

2015-2020年中国太阳能电动车市场分析及投资策略 略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国太阳能电动车市场分析及投资策略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/177561.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

电动车是一种以电力为能源的车子，一般使用铅酸电池或是锂离子电池进行供电。而太阳能电动车是在此基础上，将太阳能转化成电能对车进行供电的，在很大程度上降低了电动车的使用成本，而且非常环保。其结构性能更加卓越超群，及时有效地补充电动车野外行驶途中的电量，增强行驶电能，维护和延长蓄电池使用寿命。设计独特，安装使用方便，保持电动车现有的配置和车辆结构，是目前同类产品中功率最大、价格最低、性能最优的太阳能充电器。使用寿命可达10年左右，特别是在提高电动车运行性能，降低电动车使用成本方面有很高的应用价值。

太阳能是可再生、可持续性发展的战略能源。当华尔街风暴席卷全球时，各先进技术国家无不在新能源领域下赌注、投资本，以期获得经济复兴。特别是以汽车产业为经济支柱的国家，尤其在新能源汽车动力上力图有所创新和发展，如在电动汽车、燃料电池汽车领域纷纷投入巨资，而在太阳能汽车领域更是探索不止，力度加大。由于太阳能是各种可再生能源中最重要的基本能源，通过转换装置把太阳辐射能转换成电能利用，属于太阳能光发电技术。光电转换装置通常是利用半导体器件的光伏效应原理进行光电转换的，因此也称太阳能光伏技术，又称太阳能光伏电池。

据报道，太阳能光伏技术不仅在先进技术国家得到快速发展，中国的太阳能产业也以每年20%~30%的速度增长。到2020年，太阳能领域的销售额将增加一倍，届时中国将有1%的能源消耗来自太阳能。今后几年，我国太阳能使用不仅在能源领域会获得飞速发展，在汽车领域的应用也会得到不断的提高。

长期以来，晶体硅是用作太阳能电池中吸收光的主要半导体材料。尽管它是一种间接禁带半导体材料，吸光能力相对较弱，但由于它可以借鉴微电子工艺技术、容易制备出高效稳定的太阳能电池，仍然占据着光伏电池发电的主要份额。由于单晶硅光电转换率一般为15%，最大的可达22%，所以市场份额较多晶硅大一些。但多晶硅的光电转换率比单晶硅虽然较低，造价成本小，在太阳能光伏电池发电的应用领域会有可能逐渐争夺来大量的市场。而在太阳能电动汽车的应用上，单晶硅仍然会占据统治地位，单晶硅的光电转换率必将比多晶硅的转换效率要高出7~8%。

制约太阳能电动汽车发展的瓶颈就是光电转换效率的问题。一般一辆可满足电动汽车电源使用的电源能量，大约需70平方米的太阳能光伏电池陈列板，故实现电动汽车的商业化，太阳能电动汽车取代纯电动车和氢能汽车还不可能实现。因为太阳能的不稳定性、分散性（强烈时大约1千瓦/平方米）以及太阳能光伏电池的能量密度小、太阳能收集装置转化效率低、成本高，所以还不能广泛应用。

新能源汽车产业是汽车行业中的后起之秀，其短短十余年的发展已形成了较为完整的技术体系、产品体系、标准体系和管理体系，被确定为我国汽车行业未来发展的主导方向。新能源汽车的发展积累了很多宝贵经验，下述特点非常值得摩托车行业借鉴，即：正确的行业规

划布局；扎实的基础工作；高效的产业结构；完善的标准体系建设；良好的政策支持环境。

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家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。

