

2018年中国智能座舱市场分析报告- 行业运营态势与发展前景研究

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《2018年中国智能座舱市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》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/yunshufuzhusheshi/325582325582.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

根据我们对国内TOP10合资品牌和TOP10自主品牌所有在售车型的参数配置情况及2017.1~10月累计产量情况进行统计所计算得出的国内各类智能座舱产品前装渗透率数据，可以发现国内前装智能座舱产品渗透具有如下特点：

整体特点：中控屏在前装渗透已经逐步进入成熟期，CD/DVD处于衰退期，360全景摄像头、液晶仪表盘、HUD、流媒体后视镜等新兴产品尚处于渗透起步期。目前中控屏在国内乘用车中的平均渗透率约为59%，在所有电子座舱产品中渗透率最高。可以发现中控屏和CD/DVD之间呈现明显的相互替代关系，两者的渗透率合计在100%左右，但是随着中控屏渗透率逐渐提高，CD/DVD渗透率逐渐下降，目前CD/DVD渗透率约为34%。360全景摄像头（8.65%）、行车记录仪（4.36%）、液晶仪表盘（3.79%）、HUD（2.72%）、流媒体后视镜（0.28%）、后排液晶屏（0.18%）等产品渗透率极低，均落在个位数区间内。

分品牌特点：自主品牌前装中控屏渗透率较合资品牌高出20%，新兴产品渗透率差距与大。中控屏在自主品牌中的渗透率已高达71.45%，高出合资品牌20%，可以看出合资品牌“中控屏替代CD/DVD的进程”明显慢于自主品牌。渗透起步期的产品在合资品牌和自主品牌中的渗透率差距与大，其中360全景摄像头、行车记录仪这两款产品自主开始与合资拉开约6%的差距。

分价位特点：中控屏在合资品牌低端车（15万及以下）的渗透明显与足，在合资品牌中端车（15~30万）的渗透尚有10%~20%的上升空间。

图：2017年前装智能座舱产品渗透率分品牌统计情况

资料来源：公开资料整理

注：以上数据根据“中控屏渗透率= $(\sum_{i=1}^n \text{第}i\text{种车型中控屏配置参数} \times \text{第}i\text{种车型} \sim \text{累计产量}) \div \text{乘用车} \sim \text{累计产量}$ ”计算得出，其中配置参数来自于太平洋汽车网和汽车之家，车型累计产量数据来自于乘联会；国金证券研究所计算机组共统计了产量TOP10自主品牌（市占率合计70%）及TOP10合资品牌（市占率合计80%）截至2017.11月底所有在售车型

图：2017年前装智能座舱产品渗透率分价位统计情况

资料来源：公开资料整理

基于附录中所列示的核心假设以及我们搭建的行业空间预测模型，我们预计未来智能座舱2017/2018/2019年整体市场规模分别为336亿/517亿/720亿，2018/2019年同比增长率将达到54%和39%。其中2017/2018/2019年面向合资品牌乘用车的市场规模分别为205亿/320亿/433亿，2018/2019年可实现同比增长率分别为56%和35%；2017/2018/2019年面向自主品牌乘用车的市场规模分别为130亿/197亿/287亿。面向合资品牌乘用车的市场规模整体大于自主品牌乘用车。

图：智能座舱市场空间预测（亿元）

资料来源：公开资料整理

根据上述的预测数据，未来两年主要的智能座舱产品市场空间变化具有如下情况：

1)中控屏：2017年中控屏市场规模约占智能座舱总体市场空间的64%，随着其他智能座舱产品渗透率提升，中控屏的贡献度将逐渐下降至2019年整体市场空间的42%。由于中控屏在上述8类智能座舱产品中渗透率最高，因此中控屏市场规模增速将慢于除CD/DVD之外的其他6类产品，我们预计2018/2019年中控屏市场的增速均在18%左右。

2)CD/DVD：中控屏集成了CD/DVD的多媒体播放、FM/AM收音等功能，因此中控屏和CD/DVD是相互替代的关系，随着中控屏前装渗透率的提升，CD/DVD渗透率将持续下滑，市场规模将逐渐萎缩。

3)360全景摄像头：360全景摄像头是实现L2级智能驾驶必不可少的传感设备，我国计划在2020年实现L1级智能驾驶50%的装车率，我们保守估计L2级智能驾驶将实现20%的装车率，那么360全景摄像头渗透率也将快速提升，我们预计360全景摄像头将成为仅次于中控屏的市场规模第二大智能座舱产品，2018/2019年增速将达136%和64%。

4)液晶仪表盘：传统的机械式仪表盘均价约为200元左右，而液晶仪表盘目前已经在吉利汽车远景S1、众泰汽车T300、T600、T700等低价位车型中配置，说明低价位车型中的液晶仪表盘价格在可接受的范围内，价格方面的因素与会阻碍其快速渗透。我们预计2018/2019年液晶仪表盘增速为307%/82%。（GYGSL）

我国高速增长的经济为智能座舱提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国智能座舱市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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统计局规模企业统计数据库及航空交易所等，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 2015-2017年中国智能座舱行业发展概述

