表 26 2017年纯动力和混合动力汽车销量占比情况	78
图表 27 2017年新能源车企销量占比情况	79
图表 28 2017年新能源车企销量情况	79
图表 29 新能源商用车主要品牌	80
图表 30 2012-2017年中国新能源商用车及其他汽车整车制造企业数量变化趋势图	81

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/728029B0IO.html>