# 最新新能源汽车市场调查报告(优秀8篇)

来源：网络 作者：明月清风 更新时间：2025-01-06

*在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。新能源汽车市场调查报告篇一二、未来汽车行业技术开...*

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**新能源汽车市场调查报告篇一**

二、未来汽车行业技术开发方向。

三、总体行业“十二五”整体规划及预测。

第二节-2024年汽车行业运行状况预测。

第十一章业内专家对中国汽车行业投资的建议及观点。

第一节投资机遇。

一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑。

二、企业在危机中的竞争优势。

三、金融危机促使优胜劣汰速度加快。

第二节投资风险。

一、同业竞争风险。

二、市场贸易风险。

三、行业金融信贷市场风险。

四、产业政策变动的影响。

第三节行业应对策略。

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。

第四节市场的重点客户战略实施。

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。

**新能源汽车市场调查报告篇二**

华普车型多，但是每一个产品都没有一个很好的影响力，这个算是华普在研发方面的缺陷。

丰田的camry，奇瑞的qq，都由产品带动公司的发展。()以前qq占了奇瑞的半壁江山，渐渐的旗云也上来了，至于其他车型也许产量都不高，但是在品牌方面有着不可磨灭的作用。

但经过调查在私有车主方面，虽然上海大众的拥有率从22%下滑至17%，一汽大众则从15%下滑至12%。市场领导者地位正受到其他品牌的威胁，如广州本田(其市场占有率由2%上升至5%)、东风雪铁龙(其市场占有率由2%上升至4%)以及东南汽车、北京现代、丰田。但是在区域性市场上，旧有的品牌格局几无实质性变化仍然领导着中国汽车品牌。调查显示，上海大众及上海通用在上海的私家车拥有率分别为42%和14%，一汽大众在北京的份额为22%，广州本田雅阁在广州的份额则为14%。所以说领导中国汽车市场的仍是通用和一汽公司。

四、影响汽车市场未来十年的人口变化趋势。

1、中国人口变化分析，我国人数越来越多，人均收入增加也不断生活水平提高，不论对私家车的需要还是客运与货运的汽车业都有一定的推动。

2、汽车进入普通家庭的分析：先看市场潜力。中国目前大约平均每120人拥有1辆汽车，而美国是1、3人1辆，西欧是1、6人1辆，日本是2人1辆，全世界平均是8人1辆。中国如果达到世界平均水平，仅按静态计算，市场需求即高达1、6亿辆，相当于目前汽车产量的80多倍。

3、再看家庭收入状况。资料显示，在全国大约3亿家庭中，年收入10万元以上的家庭占1%，3-10万元的富裕家庭占6%，1-3万元的小康型家庭占55%。从国际汽车市场的规律看，一个家庭的两年收入之和相当于一辆轿车的售价时，这个家庭便要购买轿车。按此标准测算，全国富豪型家庭约300万个，如有二分之一购车，便可消化价位在20以上的轿车150万辆;富裕型家庭约1800万个，如有五分之一购车，便可消化价位在6-20万元的车360万辆;小康型家庭约1、65亿个，估计其中年收入3万元的家庭不下10%，即1650万个，这部分家庭如有五分之一购车，便可消化价位在6万元的轿车330万辆。3个消费层面共可吸纳6-20万元价位的轿车840万辆，相当于全国轿车产量的8、4倍。另外，全国城乡居民银行储蓄存款4、3亿万元中，如有5%转化为购车消费，即可消化售价在20万元的轿车107万辆，或10万元的轿车215万辆或5万元的轿车353万辆。

五、其他影响因素。

1、现实的汽车消费还受到多方制约，如准购证、停车泊位、附加费用等，但不管怎么说，中国经济在高速发展，人们对轿车消费的欲望在增强这也就是加快进程的另一推动因素。

2、迟缓进程的不利因素，世界石油价格上涨导致汽车消费的新趋向变化。

3、政府为扩大内需，调整了消费政策，被压抑的汽车消费潜力逐步转变为现实购买力。

4、是加入wto后人们的预期改变了，持币待购的汽车消费能力逐步释放。

5、是中国人“从众心理”的消费习惯起作用，推动了一些城市的汽车消费热潮。

一、国内微型轿车总体市场表现。

据有关统计，20\*\*年1-3月份，全国轿车生产量为531779辆，比20\*\*年同产量567119辆下降6.23%，全国轿车销售量为560016辆，比20\*\*年同期销564114辆下降0.72%。与此形成鲜明对照的是，20\*\*年1-3月份，全国微型轿车生产量为121976辆，比20\*\*年同期产量87399辆增长39.56%，全国微型轿车销售量为121842辆，比20\*\*年同期销量87528辆增长39.56%。20\*\*年1-3月份，国内微型轿车在国内轿车的市场份额达到21.767%，比20\*\*年同期的市场份额15.52%提高了6.24个百分点。