第一节 智能座舱行业发展情况概述

一、智能座舱行业相关定义

二、智能座舱行业基本情况介绍

三、智能座舱行业发展特点分析

第二节 中国智能座舱行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、智能座舱行业产业链条分析

三、中国智能座舱行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智能座舱行业生命周期分析

- 一、智能座舱行业生命周期理论概述
- 二、智能座舱行业所属的生命周期分析
- 第四节 智能座舱行业经济指标分析
 - 一、智能座舱行业的赢利性分析
 - 二、智能座舱行业的经济周期分析
 - 三、智能座舱行业附加值的提升空间分析
- 第五节 国中智能座舱行业进入壁垒分析
 - 一、智能座舱行业资金壁垒分析
 - 二、智能座舱行业技术壁垒分析
 - 三、智能座舱行业人才壁垒分析
 - 四、智能座舱行业品牌壁垒分析
 - 五、智能座舱行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球智能座舱行业市场发展现状分析

- 第一节 全球智能座舱行业发展历程回顾
- 第二节 全球智能座舱行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲智能座舱行业地区市场分析
 - 一、亚洲智能座舱行业市场现状分析
 - 二、亚洲智能座舱行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲智能座舱行业市场前景分析
- 第四节 北美智能座舱行业地区市场分析
 - 一、北美智能座舱行业市场现状分析
 - 二、北美智能座舱行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美智能座舱行业市场前景分析
- 第五节 欧盟智能座舱行业地区市场分析
 - 一、欧盟智能座舱行业市场现状分析
 - 二、欧盟智能座舱行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟智能座舱行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界智能座舱行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球智能座舱行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国智能座舱产业发展环境分析

- 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、全社会消费品智能座舱总额

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 中国智能座舱行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国智能座舱产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、智能座舱环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国智能座舱行业运行情况

第一节 中国智能座舱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 中国智能座舱行业市场规模分析

第三节 中国智能座舱行业供应情况分析

第四节 中国智能座舱行业需求情况分析

第五节 中国智能座舱行业供需平衡分析

第六节 中国智能座舱行业发展趋势分析

第五章 中国智能座舱所属行业运行数据监测

第一节 中国智能座舱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 中国智能座舱所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国智能座舱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 2015-2017年中国智能座舱市场格局分析

第一节 中国智能座舱行业竞争现状分析

一、中国智能座舱行业竞争情况分析

二、中国智能座舱行业主要品牌分析

第二节 中国智能座舱行业集中度分析

一、中国智能座舱行业市场集中度分析

二、中国智能座舱行业企业集中度分析

第三节 中国智能座舱行业存在的问题

第四节 中国智能座舱行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能座舱行业竞争力分析

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 2015-2017年中国智能座舱行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国智能座舱行业消费特点

第二节 中国智能座舱行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 智能座舱行业成本分析

第三节 智能座舱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

第四节 中国智能座舱行业价格现状分析

第五节 中国智能座舱行业平均价格走势预测

- 一、中国智能座舱行业价格影响因素
- 二、中国智能座舱行业平均价格走势预测
- 三、中国智能座舱行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国智能座舱行业区域市场现状分析

第一节 中国智能座舱行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地智能座舱市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区智能座舱市场规模分析
- 四、华东地区智能座舱市场规模预测

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、华中地区智能座舱市场规模分析
- 四、华中地区智能座舱市场规模预测

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、华南地区智能座舱市场规模分析

第九章 2015-2017年中国智能座舱行业竞争情况

第一节 中国智能座舱行业竞争结构分析（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 中国智能座舱行业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 中国智能座舱行业竞争环境分析（智能座舱T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 智能座舱行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国智能座舱行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能座舱行业未来发展前景分析

一、智能座舱行业国内投资环境分析

二、中国智能座舱行业市场机会分析

三、中国智能座舱行业投资增速预测

第二节 中国智能座舱行业未来发展趋势预测

第三节中国智能座舱行业市场发展预测

- 一、中国智能座舱行业市场规模预测
- 二、中国智能座舱行业市场规模增速预测
- 三、中国智能座舱行业产值规模预测
- 四、中国智能座舱行业产值增速预测
- 五、中国智能座舱行业供需情况预测

第四节中国智能座舱行业盈利走势预测

- 一、中国智能座舱行业毛利润同比增速预测
- 二、中国智能座舱行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国智能座舱行业投资风险与营销分析

第一节 智能座舱行业投资风险分析

- 一、智能座舱行业政策风险分析
- 二、智能座舱行业技术风险分析
- 三、智能座舱行业竞争风险
- 四、智能座舱行业其他风险分析

第二节 智能座舱行业企业经营发展分析及建议

- 一、智能座舱行业经营模式
- 二、智能座舱行业销售模式
- 三、智能座舱行业创新方向

第三节 智能座舱行业应对策略

- 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2018-2024年中国智能座舱行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能座舱行业品牌战略分析

- 一、智能座舱企业品牌的重要性
- 二、智能座舱企业实施品牌战略的意义
- 三、智能座舱企业品牌的现状分析
- 四、智能座舱企业的品牌战略
- 五、智能座舱品牌战略管理的策略

第二节中国智能座舱行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户

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 中国智能座舱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 2018-2024年中国智能座舱行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能座舱行业产品策略分析

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 中国智能座舱行业定价策略分析

第二节 中国智能座舱行业营销渠道策略

一、智能座舱行业渠道选择策略

二、智能座舱行业营销策略

第三节 中国智能座舱行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智能座舱行业重点投资区域分析

二、中国智能座舱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/yunshufuzhusheshi/325582325582.html>