
新能源汽车行业市场突围建议 及需求分析报告

目录

绪论.....	
一、2023-2028 年宏观政策背景下新能源汽车业发展现状.....	
(一)、2022 年新能源汽车业发展环境分析.....	
(二)、国际形势对新能源汽车业发展的影响分析.....	
(三)、新能源汽车业经济结构分析.....	
二、新能源汽车企业战略目标.....	
三、新能源汽车企业战略选择.....	
(一)、新能源汽车行业 SWOT 分析.....	
(二)、新能源汽车企业战略确定.....	
(三)、新能源汽车行业 PEST 分析.....	
1、政策因素.....	
2、经济因素.....	10
3、社会因素.....	11
4、技术因素.....	11
四、2023-2028 年新能源汽车企业市场突破具体策略.....	11
(一)、密切关注竞争对手的策略，提高新能源汽车产品在行业内的竞争力.....	11
(二)、使用新能源汽车行业市场渗透策略，不断开发新客户.....	12
(三)、实施新能源汽车行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源.....	12
(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系.....	12
(五)、实施线上线下融合，深化新能源汽车行业国内外市场拓展.....	13
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略.....	13
五、新能源汽车业数据预测与分析.....	14
(一)、新能源汽车业时间序列预测与分析.....	14
(二)、新能源汽车业时间曲线预测模型分析.....	15
(三)、新能源汽车行业差分方程预测模型分析.....	16
(四)、未来 5-10 年新能源汽车业预测结论.....	16
六、2023-2028 年新能源汽车业竞争格局展望.....	17
(一)、新能源汽车业经济周期分析.....	17
(二)、新能源汽车业的增长与波动分析.....	17
(三)、新能源汽车业市场成熟度分析.....	18
七、新能源汽车业的外部环境及发展趋势分析.....	19
(一)、国际政治经济发展对新能源汽车业的影响.....	19
(二)、国内政治经济发展对新能源汽车业的影响.....	19
(三)、国内突出经济问题对新能源汽车业的影响.....	20
八、新能源汽车行业风险控制解析.....	20
(一)、新能源汽车行业系统风险分析.....	20
(二)、新能源汽车业第二产业的经营风险.....	20
九、未来新能源汽车企业发展的战略保障措施.....	21
(一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构.....	21
(二)、加强人才培养和引进.....	22
1、制定总体人才引进计划.....	22
2、渠道人才引进.....	23

3、内部员工竞聘.....	23.....
(三)、加速信息化建设步伐.....	23.....
十、新能源汽车成功突围策略.....	24.....
(一)、寻找新能源汽车行业准差异化消费者兴趣诉求点.....	24.....
(二)、新能源汽车行业精准定位与无声消费教育.....	24.....
(三)、从新能源汽车行业硬文广告传播到深度合作.....	25.....
(四)、公益营销竞争激烈.....	25.....
(五)、电子商务提升新能源汽车行业广告效果.....	26.....
(六)、新能源汽车行业渠道以多种形式传播.....	26.....
(七)、强调市场细分，深耕新能源汽车产业.....	26.....
十一、“疫情”对新能源汽车业可持续发展目标的影响及对策.....	27.....
(一)、国内有关政府机构对新能源汽车业的建议.....	27.....
(二)、关于新能源汽车产业上下游产业合作的建议.....	28.....
(三)、突破新能源汽车企业疫情的策略.....	28.....

绪论

本文主要分析了新能源汽车行业公司在未来五年（2023-2028）中的市场突破份额，并提供了指导意见。公司战略的表现形式和具体选择可以说是非常多样化的。每个特定的选择都会有很大的差异或很小的差异。当然，每个选择都有充分的理由和特定的不同条件。本文之所以尝试探索企业的丰富多样的战略选择，是为了在很短的时间内告诉新能源汽车行业业务经理，为实现市场突破性发展，有多少种基本的选择策略，每种选择策略的根本原因是什么。本文只可当做学习参考行业报告模板，不提供其他参考。

根据编制者的调查，分析和预测，本报告将从以下九个方面开始对新能源汽车行业的过去发展进行详细的研究和分析，并专业地预测新能源汽车行业的未来发展趋势，并对发展前景提出合理的建议。