国内微型轿车市场的走强，首先得益于政策环境面的根本改善，继去年下半年国家出台了一系列旨在扶植和鼓励节能经济型轿车发展的法律法规后，今年以来，国家有关部门再施重拳：今年两会期间，节约能源促进国民经济健康、协调、可持续发展，成为社会各界形成的共识，4月初，北京市环保局高管在谈到今后北京私人汽车发展方向和规划时，首次明确支持首都小排量微型轿车的发展;其次，3月份国内汽油价格再次上调、4月份中石化汽油批发价格每吨上涨150元、国际原油价格不断上涨，期货原油价格达到创纪录的每桶60美元，汽油费用支出的不断增加，促使人们在购车时对汽车的使用成本——油耗指标的关心大大提高，节能省油的微型轿车无疑成为首选;另悉，近日财政部发出了《新的汽车消费税征税办法和税率》的征求意见稿，新办法可能把排量在1.0升及以下汽车的消费税税率降至1%或取消，具体调整有望在今年年内完成。制定新的消费税征收办法是为了配合国家“对小排量汽车鼓励消费和对豪华车一类奢侈消费品加收消费税”的产业政策，以达到鼓励购买小排量车，改善车市消费结构的目的。

20\*\*年是我国汽车业变革的一年、成长的一年。奇瑞出口美国、陆风出口欧洲……多家本土汽车制造商不断攻克着国际市场。20\*\*年我国全年汽车产销累计570.77万辆和575.82辆万辆，同比分别增长12.56%和13.54%。其中，乘用车产销393.07万辆和397.11万辆，同比分别增长19.73%和21.4%;商用车产177.7万辆和178.71万辆，同比分别下降0.6%和0.75%。20\*\*年12月，我国汽车产销分别达到56.2万辆和62.09万辆，比11月增长6.82%和12.91%，同比分别增长39.20%和27.44%。其中，我国乘用车在20\*\*年12月产销分别达到40.79万辆和45.58万辆，比11月增长9.94%和15.79%，同比增长58.66%和38.33%;商用车产销15.42万辆和16.51万辆，产量比11月下降0.62%，销量比11月增长5.65%，同比分别增长5.09%和4.68%。

由于受宏观经济形势的影响，影响汽车工业发展的多种矛盾没有得到根本缓解，汽车行业经济运行速度继续趋缓。由于汽车行业与整个和国民经济的走势密切相关，同时受产业政策的影响较大;从长期看，在我国国民经济持续增长的带动下，在资本市场发展日益规范发展的情况下，我国汽车行业的长期发展增长是值得期待的。

20\*\*年中国汽车需求将增长15%-20%，产能将增长20%，预计汽车业产能过剩状况有可能进一步加剧。并预计20\*\*年中国汽车业设备利用率将由20\*\*年的76%降至73%，汽车售价会下跌6%，产品利润率下降4%，20\*\*年仍将属于买方市场。这一切的预测数据也意味着今年汽车价格战将不可避免，竞争势必更加激烈。

本报告共分十六章，首先介绍了汽车行业的相关概念，接着对国际汽车市场、我国汽车行业和我国汽车市场进行了详细的分析，然后介绍了客车市场、轿车市场、重型车市场的概况。随后，报告对我国汽车行业产销和汽车进出口状况做了分析，并对汽车行业的重要企业、汽车零部件以及汽车行业的相关行业做了重点介绍，最后对汽车市场的竞争格局和汽车行业的投资进行了分析，还对汽车行业的发展前景做出了科学的预测。您若想对汽车行业有个系统的了解或者想投资汽车行业本报告是您不可或缺的重要工具。

**新能源汽车市场调查报告篇三**

近年来，随着经济的快速增长，汽车消费群体也在日益增加，汽车质量已经成为顾客选择品牌的最重要因素。汽车质量是所有消费者都关心的，那么我们来看看20xx年中国汽车市场质量状况调查报告。

一、汽车状况。

(一)汽车价位。

8-12万元占比最高。

在参与本次调查的汽车用户中，拥有8-12万元汽车的用户数量较多，占全部被调查用户的34.7%。拥有12-20万元价格段汽车的用户占比将近三成，为29.9%。拥有5-8万元价格段汽车的用户也不少，占比为16.0%。

紧凑型车最为常见。

级别方面，作为家用汽车最常见的紧凑型车位居榜首，其占据了近五成的用户比例，占比高达45.7%。中型车和小型车分列其后，占比分别为17.0%和16.8%。suv虽然近期较受关注，但市场占有率还并不高，仅有8.5%。微型车、中大型车和mpv的占比均不超过5%，分别为4.8%、3.3%和3.1%。

(三)汽车类型。

在参与本次调查的汽车用户中，拥有合资汽车的用户最多，占总调查用户数量的69.0%。自主汽车用户数量占比为28.3%。进口汽车用户占比较少，仅有2.7%。

德系车占比最高。

不同国别的合资汽车中，以大众、奥迪、宝马和奔驰为代表的德系车占比最高，达30.3%。其次是以丰田、本田和日产等品牌为代表的日系车，占比为26.1%。以别克、雪佛兰和福特为代表的美系车占比也超过两成，为23.7%。韩系车和法系车的占比均不超过一成，分别为9.0%和8.4%。

二、质量状况。

(一)故障概率。

近五成自主汽车曾发生故障。

本次调查数据显示，39.5%的汽车用户的爱车曾发生过故障。其中，汽车类别为自主类型的产品发生故障的概率最高，达48.5%，也就是说，近一半的自主厂商汽车曾发生过故障。合资和进口汽车发生故障的概率均不超过四成，分别为35.8%和38.5%。

