

2016-2022年中国充电桩市场监测及发展方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国充电桩市场监测及发展方向研究报告》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.cction.com/report/201604/132520.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

电网企业对充换电建设缓慢，落地数量不足。我国充电桩的设施建设长期由国网、南网两大集团主导负责。国网在《十二五电网智能化规划》提出到2015年末，要投资80.1亿元，建设3700座充电站和34万个充电桩。南方电网曾在《南方电网发展规划（2013~2020）》中提出，建设满足2015年10万辆，2020年100万辆的电动汽车充电配套设施需求。但是由于新能源汽车产业仍未形成规模化，充电站的实际运营困难重重，基本处于亏损状态，严重削弱电网企业的积极性。根据工信部的数据，我国目前仅建成723座充电站，2.8万个充电桩。其中国网公司建成了充换电站618座，充电桩2.4万个。

新能源汽车产业的爆发直接拉动充电桩配套设施的发展。从历史数据看，2013年之前，新能源汽车与充电桩均在导入期，在政府规划下发展较为均衡，车桩比维持在1左右。2014年新能源汽车率先实现规模化发展，新能源汽车同比增长3倍，增长速度已远超充电桩发展速度，截止目前新能源汽车总量达到14.4万辆，车桩比失衡达到4以上，我们认为车桩的严重不匹配将开启充电设施的投资窗口。

充电产业的发展规模直接受新能源汽车产业的结构化发展影响，结合以上数据我们对于新能源汽车乘用车和客车发展的判断，对充电桩潜在市场进行分型测算。

交流充电桩市场空间测算。根据麦肯锡预测，2020年中国乘用车将达到2200万辆，以新能源乘用车产量占乘用车总量为9%预计，2015~2020年新能源乘用车CAGR为81%，总销量约达400万辆。根据车桩比按1:1，交流充电桩设备2020年需求量达400万个，以单价5千元计算，预计2020年交流充电桩的空间可达200亿元。

随着国家推出奖励政策、建立充电服务费模式、充电价格电价优惠、售电侧的放开等措施，充电运营开始“有利可图”，投资回收期有望缩短，预计运营端的建设有望加速。

报告目录：

第一部分行业发展环境

第一章充电桩行业概述

第一节充电桩行业定义

第二节充电桩行业发展历程

第三节充电桩行业分类情况

第四节充电桩产业链分析

第二章2013-2015年中国充电桩行业发展环境分析

第一节2013-2015年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节2013-2015年中国充电桩行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节2013-2015年中国充电桩行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分行业运行分析

第三章2013-2015年中国充电桩行业总体发展状况

第一节中国充电桩行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节中国充电桩行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节中国充电桩行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章中国充电桩市场供需分析

第一节充电桩市场现状分析及预测

一、2013-2015年我国充电桩行业总产值分析

二、2016-2022年我国充电桩行业总产值预测

第二节充电桩产品产量分析及预测

一、2013-2015年我国充电桩产量分析

二、2016-2022年我国充电桩产量预测

第三节充电桩市场需求分析及预测

一、2013-2015年我国充电桩市场需求分析

二、2016-2022年我国充电桩市场需求预测

第四节充电桩进出口数据分析

一、我国充电桩进出口数据分析

1、进口分析

2、出口分析

二、2016-2022年国内充电桩产品进出口情况预测

1、进口预测

2、出口预测

第三部分市场发展形势

第五章充电桩行业发展现状分析

第一节全球充电桩行业发展分析

一、全球充电桩行业发展历程

二、全球充电桩行业发展现状

三、全球充电桩行业发展预测

第二节中国充电桩行业发展分析

一、2013-2015年中国充电桩行业发展态势分析

二、2013-2015年中国充电桩行业发展特点分析

三、2013-2015年中国充电桩行业市场供需分析

第三节中国充电桩产业特征与行业重要性

第四节充电桩行业特性分析

第六章中国充电桩市场规模分析

第一节2014年中国充电桩市场规模分析

第二节2014年中国充电桩区域市场规模分析

一、2014年东北地区市场规模分析

二、2014年华北地区市场规模分析

三、2014年华东地区市场规模分析

四、2014年华中地区市场规模分析

五、2014年华南地区市场规模分析

六、2014年西部地区市场规模分析

第三节2016-2022年中国充电桩市场规模预测

第七章充电桩国内产品价格走势及影响因素分析

第一节国内产品2013-2015年价格回顾

第二节国内产品当前市场价格及评述

第三节国内产品价格影响因素分析

第四节2016-2022年国内产品未来价格走势预测

第八章充电桩及其主要上下游产品

第一节充电桩上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节充电桩行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第四部分行业竞争策略

第九章充电桩产品竞争力优势分析

第一节整体产品竞争力评价

第二节产品竞争力评价结果分析

第三节竞争优势评价及构建建议

第十章充电桩行业市场竞争策略分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节充电桩企业竞争策略分析

一、提高充电桩企业核心竞争力的对策

二、影响充电桩企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高充电桩企业竞争力的策略

第十一章充电桩行业重点企业竞争分析

第一节企业一

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2013-2015年经营状况分析

五、2013-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第二节企业二

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2013-2015年经营状况分析

五、2013-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第三节企业三

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2013-2015年经营状况分析

五、2013-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第四节企业四

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2013-2015年经营状况分析

五、2013-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第五节企业五

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2013-2015年经营状况分析

五、2013-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第五部分行业前景预测

第十二章充电桩行业投资与发展前景分析

第一节充电桩行业投资机会分析

一、充电桩投资项目分析

二、可以投资的充电桩模式

三、2015年充电桩投资机会

第二节2016-2022年中国充电桩行业发展预测分析

一、未来充电桩发展分析

二、未来充电桩行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、“十三五”行业发展趋势

第十三章充电桩产业用户度分析

第一节充电桩产业用户认知程度

第二节充电桩产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第六部分行业投资策略

第十四章2016-2022年充电桩行业发展趋势及投资风险分析

第一节当前充电桩存在的问题

第二节充电桩未来发展预测分析

一、中国充电桩发展方向分析

二、2016-2022年中国充电桩行业发展规模预测

三、2016-2022年中国充电桩行业发展趋势预测

第三节2016-2022年中国充电桩行业投资风险分析

一、出口风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、产品投资风险

第十五章专家观点与结论

第一节充电桩行业营销策略分析及建议

一、充电桩行业营销模式

二、充电桩行业营销策略

第二节充电桩行业企业经营发展分析及建议

一、充电桩行业经营模式

二、充电桩行业生产模式

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、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201604/132520.html>