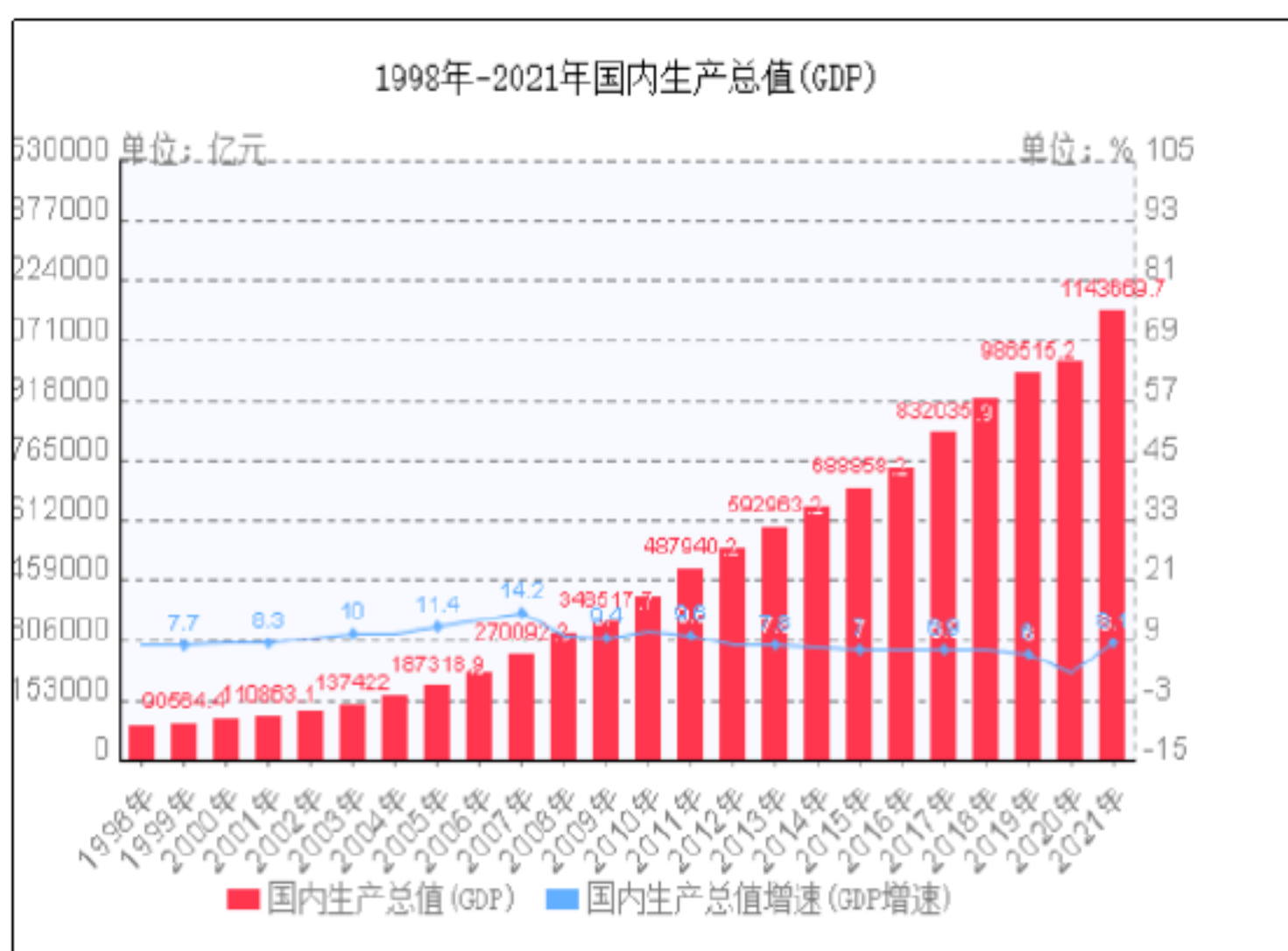
一、2023-2028 年宏观政策背景下新能源汽车业发展现状

（一）、2022 年新能源汽车业发展环境分析

新能源汽车业的环境不断改善，新的市场主体不断涌现。据国家统计局统计，中国国内生产总值（GDP）比上年增长 8.1%，两年平均增长 5.1%，居世界主要经济体之首。