低价产品容易发生故障。

在不同价位的汽车方面，汽车的购买价格越低，发生故障的概率相应越高。其中，在5万元以下的产品方面，曾发生故障的概率高达58.6%，将近六成。而在购买价位在30万元以上的汽车中，发生过故障的概率仅有31.2%，比5万元以下产品低了27.4个百分点。

日系汽车故障率最低。

合资汽车中，不同国别的车系发生故障的概率也不一样。本次调查显示，日系汽车的产品质量最佳，有近八成的日系车主的汽车从未发生任何故障，占比达78.2%。令人惊讶的是，以质量著称的德系车本次调查结果不佳，未发生过质量问题的车主占比仅有53.5%，是五大合资车系中最低的，比日系低了24.7个百分点。

(二)每万公里故障次数。

进口汽车故障次数最少。

对于一款汽车的质量表现如何，本次调查采用了“每万公里故障次数”的标准做衡量。调查结果显示，在不同类别的汽车产品中，进口汽车的产品表现最好，每万公里故障次数仅有0.15次，虽然进口汽车产品价格较高，但其产品质量的确值得称道。其次是合资厂商的产品，每万公里故障次数为0.27次。自主厂商汽车则表现不佳，平均每万公里故障次数达到了0.43次。

5万元以下产品故障次数最多。

在价格和质量的对应关系方面，通常人们都会说“一分钱一分货”，那么，汽车价格越高，其产品质量是不是就越好呢？本次调查结果显示，高价位产品的平均每万公里故障次数明显低于低价位产品。其中，5万元以下产品的每万公里故障次数最高，为0.52次；5-8万元和8-12万元均超过了0.3次。而在12万元以上价格段中，每万公里故障次数均低于0.3次，其中30万元以上产品表现优异，仅有0.19次。

德系汽车每万公里故障次数达0.36次。

不同国别的合资汽车中，德系汽车的每万公里故障次数最高，达0.36次；法系、美系和韩系的数据分别为0.34次、0.28次和0.21次；日系汽车表现最佳，每万公里故障次数仅有0.11次。

(三)故障发生时间。

近半自主汽车故障发生时间在半年内。

在故障发生时间上，近半自主汽车故障发生时间在购买后半年内，占比为43.3%，也就是说，不少车主刚买没多长时间自己的爱车即发生故障，这个数据不容自主厂商乐观；27.9%合资汽车的故障发生时间是在半年内；进口汽车的表现最好，半年内即发生故障的产品仅有2.4%。

从另一方面来看，有19.6%进口汽车的故障发生时间是在三年之后，由于其首次故障发生时间较久，其产品质量虽不如从未发生故障的产品，但仍可被接受。而在曾发生过故障的自主汽车中，能撑至三年之后的产品占比仅有3.0%。

(四)故障原因。

多数故障是由于质量原因。

在故障引发原因方面，多数车主认为引起故障的根本原因就是汽车自身的质量问题。其中，在自主汽车的车主方面，85.1%的车主认为引起故障的原因在于产品自身质量不佳；由于自己操作不当而导致的故障占7.4%。在合资车主方面，认为是产品本身质量问题引起故障的占比为69.7%。

(五)故障类型。

中控及电子成故障常发处。

在故障发生处方面，中控及电子成为自主汽车和合资汽车共同的弱项，其在这两个类别汽车的发生概率分别为34.8%和25.2%。另外，传动系统和发动机均是汽车故障的高发部位。

(六)产品满意度。

八成以上用户对所购汽车质量表示满意。

本次调查数据中显示，大多数用户对所购汽车的产品质量表示“十分满意”或“比较满意”，整体满意度高达86.0%。表示“不太满意”的用户占比为12.7%。另外，还有1.3%的车主对所购汽车的质量表示“十分不满”。

进口汽车口碑最佳。

在不同类别汽车的用户中，仅有12.5%的自主汽车车主对产品质量十分满意，远低于合资汽车车主的21.1%和37.9%。另一方面，累计超过两成的自主汽车车主对其所购汽车不太满意或非常不满，而合资汽车车主对产品质量不满的累计占比仅有10.8%，而在进口汽车车主方面这一数据仅有1.5%。

产品价格越高质量口碑越好。

在不同价位的汽车方面，产品价格越高，其质量口碑越好。其中，在5万元以下汽车的车主方面，对产品质量十分满意的车主占比仅有10.3%，对产品质量不满的却高达24.2%；而在20万元以上的产品中，对产品质量十分满意的车主占比多达31.3%，而对产品质量不满的车主仅有6.2%。

日系汽车车主满意度最高。

在不同国别合资汽车的车主中，日系车主对爱车的整体质量满意度最高，有32.2%的车主表示对其汽车质量“十分满意”，法系和德系车主选择“十分满意”的占比均超过两成，分别为28.6%和20.8%。其中，韩系车主选择“十分满意”的占比较低，仅有3.3%，不过其对产品“不满意”的占比也最低，可见，韩系车主对其爱车质量的印象虽然没有太好，但倒也不至于太坏，属于中等评价。

本田品牌满意度得分最高。

本次调查中，zdc以各主流品牌车主对其所购汽车质量满意度评价为基础(“十分满意”为10分，“比较满意”为8分，“不大满意”为6分，“非常不满”为0分)，通过整理和统计得出下列汽车品牌质量满意度得分榜单，仅供网友参考。

