

2019年中国汽车车灯行业分析报告- 行业现状与未来商机预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国汽车车灯行业分析报告-行业现状与未来商机预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/405066405066.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

车灯按功能可以分为照明灯和信号灯两种。照明灯包括前大灯、雾灯、制动灯等；而信号灯则包括转向信号灯、危险报警灯、尾灯等。一般可以分为前照灯、后组合灯、和小灯。车灯最主要的两块是前照灯和后组合灯，前照灯在车灯中单车价值占比53%，其中后组合灯包括：转向灯、刹车灯、后雾灯，倒车灯、回复反射器。

车灯技术路线历经了卤素灯到氙气灯再到LED灯的升级过程。总体来看LED具备寿命长、能耗低、响应快、智能化的延展性更好以及单车价值大的特点。具体地，从功能上的优势来看，LED车灯具备色彩鲜艳丰富、寿命长、高效率、低功耗、体积小、重量轻等独特优势。从消费升级的角度来说，LED车灯使得汽车更加具备科技感和潮流感，极大的满足消费者的消费诉求，提升厂商的品牌竞争力。

卤素车灯诞生在1960年代，单车价值500块左右，毛利率25%。1990年初推出的氙气灯在使用生命和亮度方面有了大幅度的提升，单车价值翻倍，毛利率提升的幅度不大。1990年末出现的LED大灯，直到2000年以后开始大规模应用，单车价值再次翻倍到2000元左右，毛利率提升至30%以上。不同类型车灯平均毛利率对比

资料来源：中国报告网整理

从全球整体车灯市场来看，大部分外资或合资整车厂在车灯配套体系中都有比较稳定的供货商，如日系车灯供货商有小糸、斯坦雷等，欧系有海拉、欧司朗等。中高端乘用车市场基本上有外资与合资企业所占比例更高，部分内资车灯企业采取低价策略争夺优质客户。小糸的第一大股东是丰田，持股比例为20%。马瑞利为FCA集团子公司，斯坦雷的最大股东则是本田，市光工业被法雷奥收购，同时丰田持股6.1%，因此车灯企业都隶属相应派系，为关联企业供应车灯。全球车灯市场结构分布

资料来源：中国报告网整理

日本小糸与华域汽车合资建立上海小糸车灯，2017年被华域汽车收购日本小糸的50%股权，2018年3月完成并表。星宇股份与海拉集团相似，都无整车标签，拥有更强的独立性，避免车企出于竞争考虑不对其开放的麻烦，在这一点上使得星宇容易进入各大车企的配套体系。

目前国内汽车市场上，自主品牌配有LED前照灯仅为4.7%，远小于合资品牌的21.36%。进口车型的LED前照灯渗透率已经达到33.28%，而目前海外LED灯的整体渗透率约为30%。国内LED配置的情况与国外有很大差距，目前国内自主品牌低端车型还是以卤素车灯为主，即使是合资车型与国外版本相比仍然是落后的。无论是向来低价高配的自主品牌车型，还是对标海外的合资车，总体来说车等配置相对滞后严重，都有很强的动力进行车灯升级。预计国内LED车灯将迎来快速渗透期，2020年从现在10%渗透率提升至30%。

预计2020年车灯总体市场规模达到517亿元，复合增速8.9%，LED大灯市场规模从现在71亿元达到175.7亿元，复合增速34.8%。目前前车灯卤素灯、氙气灯与LED均价分别在5

00、1000、2000元，渗透率分别为65%、25%、10%，当前一套车灯的单车价值1800元，前大灯的单车价值比例在53%。至2020年，前车灯卤素、氙气灯与LED均价为500、800、1700元，渗透率为40%、30%、30%。未来几年LED前照灯将加速渗透

资料来源：公开资料整理（YM）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国汽车车灯行业分析报告-行业现状与未来商机预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国汽车车灯行业发展概述

第一节 汽车车灯行业发展情况概述

- 一、汽车车灯行业相关定义
- 二、汽车车灯行业基本情况介绍
- 三、汽车车灯行业发展特点分析

第二节 中国汽车车灯行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、汽车车灯行业产业链条分析

三、中国汽车车灯行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车车灯行业生命周期分析

一、汽车车灯行业生命周期理论概述

二、汽车车灯行业所属的生命周期分析

第四节 汽车车灯行业经济指标分析

一、汽车车灯行业的赢利性分析

二、汽车车灯行业的经济周期分析

三、汽车车灯行业附加值的提升空间分析

第五节 中国汽车车灯行业进入壁垒分析

一、汽车车灯行业资金壁垒分析

二、汽车车灯行业技术壁垒分析

三、汽车车灯行业人才壁垒分析

四、汽车车灯行业品牌壁垒分析

五、汽车车灯行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球汽车车灯行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车车灯行业发展历程回顾