经济规模超过 110 万亿元，达到 114.4 万亿元，居世界第二大经

济体，人均 GDP 突破 8 万元。2021，中国人均 GDP 将达到 80976 元，按年均汇率计算将达到 12551 美元，超过世界人均 GDP 水平。在此期间，新能源汽车业稳步发展并保持增长。2021，新的税费减免项目和北京证券交易所的推出，也为新能源汽车行业的相关企业开辟了一个新的天地，供直接融资。在疫情影响下，发展不平衡和不足的问题日益突出。中国积极扩大内需战略，大力推进供给侧结构性改革，新能源汽车业结构调整和转型升级取得新进展。全国居民恩格尔系数为 29.8%，比上年下降 0.4 个百分点。内需对企业增长的贡献占主导地位，消费结构持续升级，新能源汽车业需求结构持续改善。



(二)、国际形势对新能源汽车业发展的影响分析

俄乌冲突后，全球大宗商品价格全面上涨，油价近八年来首次突破 100 美元，间接导致新能源汽车业运营成本上升。随着油价上涨，

全球高通胀压力也在迅速上升。未来几年，新能源汽车业产业链上的上下游企业将面临更大的压力。同时，受疫情影响，世界经济复苏艰难，全球生产和供应周期不畅，全球新能源汽车业也在积极推进新发展思路的建设。虽然从总体上看，国内发展面临着需求萎缩、供给冲击和预期减弱的压力，但长期以来新能源汽车业的基本面没有改变，发展韧性好、潜力充足、空间大的特点没有改变。