自主汽车方面，整体品牌平均得分为7.71分。其中，比亚迪成为自主汽车中得分最高的品牌，为8.38分；东风、长城、五菱和一汽分列其后，得分均在8分以上。

合资汽车方面，整体品牌平均得分为8.13分，比自主汽车高了0.42分。上榜十个品牌的得分均超过了8分，其中本田得分最高，达8.92分，标致位居次席，得分为8.67分。作为市场占有率最高的大众品牌，车主满意度得分仅有7.82分，未能跻身品牌质量满意度排行榜的前十名。

自主汽车合资汽车。

品牌得分品牌得分。

1比亚迪8.38本田8.92。

2东风8.25标致8.67。

3长城8.21丰田8.63。

4五菱8.08斯柯达8.57。

5一汽8.02马自达8.45。

6吉利7.63雪铁龙8.40。

7奇瑞7.53雪佛兰8.11。

8荣威7.50日产8.08。

9长安7.45现代8.03。

10江淮7.33福特8.00。

—整体平均值7.71整体平均值8.13。

**新能源汽车市场调查报告篇四**

汽车市场是一个很大的市场，下面小编整理了汽车市场。

欢迎阅读!

20xx年国内汽车销量575、82万辆，同比增长13、54%，轿车销量278、74万辆。表明中国轿车业对中国的汽车业有很大影响，轿车增长率虽有所降低，但两位数的增长速度仍然算是比较快的。

20xx年1-11月，国内轿车产销351、23万辆和341、17万辆，同比增长41、45%和38、52%。其中轿车销量前十位企业共销售轿车234、41万辆，占汽车销售总量的68、7%，显示出市场的集中程度越来越高。

中国汽车的需求主体主要有三个：私人用车、集团用车和出租用车，近年来轿车的销售量在汽车行业中的比重逐年上升。私人用车需求成为轿车需求的主体，这同中国经济快速稳定增长和新的汽车政策有很大的关系。

20xx年，中国的汽车市场将是以中级车为消费主力、高级轿车之间竞争更加激烈、经济型轿车保持温和态势的局面，随着自主品牌的实力逐渐壮大，市场竞争将更趋激烈，特别是在国内厂商蜂拥的经济型轿车领域，由此，市场的洗牌在所难免。

20xx年4月1日，新的消费税调整办法开始实施以及《关于鼓励发展节能环保型小排量汽车的意见》的颁布为小排量轿车的发展迎来了春天。标准的出台使小排量轿车前景看好。微型轿车和经济型轿车都有很好的市场表现。

但国内轿车生产能力的增长开始超过市场需求量的增长，市场对价格越来越敏感，以及轿车企业不断增加，竞争日益激烈，国内轿车市场的价格大战将越演越烈，竞争将更加残酷，这就让中国轿车行业在面临发展机遇的同时也面临着巨大的挑战。

华普车型多，但是每一个产品都没有一个很好的影响力，这个算是华普在研发方面的缺陷。

丰田的camry，奇瑞的qq，都由产品带动公司的发展。以前qq占了奇瑞的半壁江山，渐渐的旗云也上来了，至于其他车型也许产量都不高，但是在品牌方面有着不可磨灭的作用。

但经过调查在私有车主方面，虽然上海大众的拥有率从22%下滑至17%，一汽大众则从15%下滑至12%。市场领导者地位正受到其他品牌的威胁，如广州本田(其市场占有率由2%上升至5%)、东风雪铁龙(其市场占有率由2%上升至4%)以及东南汽车、北京现代、丰田。但是在区域性市场上，旧有的品牌格局几无实质性变化仍然领导着中国汽车品牌。调查显示，上海大众及上海通用在上海的私家车拥有率分别为42%和14%，一汽大众在北京的份额为22%，广州本田雅阁在广州的份额则为14%。所以说领导中国汽车市场的仍是通用和一汽公司。

1、中国人口变化分析，我国人数越来越多，人均收入增加也不断生活水平提高，不论对私家车的需要还是客运与货运的汽车业都有一定的推动。

2、汽车进入普通家庭的分析：先看市场潜力。中国目前大约平均每120人拥有1辆汽车，而美国是1、3人1辆，西欧是1、6人1辆，日本是2人1辆，全世界平均是8人1辆。中国如果达到世界平均水平，仅按静态计算，市场需求即高达1、6亿辆，相当于目前汽车产量的80多倍。

3、再看家庭收入状况。资料显示，在全国大约3亿家庭中，年收入10万元以上的家庭占1%，3-10万元的富裕家庭占6%，1-3万元的小康型家庭占55%。从国际汽车市场的规律看，一个家庭的两年收入之和相当于一辆轿车的售价时，这个家庭便要购买轿车。按此标准测算，全国富豪型家庭约300万个，如有二分之一购车，便可消化价位在20以上的轿车150万辆;富裕型家庭约1800万个，如有五分之一购车，便可消化价位在6-20万元的车360万辆;小康型家庭约1、65亿个，估计其中年收入3万元的家庭不下10%，即1650万个，这部分家庭如有五分之一购车，便可消化价位在6万元的轿车330万辆。3个消费层面共可吸纳6-20万元价位的轿车840万辆，相当于全国轿车产量的8、4倍。另外，全国城乡居民银行储蓄存款4、3亿万元中，如有5%转化为购车消费，即可消化售价在20万元的轿车107万辆，或10万元的轿车215万辆或5万元的轿车353万辆。