第二节 全球汽车车灯行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车车灯行业地区市场分析

一、亚洲汽车车灯行业市场现状分析

二、亚洲汽车车灯行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲汽车车灯行业市场前景分析

第四节 北美汽车车灯行业地区市场分析

一、北美汽车车灯行业市场现状分析

二、北美汽车车灯行业市场规模与市场需求分析

三、北美汽车车灯行业市场前景分析

第五节 欧盟汽车车灯行业地区市场分析

一、欧盟汽车车灯行业市场现状分析

二、欧盟汽车车灯行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟汽车车灯行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界汽车车灯行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球汽车车灯行业市场规模预测

第三章 中国汽车车灯产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品汽车车灯总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车车灯行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车车灯产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国汽车车灯行业运行情况

第一节 中国汽车车灯行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车车灯行业市场规模分析

第三节 中国汽车车灯行业供应情况分析

第四节 中国汽车车灯行业需求情况分析

第五节 中国汽车车灯行业供需平衡分析

第六节 中国汽车车灯行业发展趋势分析

第五章 中国汽车车灯所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车车灯所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车车灯所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国汽车车灯所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国汽车车灯市场格局分析

第一节 中国汽车车灯行业竞争现状分析

一、中国汽车车灯行业竞争情况分析

二、中国汽车车灯行业主要品牌分析

第二节 中国汽车车灯行业集中度分析

一、中国汽车车灯行业市场集中度分析

二、中国汽车车灯行业企业集中度分析

第三节 中国汽车车灯行业存在的问题

第四节 中国汽车车灯行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车车灯行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国汽车车灯行业需求特点与动态分析

第一节 中国汽车车灯行业消费市场动态情况

第二节 中国汽车车灯行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 汽车车灯行业成本分析

第四节 汽车车灯行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国汽车车灯行业价格现状分析

第六节 中国汽车车灯行业平均价格走势预测

一、中国汽车车灯行业价格影响因素

二、中国汽车车灯行业平均价格走势预测

三、中国汽车车灯行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国汽车车灯行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车车灯行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地汽车车灯市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车车灯市场规模分析

四、华东地区汽车车灯市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区汽车车灯市场规模分析

四、华中地区汽车车灯市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区汽车车灯市场规模分析

第九章 2016-2018年中国汽车车灯行业竞争情况

第一节 中国汽车车灯行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国汽车车灯行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车车灯行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车车灯行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国汽车车灯行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车车灯行业未来发展前景分析

- 一、汽车车灯行业国内投资环境分析
- 二、中国汽车车灯行业市场机会分析
- 三、中国汽车车灯行业投资增速预测

第二节 中国汽车车灯行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车车灯行业市场发展预测

- 一、中国汽车车灯行业市场规模预测
- 二、中国汽车车灯行业市场规模增速预测
- 三、中国汽车车灯行业产值规模预测
- 四、中国汽车车灯行业产值增速预测
- 五、中国汽车车灯行业供需情况预测

第四节 中国汽车车灯行业盈利走势预测

- 一、中国汽车车灯行业毛利润同比增速预测
- 二、中国汽车车灯行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国汽车车灯行业投资风险与营销分析

第一节 汽车车灯行业投资风险分析

- 一、汽车车灯行业政策风险分析
- 二、汽车车灯行业技术风险分析
- 三、汽车车灯行业竞争风险
- 四、汽车车灯行业其他风险分析

第二节 汽车车灯行业企业经营发展分析及建议

- 一、汽车车灯行业经营模式
- 二、汽车车灯行业销售模式
- 三、汽车车灯行业创新方向

第三节 汽车车灯行业应对策略

- 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

第十三章 2019-2025年中国汽车车灯行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车车灯行业品牌战略分析

- 一、汽车车灯企业品牌的重要性
- 二、汽车车灯企业实施品牌战略的意义
- 三、汽车车灯企业品牌的现状分析
- 四、汽车车灯企业的品牌战略

五、汽车车灯品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车车灯行业市场重点客户战略实施

- 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

第三节 中国汽车车灯行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国汽车车灯行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车车灯行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国汽车车灯行业定价策略分析

第三节 中国汽车车灯行业营销渠道策略

- 一、汽车车灯行业渠道选择策略
- 二、汽车车灯行业营销策略

第四节 中国汽车车灯行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国汽车车灯行业重点投资区域分析
- 二、中国汽车车灯行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/405066405066.html>