



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国汽车电器市场 评估与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2017年中国汽车电器市场评估与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/226710.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

技术工艺，是衡量一个企业是否具有先进性，是否具备市场竞争力，是否能不断领先于竞争者的重要指标依据。随着我国汽车电器市场的发展，与之相关的核心生产技术应用与研发必将成为业内企业关注的焦点。了解国内外汽车电器生产核心技术的研发动向、工艺设备、技术应用及趋势对于企业提升产品技术规格，提高市场竞争力十分关键。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国汽车电器市场评估与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了世界汽车电器行业整体运营状况、中国汽车电器行业市场发展环境，接着分析了中国汽车电器行业市场运行的现状，然后介绍了中国汽车电器市场竞争格局。随后，报告对中国汽车电器做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车电器发展前景。您若想对汽车电器产业有个系统的了解或者想投资汽车电器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 2012-2013年世界汽车电器行业整体运营状况分析

第一节 2012-2013年世界汽车电器行业运行环境分析

第二节 2012-2013年世界汽车电器行业市场运行格局

一、世界汽车电器市场特征分析

二、世界汽车电器技术新进展分析

三、世界汽车电器市场动态分析

第三节 2012-2013年世界汽车电器品牌主要国家分析

一、美国车载电器市场看涨

二、日本汽车电器业大幅减产

三、德国汽车电器业市场动态分析

第四节 2013-2017年世界汽车电器行业发展趋势分析

第二章 2012-2013年中国汽车电器行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节2012-2013年中国汽车电器市场政策环境分析

一、行业政策

二、相关行业政策

第三节2012-2013年中国汽车电器市场社会环境分析

第三章 2012-2013年中国汽车电器行业市场运行态势剖析

第一节2012-2013年中国汽车电器市场发展现状分析

一、成为世界第三大汽车生产国

二、汽车产业集群 推动汽车产业链更快发展

第二节2012-2013年中国汽车电器技术现状

一、新一代汽车速度传感器问世

二、汽车电器低速网络控制系统的研制

第三节2012-2013年中国汽车电器市场存在的问题分析

一、缺乏强势品牌

二、开发能力有待进一步提高

三、经营模式落后

四、市场秩序混乱

第四章 2012-2013年中国车载户外电视产业运行新形势分析

第一节 2012-2013年中国车载移动电视产业现状综述

一、车载移动电视市场步入发展新阶段

二、产业化之路初露端倪

三、中国车载移动电视覆盖规模分析

四、移动电视发展势如破竹

五、车载电视关键技术研究

第二节 2012-2013年中国车载电视运营模式分析

一、服务运营模式分析

二、车载电视盈利模式

第三节2012-2013年车载电视产业影响因素分析

一、市场持续走高三大动因分析

二、中国车载移动面临的瓶颈分析

第四节 提升公交车载电视发展战略分析

一、建立多样化盈利模式

二、加强内容建设

三、丰富广告产品

四、完善传播技术

第五章 2012-2013年中国汽车音响运行新格局透析

第一节 2012-2013年中国汽车音响产业概况

一、中国汽车音响成功进入国际汽车产业链

二、世界汽车音响产业逐步转移到中国

三、中国汽车产业引领汽车音响迅速发展

四、汽车音响产业带火元器件产业发展

五、汽车音响改装行业期待和谐发展

第二节 2012-2013年中国汽车音响市场分析

一、汽车音响市场呈现"三分天下"的局面

二、经销状况分析

三、平面媒体广告投放分析

四、汽车音响成为市场热点

五、我国汽车音响市场本土产品所占份额少

六、中国汽车音响按键模组市场需求分析

第三节 2013-2017年中国汽车音响市场发展的四大趋势

第六章 2012-2013年中国汽车电器业内热点产品运营探析

第一节 车载DVD

一、日韩品牌在中国车载DVD市场的发展状况

二、车载DVD国产品牌渐崛起

三、车载DVD普及的问题分析

四、推动车载DVD市场发展的因素

第二节 汽车空调

一、国内外汽车空调技术进展

二、中国汽车空调市场新特点分析

- 三、奥特佳汽车空调压缩机销量涨
- 四、国内汽车空调发展问题及对策
- 五、未来新型动力车使用的空调系统预测

第三节 车载冰箱

- 一、车载冰箱国内外市场需求差异大
- 二、中国推出首款冷冻型车载冰箱
- 三、车载冰箱制造设备成行业热点
- 四、车载冰箱存在的缺点待改进

第七章 2012-2013年中国汽车电器市场消费调查分析

第一节 汽车电器用户消费水平分析

第二节 2012-2013年中国汽车电器流通渠道分析

- 一、代理商经营规模
- 二、代理商经营业绩
- 三、流通领域对汽车电器产品的品牌认知度
- 四、代理商选择代理品牌考虑因素分析
- 五、代理商希望得到厂家的支持