五、其他影响因素。

1、现实的汽车消费还受到多方制约，如准购证、停车泊位、附加费用等，但不管怎么说，中国经济在高速发展，人们对轿车消费的欲望在增强这也就是加快进程的另一推动因素。

2、迟缓进程的不利因素，世界石油价格上涨导致汽车消费的新趋向变化。

3、政府为扩大内需，调整了消费政策，被压抑的汽车消费潜力逐步转变为现实购买力。

4、是加入wto后人们的预期改变了，持币待购的汽车消费能力逐步释放。

5、是中国人“从众心理”的消费习惯起作用，推动了一些城市的汽车消费热潮。

**新能源汽车市场调查报告篇五**

20xx年国内汽车销量575.82万辆，同比增长13.54%，轿车销量278.74万辆。证明中国轿车业对中国的汽车业有很大影响，轿车增长率虽有所降低，但两位数的增长速度仍然算是比较快的。

20xx年1-11月，国内轿车产销351.23万辆和341.17万辆，同比增长41.45%和38.52%。其中轿车销量前十位企业共销售轿车234.41万辆，占汽车销售总量的68.7%，显示出市场的集中程度越来越高。

中国汽车的需求主体主要有三个：私人用车、集团用车和出租用车，近年来轿车的销售量在汽车行业中的比重逐年上升。私人用车需求成为轿车需求的主体，这同中国经济快速稳定增长和新的汽车政策有很大的关系。

20xx年，中国的汽车市场将是以中级车为消费主力、高级轿车之间竞争更加激烈、经济型轿车持续温和态势的局面，随着自主品牌的实力逐渐壮大，市场竞争将更趋激烈，个性是在国内厂商蜂拥的经济型轿车领域，由此，市场的洗牌在所难免。

20xx年4月1日，新的消费税调整办法开始实施以及《关于鼓励发展节能环保型小排量汽车的意见》的颁布为小排量轿车的发展迎来了春天。标准的出台使小排量轿车前景看好。微型轿车和经济型轿车都有很好的市场表现。

但国内轿车生产潜力的增长开始超过市场需求量的增长，市场对价格越来越敏感，以及轿车企业不断增加，竞争日益激烈，国内轿车市场的价格大战将越演越烈，竞争将更加残酷，这就让中国轿车行业在面临发展机遇的同时也面临着巨大的挑战。

华普车型多，但是每一个产品都没有一个很好的影响力，这个算是华普在研发方面的缺陷。

丰田的camry，奇瑞的qq，都由产品带动公司的发展。以前qq占了奇瑞的半壁江山，渐渐的旗云也上来了，至于其他车型也许产量都不高，但是在品牌方面有着不可磨灭的作用。

但经过调查在私有车主方面，虽然上海大众的拥有率从22％下滑至17％，一汽大众则从15％下滑至12％。市场领导者地位正受到其他品牌的威胁，如广州本田（其市场占有率由2％上升至5％）、东风雪铁龙（其市场占有率由2％上升至4％）以及东南汽车、北京现代、丰田。但是在区域性市场上，旧有的品牌格局几无实质性变化仍然领导着中国汽车品牌。调查显示，上海大众及上海通用在上海的私家车拥有率分别为42％和14％，一汽大众在北京的份额为22％，广州本田雅阁在广州的份额则为14％。所以说领导中国汽车市场的仍是通用和一汽公司。

1、中国人口变化分析，我国人数越来越多，人均收入增加也不断生活水平提高，不论对私家车的需要还是客运与货运的汽车业都有必须的推动。

2、汽车进入普通家庭的分析：先看市场潜力。中国目前大约平均每120人拥有1辆汽车，而美国是1.3人1辆，西欧是1.6人1辆，日本是2人1辆，全世界平均是8人1辆。中国如果到达世界平均水平，仅按静态计算，市场需求即高达1.6亿辆，相当于目前汽车产量的80多倍。

3、再看家庭收入状况。资料显示，在全国大约3亿家庭中，年收入10万元以上的家庭占1%，3-10万元的富裕家庭占6%，1-3万元的小康型家庭占55%。从国际汽车市场的规律看，一个家庭的两年收入之和相当于一辆轿车的售价时，这个家庭便要购买轿车。按此标准测算，全国富豪型家庭约300万个，如有二分之一购车，便可消化价位在20以上的轿车150万辆；富裕型家庭约1800万个，如有五分之一购车，便可消化价位在6-20万元的车360万辆；小康型家庭约1.65亿个，估计其中年收入3万元的家庭不下10%，即1650万个，这部分家庭如有五分之一购车，便可消化价位在6万元的轿车330万辆。3个消费层面共可吸纳6-20万元价位的轿车840万辆，相当于全国轿车产量的8.4倍。另外，全国城乡居民银行储蓄存款4.3亿万元中，如有5%转化为购车消费，即可消化售价在20万元的轿车107万辆，或10万元的轿车215万辆或5万元的轿车353万辆。