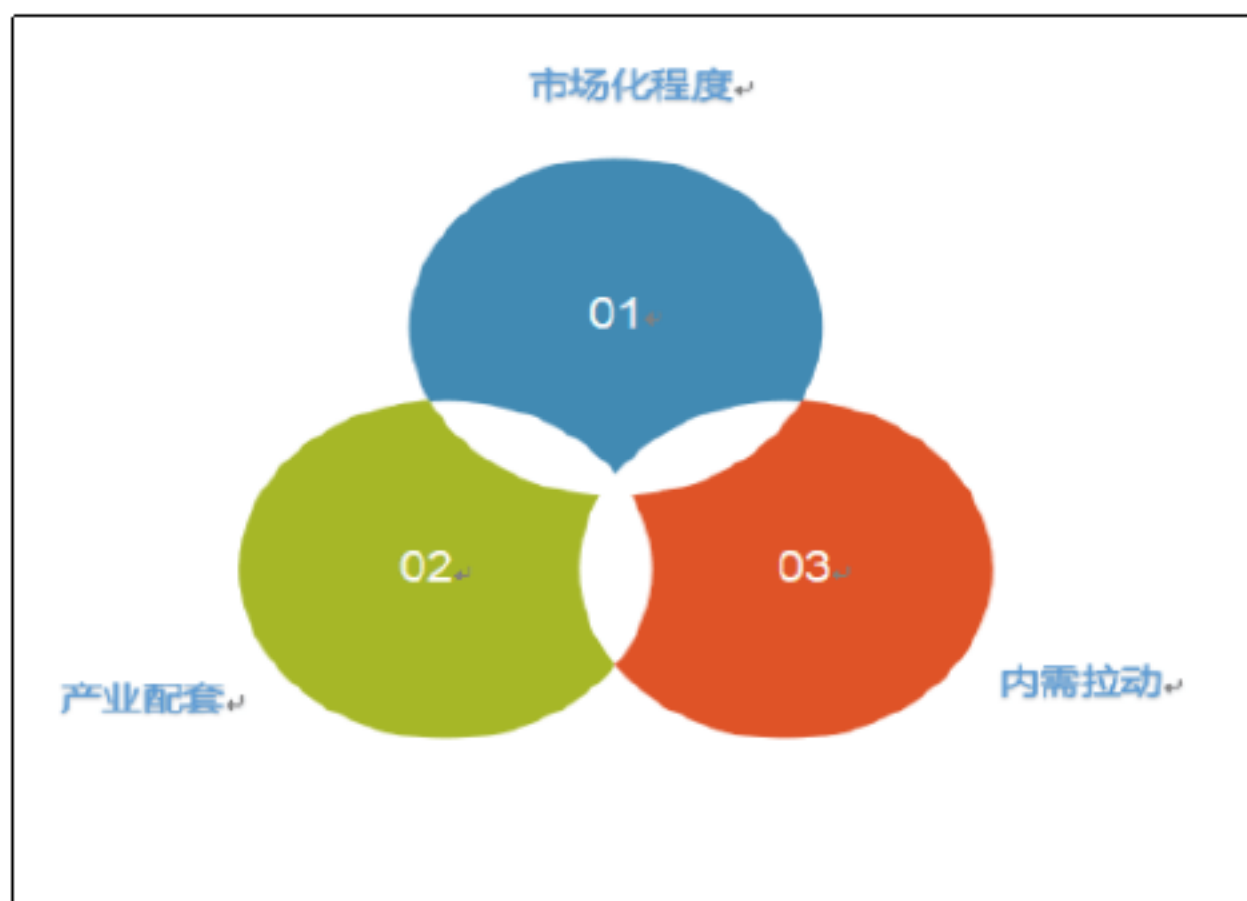


(三)、新能源汽车业经济结构分析

一是新能源汽车业市场化程度逐步提高。从上游供应到市场部署；企业往往通过资本市场实现兼并、破产和重组；产业布局呈现资源（资金、技术、人才）向东南演进、集中、转移的趋势，新能源汽车行业协会的作用逐渐显现优势。

二是大力支持新能源汽车业。从产业结构来看，我国的新能源汽车业有许多子产业，产业链体系相对完整；从产业布局看，大企业集中在重点城市，中小企业集中在县、镇、乡，形成产业集群，基本形成相互协调、相互支持的格局。

第三，内需是主要驱动力。随着国民经济的快速增长和居民可支配收入的提高，国内对新能源汽车业的消费需求仍有很大的增长空间，这将继续是该行业发展的主要动力。



二、新能源汽车企业战略目标

新能源汽车公司计划在未来 5 年内继续拓展国内市场，在国内市场打造自有新能源汽车品牌，进行自主销售，通过进军大型商场、开设线下门店等方式扩大经营。未来计划在所有直辖市开设新能源汽车直销店、店铺。

三、新能源汽车企业战略选择

本报告提供了与战略相关的具体措施，仅供内外部环境分析参考。

(一)、新能源汽车行业 SWOT 分析

SWOT是通过综合评价分析进而析对象的优势、劣势、机会和威胁得出结论，通过内部资源与外部环境的有机结合，明确确定分析对象的资源优势和资源的一种战略分析方法。不足之处，了解对象面临的机遇和挑战，从战略和战术两个层面调整方法和资源，以确保分析对象的实施，实现所要达到的目标。SWOT分析法，又称形势分析法，是一种能够客观、准确地分析和研究一个单位实际情况的方法。SWOT代表：trengths（优势）、weaknesses（劣势）、opportunities（机遇）、threats（威胁）。

可选战略 机遇、威胁	优势、劣势 优势 (S) 1. 机械化技术 2. 资金雄厚 3. 内部团队管理 4. 生产管理能力强	劣势 (W) 1. 人工成本提高 2. 员工储备人数少 3. 客户单一 4. 产品单一
机会 (O) 1. 国内经济环境 2. 国内消费趋势 3. 国内市场需求增加 4. 品牌销售网络	SO 战略 抓住机遇，发挥优势 充分发挥生产管理、资金优势，抓住国内市场需求增加的机遇，通过优质的产品品质、个性化的产品设计，扩大建立自主品牌影响力，扩大市场规模。	WO 战略 抓住机遇，缩小劣势 抓住国内市场需求增加的机遇，利用多种类型的销售策略，通过提高生产组装机械化程度，降低人工总成本，进行个性化产品设计，扩充产品线，增加销售渠道。
威胁 (T) 1. 供货成本提高 2. 利润空间缩减 3. 供货商转化能力强 4. 替代产品出现	ST 战略 发挥优势，应对威胁 充分发挥生产管理、资金优势，加强财务管理，增加市场份额，开发新的产品线，开拓新市场，避免单一产品经营的风险。	WT 战略 缩小劣势，应对威胁 巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。