第三节 影响用户购买汽车电器因素分析

- 一、质量
- 二、性能
- 三、价格
- 四、品牌
- 五、售后服务

第四节 2012-2013年中国汽车电器销售和生产策略要考虑以下的关键因素

- 一、汽车制造厂对车型的设计趋势
- 二、汽车电器系统的技术发展，如更多采用电气化控制系统；
- 三、汽车制造区域的迁移和不同地区汽车电器制造能力
- 四、争取多方客户来源的关系及其发展性质
- 五、制定汽车电器生产规划本身的灵敏性

第八章 2012-2013年中国汽车电器市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国汽车电器市场竞争格局总况

一、国内各大彩电巨头纷纷抢占汽车电子市场

二、国际汽车巨头企业在华大幅扩产

第二节 2012-2013年中国汽车电器竞争力体现

第三节 2012-2013年中国汽车电器产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节 2013-2017年中国汽车电器行业竞争趋势分析

第九章 2012-2013年世界汽车电器巨头企业在华投资营运状况浅析

第一节 德国的博世

一、企业概况

二、在华市场运营状况分析

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 日本的电装

一、企业概况

二、在华市场运营状况分析

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三节 美国的德尔福

一、企业概况

二、在华市场运营状况分析

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第十章 2012-2013年中国汽车电器优势生产企业竞争力分析

第一节 先锋高科技(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 信华精机有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 东莞歌乐东方电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 广州电装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 惠州东风易进工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 河源市力王实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 法雷奥汽车空调湖北有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 天津电装空调有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 上海威乐汽车空调器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 浙江乐迪电子科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2012-2013年中国汽车用品运行形态分析

第一节 2012-2013年中国汽车用品行业概况

- 一、国内汽车用品市场发展特征分析
- 二、女性成为汽车用品市场消费生力军
- 三、汽车用品市场销售渠道分析
- 四、中国汽车用品超市异军突起

第二节 2012-2013年中国汽车用品市场发展近况分析

- 一、汽车用品市场新品纷呈
- 二、经济寒流重创国内汽车用品市场
- 三、中国汽车用品行业以团结合作应对危机
- 四、汽车用品市场显现回暖趋势

第三节 2012-2013年中国部分地区汽车用品市场的发展

- 一、长三角汽车用品市场总体概况
- 二、浙江汽车用品行业发展综述
- 三、河南汽车用品市场发展前景可期
- 四、北京汽车用品市场竞争格局剖析
- 五、广州汽车用品行业发展状况
- 六、青岛汽车用品市场发展现状透析

第四节 2012-2013年中国汽车用品的品牌发展分析

- 一、汽车用品的品牌与连锁分析
- 二、从“山寨”旋风透视汽车用品行业的品牌建设
- 三、中国汽车用品行业亟需培育强势品牌
- 四、汽车用品行业品牌发展案例解析

第五节 2012-2013年中国汽车用品的网络经营状况

- 一、汽车用品网络销售的优劣势
- 二、汽车用品网店呈现加速发展态势
- 三、中国汽车用品网络交易存在的问题
- 四、打造汽车用品网店高端品牌的策略

第六节 2012-2013年中国汽车用品经销商发展分析

- 一、经销商对汽车用品市场发展的重要性
- 二、汽车用品经销商的产品选择
- 三、汽车用品经销商终端建设的挑战及策略

四、汽车用品4S店运作优势及营销方案

五、汽车用品经销商未来的发展方向

第七节 2012-2013年中国汽车用品行业存在的问题及对策

一、中国汽车用品行业的"六大怪圈"

二、汽车用品行业面临转型挑战

三、汽车用品标准执行不力掣肘行业发展

四、汽车用品市场价格竞争的原因及解决措施

五、汽车用品市场广告投放策略

六、汽车用品市场的发展出路探讨

第十二章 2013-2017年中国汽车电器前景展望与趋势预测

第一节 2013-2017年中国汽车电器前景展望

一、中国汽车电子产业商机巨大

二、中国车载冰箱市场前景看好

三、车载电视市场发展前景良好

四、中国车载导航产品发展潜力大

第二节 2013-2017年中国汽车电器的发展方向

一、"一站式"连锁经营

二、专业化和国际化

第三节 2013-2017年中国汽车电器行业市场预测分析

第四节 2013-2017年中国汽车电器市场盈利预测分析

第十三章 2013-2017年中国汽车电器投资战略研究

第一节 2012-2013年中国汽车电器投资概况

一、中国汽车电器投资特性

二、中国汽车电器投资价值研究

三、中国汽车电器投资环境分析

第二节 2013-2017年中国汽车电器行业投资机会分析

一、汽车电器市场蕴含了巨大商机

二、区域投资潜力分析

第三节 2013-2017年中国汽车电器行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、市场运营机制风险

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国汽车电器市场评估与投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/226710.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。