1、现实的汽车消费还受到多方制约，如准购证、停车泊位、附加费用等，但不管怎样说，中国经济在高速发展，人们对轿车消费的欲望在增强这也就是加快进程的另一推动因素。

2、迟缓进程的不利因素，世界石油价格上涨导致汽车消费的新趋向变化。

3、政府为扩大内需，调整了消费政策，被压抑的汽车消费潜力逐步转变为现实购买力。

4、是加入wto后人们的预期改变了，持币待购的汽车消费潜力逐步释放。

5、是中国人“从众心理”的消费习惯起作用，推动了一些城市的汽车消费热潮。

**新能源汽车市场调查报告篇六**

全国狭义乘用车销量万台，同比增速9。3%，相对较批发增速13%稍低，这也体现了经济下行趋势和限购压力及股市顶部波动影响下的车市增速放缓特征。

一、汽车走势评述。

15年12月乘用车市场销量237。8万，增速20%，这是在14年12月的深圳限购前的高基数下的超强销量表现。12月车市体现典型的年末政策推动特征，由于节能车补贴退出期、新能源车补贴调整期、购置税补贴优惠期的三期叠加下，12月车市持续走强，尤其下旬年末几天的实际零售市场走势较强。部分上半年走势不强的车企在3季度调整了4季度和全年的销量目标，因此15年的目标较务实，应对4季度的车市火爆，车企完成的相对简单，12月中下旬的部分品牌批发走势放缓。由此大部分车企较好实现了十二五规划和年度发展目标，也为经济社会发展做出较大贡献。

车市在15年年内实现一次完整的增减库存的轮回过程，最终的库存到达相对偏高的合理状态。15年12月的销量结转状况相对少于去年，原因也是15年市场下行下的车企超预期增量少。相对于去年的日系群众冲刺，今年的日系仍较强，但自主抢抓市场的努力更强一些，12月份额到达40。1%，较14年12月增2。6个百分点。

由于时至十二五的末期，企业努力完成各项任务指标，因此12月的产销拉升较猛，也带来了产值和利润的.改善，使汽车为工业增加值、消费额增长、总体工业盈利改善都做较大贡献，这三大贡献使汽车成为经济稳增长的中流砥柱。但这样的贡献的付出的代价也是较大的，由于年末市场火爆期的价格未能回归、经销商的库存增长较大、企业结转的存量较小，都为16年的增长带来必须的压力。

2。1月市场展望。

开局好十三五是很重要的，厂家也需要努力实现年度开门红的，因此12月的部分厂家控制出货进度，确保1月高基数下的正增长。尤其是2月的春节较去年早，厂家还要平衡2月的销量平稳过渡。因此年初车市仍有必须的销量保障。但4季度以来的厂家加大经销商库存力度较大，1月需要释放压力。同时东部地区的国五政策具体实施节点还不明朗，厂家也需要年初尽早消化库存，因此1-2月的厂家实际批发力度就应是较温和的。

16年初的汇市和股市的波动对车市影响有一些，但估计主要是1月上旬，正好叠加节能车补贴政策退出的影响，车市零售进度稍有放缓。但我们对1月车市走稳仍是有信心的。

从市场看，16年的车市增长的不确定因素仍是经济增长的稳定性和消费信心。由于随着人口老龄化的劳动力供给下降，经济低迷下的就业形势依旧相对稳定，普通工薪层工资收入也仍相对稳定，在财富积累效应下，16年春节前的购车力仍是相对较高的。虽然历经十多年车市增长，但我们的私车普及程度较低的现状仍没有完全改变，新车购买仍是车市绝对主力，因此春节前的车市火爆也是必然的特征。近几年的春节前销售占比持续提升，虽然保有量增大，季节指数的春节前销量占比并非下降，这是我们有越来越大的中西部和地县级市场的基盘客户进入购买新车的主力。

3。15年市场回顾与期盼。

15年乘用车行业最突出的亮点是自主品牌份额大幅提升。15年自主品牌迅速扭转14年的份额下滑趋势，自主的狭义乘用车市场份额从14年的33。9%大幅提升到37。9%，体现了自主在逆境中的创新发展。15年自主品牌成功线路是suv+新能源的大跃升。15年总体零售1963万台，增长10%，其中自主品牌国内零售735万台，同比增长25%，与此对应的是合资品牌车系同比增3%。这其中的核心原因是自主品牌抓住suv的高增长浪潮，近两年超多推出suv新品，suv产品研发的系列化更充分，实现了7-12万市场的迅速布局，同时迅速拉低了suv的相对轿车溢价，分流了合资轿车的市场份额，实现15年suv市场份额的51%的强势突破。

政策推动下的自主品牌的新能源也是全面爆发，有钱有势。尤其是客车新能源车从大客向轻客迅速蔓延，实现野蛮成长的超高速模式。而且由于国家和地方密集政策推动新能源发展，从8月以来的新能源车乘用车销量进入拉升轨迹，近几个月都是月度环比增长4000台左右水平，12月新能源乘用车销量37173台，15年销17。7万台，增速2倍。

15年最遗憾的是自主品牌出口持续下滑。由于国际经济形势严峻，自主品牌的出口在15年仍没有突破，反而在俄罗斯等诸多市场遭遇石油暴跌带来的经济危机的冲击，即使是海外建厂也是无法抵御市场滑坡，体现了外部环境的严峻性。