报告目录：

第一章 太阳能电动车市场调研目的及方法

第一节 调研目的

第二节 调研方法

第二章 太阳能电动车市场调研可行性及计划流程

第一节 太阳能电动车市场调研可行性

第二节 计划进度以及流程

第三章 2011-2014年太阳能电动车市场需求调研

第一节 太阳能电动车市场规模（需求量）

第二节 太阳能电动车需求领域调研

第三节 太阳能电动车需求市场份额调研

第四节 太阳能电动车需求市场饱和度调研

第五节 太阳能电动车替代行业影响力调研

第四章 2011-2014年太阳能电动车市场供给调研

第一节 太阳能电动车市场供给总量

第二节 太阳能电动车市场集中度

第三节 太阳能电动车产业集群

第五章 太阳能电动车市场竞争调研

第一节 技术竞争

第二节 原材料及成本竞争

第三节 产品定位竞争分析

第四节 区域市场竞争

第五节 品牌影响力

第六节 价格竞争

第七节 太阳能电动车产品主流企业市场占有率

第八节 影响太阳能电动车市场竞争格局的因素

第六章 太阳能电动车市场渠道调研

第一节 太阳能电动车细分市场占领调研

第二节 太阳能电动车销售渠道调研

第三节 太阳能电动车销售体系建设调研

第七章 2011-2014年太阳能电动车产品价格调研

第一节 太阳能电动车价格特征分析

第二节 太阳能电动车主要品牌企业价位分析

第三节 太阳能电动车价格与成本的关系

第四节 太阳能电动车价格策略分析

第八章 太阳能电动车产品用户调研

第一节 用户对太阳能电动车产品的认知程度

第二节 太阳能电动车用户的关注因素

一、功能

二、产品质量

三、价格

四、产品设计

第三节 太阳能电动车目标消费者的特征

第九章 太阳能电动车品牌调研

第一节 太阳能电动车品牌总体情况

第二节 太阳能电动车品牌传播

第三节 太阳能电动车品牌美誉度

第四节 代理商对太阳能电动车品牌的选择情况

第五节 主要城市市场对主要太阳能电动车品牌的认知水平

第六节 太阳能电动车广告

第十章 2011-2014年太阳能电动车重点区域市场发展调研

第一节 华东地区

一、市场规模

二、发展现状

三、发展特征

四、发展趋势

第二节 华南地区

一、市场规模

二、发展现状

三、发展特征

四、发展趋势

第三节 东北地区

一、市场现状

二、市场规模

三、发展特征

四、发展趋势

第四节 华中地区

一、市场规模

二、发展现状

三、发展特征

四、发展趋势

第五节 西南地区

第六节 西北地区

第七节 东北地区

第十一章 2011-2014年太阳能电动车产品进出口调查分析

第一节 太阳能电动车产品出口分析

一、我国太阳能电动车产品出口量额及增长情况

二、太阳能电动车产品主要海外市场分布情况

三、经营海外市场的主要太阳能电动车品牌

四、国际经济形势对太阳能电动车产品出口影响的分析

第二节 太阳能电动车产品进口分析

一、我国太阳能电动车产品进口量额及增长情况

二、太阳能电动车进口产品的主要品牌

三、影响太阳能电动车产品进口的因素

第十二章 太阳能电动车产品重点企业调研

第一节 太阳能电动车企业核心竞争力调研

第二节 太阳能电动车企业市场综合影响力评价

第三节 太阳能电动车企业运营状况调研

第十三章 中国主要太阳能电动车企业盈利能力比较分析

第一节 2011-2014年太阳能电动车行业利润分析

一、2011-2014年太阳能电动车行业利润总额分析

二、不同规模太阳能电动车企业的利润总额比较分析

三、不同所有制太阳能电动车企业的利润总额比较分析

第二节 2011-2014年太阳能电动车行业销售毛利率分析

第三节 2011-2014年太阳能电动车行业销售利润率分析

第四节 2011-2014年太阳能电动车行业总资产利润率分析

第五节 2011-2014年太阳能电动车行业净资产利润率分析

第六节 2011-2014年太阳能电动车行业产值利税率分析

第十四章 中国主要太阳能电动车企业成长性比较分析

第一节 2011-2014年太阳能电动车行业总资产增长分析

第二节 2011-2014年太阳能电动车行业净资产增长分析

第三节 2011-2014年太阳能电动车行业利润增长分析

第四节 2015-2020年太阳能电动车行业增长预测

第十五章 中国主要太阳能电动车企业偿债能力比较分析

第一节 2011-2014年太阳能电动车行业资产负债率分析

第二节 2011-2014年太阳能电动车行业速动比率分析

第三节 2011-2014年太阳能电动车行业流动比率分析

第四节 2015-2020年太阳能电动车行业偿债能力预测

第十六章 中国主要太阳能电动车企业营运能力比较分析

第一节 2011-2014年太阳能电动车行业总资产周转率分析

第二节 2011-2014年太阳能电动车行业应收帐款周转率分析

第三节 2011-2014年太阳能电动车行业存货周转率分析

第四节 2015-2020年太阳能电动车行业偿债能力预测

第十七章 太阳能电动车产品市场风险调研

第一节 太阳能电动车市场环境风险

第二节 太阳能电动车市场产业链上下游风险分析

第三节 太阳能电动车市场政策风险分析

第四节 太阳能电动车市场风险分析

第十八章 太阳能电动车市场调研结论及发展策略建议

第一节 太阳能电动车市场调研结论

第二节 太阳能电动车营销策略

一、价格策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

第三节 太阳能电动车投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/177561.html>