(二)、新能源汽车企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

(三)、新能源汽车行业 PEST 分析

1、政策因素

(1) 中央印发的新能源汽车产业发展“十三五”规划明确要求，到 2020 年，新能源汽车产业增长 30%，各地出台政策，提高行业渗透率。

(2) 2020 年，新能源汽车行业将成为政策红利市场。国务院政府

报告指出，新能源汽车产业将有助于提高人民生活质量。

2020年是新能源汽车行业发展非常关键的一年。首先，从外部宏观环境来看，影响行业发展的新政策、新法规将陆续出台。经济增长方式的转变和严格的节能减排对新能源汽车产业的发展产生了深远的影响。此外，还有通胀、人民币升值、人力资源成本上升等因素。从公司内部来看，产业链各环节的竞争、技术升级、出口市场逐渐萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者必须面对和急需解决的问题。

、经济因素

(1)新能源汽车行业需求持续火热，新能源汽车领域资金利好，行业长期发展。

(2)“十三五”规划纲要提出，经济保持中高速增长。未来五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到2020年国内生产总值和城乡居民人均收入比2019年翻一番，主要经济体各项指标均衡协调，发展质量和效益显著提高；创新驱动发展成效显著；发展协调能力明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明显著提高；生态环境总体质量有所改善；各种系统都变得更加成熟，更加千篇一律。那么，在“十三五”背景下，我国新能源汽车产业如何看现状、定未来、战略前瞻、科学规划、谋求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展奠定坚实基础。

(3)下游行业交易规模增长，为新能源汽车行业提供新的发展动

力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%。居民消费水平的提高为新能源汽车行业的市场需求提供了经济基础。

、社会因素

(1) 传统新能源汽车行业存在市场门槛低、缺乏统一的行业标准服务流程和专业监管等问题，影响行业发展。互联网与新能源汽车相结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。

90 后、00 后等人群逐渐成为新能源汽车行业的主要消费群体。

4、技术因素

(1) 技术赋能 VR 大数据、云计算、新能源汽车、5G 等从一线城市逐步向二、三、四线城市过渡，实现新能源汽车的普及 行业技术经验。

(2) 新能源汽车行业引入 ERP OA EAP 等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率。

四、2023-2028 年新能源汽车企业市场突破具体策略

一)、密切关注竞争对手的策略，提高新能源汽车产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出，“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为

收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势，是企业生存和发展的关键。目前，企业可以围绕第一战略，尽快提高新能源汽车行业产品的竞争力，尽量缩小与新能源汽车行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距，努力做到实现战术自我创新。

二)、使用新能源汽车行业市场渗透策略，不断开发新客户

对于成功开发的新能源汽车行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

三)、实施新能源汽车行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注新能源汽车行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，不断开拓各种市场创新源。

四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从新能源汽车行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将新能源汽车行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多

利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

五)、实施线上线下融合，深化新能源汽车行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议新能源汽车行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。新能源汽车公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让新能源汽车企业占据较大的市场份额，增加销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略

的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于新能源汽车行业公司确定公司的竞争地位。

一)、新能源汽车业时间序列预测与分析

根据新能源汽车业总产值与时间的内在关系，通过之前获得的数据建立了新能源汽车业的时间序列方程，并通过建立的时间序列方程预测了未来几年的产量。

建立时间序列方程的原则如下：

时间序列方程的表达式为： $y = a + b \times t$

其中 y 为输出， a 和 B 为模型参数， t 为年份。

根据近年来从新能源汽车行业获得的数据，对参数 a 和 B 进行相应的估计，以获得参数 a 和 B 的估计。获得参数的估计后，可以得到我们想要预测的时间序列方程。然后，通过输入自变量（时间），可以得到未来三到十年内新能源汽车业的预测值。如果要使预测值和上次观测值之间的差值更小，换句话说，要使预测值与实际值进行比较，需要控制两个因素，首先，应尽可能多地获取新能源汽车行业的原始数据。原始数据越多，就越容易找到统计规则。最终得出的新能源汽

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/595032341141011113>