对行业最大的期盼是新能源车乘用车市场持续走强。新能源乘用车要逐步实此刻北京上海等限购之外的城市获得较快增长，逐步摆脱对牌照等隐性优惠的强依靠。只有实现全国各类市场的均衡较快增长，新能源车才算真正走强。另一个期盼是摆脱14年以来的自主品牌轿车市场份额下滑的危机，实现自主品牌轿车的新突破。在suv辉煌的业绩后，自主品牌需要站稳轿车主流市场的地位，推出更多的a级车的明星产品，推动微轿的电动化潮流，实现更均衡的可持续增长。

4。中国车市增长的外部红利结束。

美元加息的靴子最后落地，结束了长达来一向持续接近于零的利率水平。美元加息周期意味国内车市的汇率等红利结束。此次加息与人民币贬值就应是有必须关联的。前几年人民币随着美元的升值带来了汽车市场的红利还是很大的。

人民币升值有利于进口降成本，抑制出口过快增长。汽车行业是高利润行业，其中绝大部分利润是合资企业利润，尤其是自以来人民币持续升值，进口成本持续下行，带来顺风车的利润高增长。随着近期开始的汇率贬值，进口零部件成本上升，整车企业毛利下降，这样的趋势随着美元升值和中国人口老龄化等诸多可持续的进程而难以改变。大集团的核心利润来源是合资企业利润，合资企业的进口成本上升和销售促销加大，必然导致合资企业利润下滑。今年1-11月合资企业利润已经下降10%，其中财务费用从去年的全年节省34亿元到15年1-11月增加40亿元，预计全年相差80亿元，这与人民币汇率波动也是有必须关系的，明年的利润下降估计也是难免的。

近期人民币贬值，随着汇率进入下行区间，这对中国经济有较好减压作用，有利于出口的恢复，但对汽车行业来说，贬值仍是相对的利空因素。而在新兴市场汇率大幅贬值的背景下，16年的中国汽车出口仍是相对被动压力，预计大宗物资价格不见底，新兴市场经济难恢复。近期的中国汽车出口仍是与新兴市场经济同样处于谷底，等资源价格归回上升浪时，新兴市场将有较好的恢复可能。

5。谨防东部国五与限迁叠加的抑制换购。

随着东部地区的国五用油的基本到位，国五排放标准的实施也是未来几个月的大概率时间，新车国五是好事，但随之而来的二手车区域间流转是否也实施国五标准？尤其是很多区域实施限迁政策，这对国四及以下的二手车的区域间流动产生严重影响。由此必然导致经济发达地区的二手车价格暴跌，并影响新车更新。目前北京就是老车之城，近500万的保有量不足50万的新车销量，平均将成为10年以上的高龄车城。如果今年上半年东部地区逐步开始实施国五，随之区域间二手车的限迁标准也可能是国五车型，则绝大部分二手车都面临无法外迁，市场封闭后各地区内低价消化二手车必然不畅，并导致整个东部地区的置换购置受阻，既不利于以消费拉动经济增长的社会转型之路构成，也导致自主品牌经济型轿车市场的严重萎缩。。

6。加速油价改革预防限购。

近日的国际油价下跌，国内油价实际面临很好的调整机会，充分利用这样的调整机会能够增强国家税收规模，稳定油价水平，弥补各种低油价损失。的国际油价暴跌时，我们就是及时采取税改措施，确保油价小幅下降的同时实现消费税改革。及时加税远比暂停油价调整更有利于未来的长远发展，汽柴油加税能可持续的改善环境。未来油价回升，加税的税改成果也能保留住。

十三五期间控制私车限购的城市增加仍是艰巨课题，期盼实现用市场手段管理城市交通的突破。随着部分全国区域性中心城市的销量和保有量的高增长，目前经济低迷下的地方政府克制限购冲动，但如何让地方政府不想不限购也是重大课题。未来随着消费税转为地方税，较雄厚的税基资源也使地方政府会更好的利益驱动，促进各地车市的基础环境建设。毕竟我们保有量最高的北京500万台车也不是世界领先。北京为代表的限购城市，限购五年+超速排放标准升级，但仍是雾霾严重+拥堵较重，甚至要单双号。因此限购对交通无解，加速市场化手段调节出行仍是最合理的选取。加大汽油消费税的征收，能够让地方政府未来有更多汽油消费税收入实现交通改善，辅之智能交通管理的提升，十三五抑制限购冲动还是有机会的。。

二、汽车行业环境分析。

1、宏观经济环境。

中韩、中澳自贸协定关税减让将于12月20日正式实施。

12月14日悉，经国务院关税税则委员会审议，并报国务院批准，中国-韩国、中国-澳大利亚自贸协定将于年12月20日实施第一步降税，年1月1日实施第二步降税。

中韩、中澳两个自贸协定项下关税减让措施的实施，在中韩两国和中澳两国经贸关系史中具有里程碑好处，将为扩大双边货物贸易市场准入、拓展双边经济和贸易往来、推动各国经济增长注入新的动力，为各国产业界带来新的机遇，促进产业链之间的跨国融合，进一步推动亚太地区经济一体化进程。

央行：明年实际gdp增速预计为6。8%。

12月16日，中国人民银行发布《2024年中国宏观经济预测》报告，对2024年全年实际国内生产总值（gdp）增速的基准预测为6。8%，比对今年的预测值低0。1个百分点。

2、汽车行业政策动态。

五部委：新能源汽车推广奖励政策公示。

12月16日，由财政部、科技部等五部门研究起草的《关于“十三五”新能源汽车充电设施奖励政策及加强新能源汽车推广应用的通知（征求意见稿）》公示，公示期至12月22日。根据《意见》，来自中央财政用于推广新能源车的奖金，最高额度将到达2亿元。《意见》显示，充电基础设施奖励政策，面向全国所有省（区、市）。2024至，只要充电基础设施配套较为完善、新能源汽车推广应用规模较大的省（区、市），都将会获得中央财政的奖励资金。《意见》要求，各地编制2024年至20新能源汽车推广应用实施及充电基础设施运营方案，要在2024年3月底前报送五部门备案。

质检局：公布《缺陷汽车产品召回管理条例》。

12月24日悉，中国国家质检总局执法督查司司长严冯敏透露，中国制定的《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》经通报世界贸易组织（wto）后正式颁布，将于2024年1月1日起正式实施。

《实施办法》作为《缺陷汽车产品召回管理条例》的细化规章，进一步明确和强化了生产者召回职责主体义务，增加了对汽车零部件生产者的义务，对监管部门的工作流程以及地方质检部门参与召回管理的资料进行了细化，增加了向社会发布风险预警信息的资料，丰富了缺陷产品调查工作手段。

3、地方政策。

安徽：将出台低速电动汽车管理方面的地方性规章。

12月22日悉，在安徽省十二届人大四次会议期间，省人大代表共提出推荐951件，这些推荐关系到老百姓生活的方方面面。据悉，目前已经有889件推荐得到解决或正在解决，其中也包括了针对安徽省低速电动汽车（微型电动汽车）出台地方相关管理办法。

安徽省公安厅表示，在不违背现行法律、法规的前提下，参照现行机动车管理制度和技术标准要求，制定、出台该省低速电动车管理方面的地方性规章或文件。

杭州修法明确可根据大气质量实施机动车调控。

12月25日悉，《杭州市道路交通安全管理条例（修订草案）》近日获杭州市人大常委会表决透过。修订后的《条例》明确规定，地方政府能够根据大气质量对必须区域的机动车实施总量调控。这意味着地方政府能够根据当地的大气环境质量，对机动车的环保合格审批、出行时间、出行范围等采取必要的限制措施。。

上海：试收“雾霾费”收费试点行业包括汽车。

12月16日，上海市发展改革委（市物价局）、上海市财政局、上海市环保局制定了《上海市挥发性有机物排污收费试点实施办法》，上海开始试点启动挥发性有机物（vocs）排污收费。排污收费分为三个阶段，每个阶段实施不一样的收费标准。据上海市环保局相关负责人称，挥发性有机物是构成霾和pm2。5的前提物，其排放到大气中，经过光化反应，造成二次污染，“目前，挥发性有机化合物在空气污染构成中所占的比例最大。”上海vocs排污收费试点行业共包括石油化工、船舶制造、汽车制造、包装印刷、家具制造、电子等12个大类行业中的71个中小类行业，基本覆盖了该市工业vocs重点排放行业。

**新能源汽车市场调查报告篇七**

第二节汽车分类。

第三节汽车的简史及行业发展简况。

一、宏观经济。

二、工业形势。

三、固定资产投资。

一、宏观经济政策影响。

二、行业政策影响。

三、相关标准。

第三章中国汽车行业供需分析。

第二节中国汽车产品产量分析。

一、汽车产业总体产能规模。

二、汽车生产区域分布。

第四节中国汽车消费状况分析。

第五节中国汽车价格趋势分析。

二、影响汽车价格因素分析。

第四章中国汽车行业进出口分析。

一、我国汽车行业分地区产业结构分析。

二、我国华东地区汽车需求量分析。

三、我国华北地区汽车需求量分析。

四、我国华中地区汽车需求量分析。

五、我国华南地区汽车需求量分析。

六、我国东北地区汽车需求量分析。

七、我国西部地区汽车需求量分析。

**新能源汽车市场调查报告篇八**

第二节汽车分类。

第三节汽车的简史及行业发展简况。

一、宏观经济。

二、工业形势。

三、固定资产投资。

一、宏观经济政策影响。

二、行业政策影响。

三、相关标准。

第三章中国汽车行业供需分析。

第一节中国汽车市场现状分析。

第二节中国汽车产品产量分析。

一、汽车产业总体产能规模。

二、汽车生产区域分布。

第四节中国汽车消费状况分析。

第五节中国汽车价格趋势分析。

二、影响汽车价格因素分析。

第四章中国汽车行业进出口分析。

一、我国汽车行业分地区产业结构分析。

二、我国华东地区汽车需求量分析。

三、我国华北地区汽车需求量分析。

四、我国华中地区汽车需求量分析。

五、我国华南地区汽车需求量分析。

六、我国东北地区汽车需求量分析。

七、我国西部地区汽车需求量分析。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找