

2019年中国车载媒介行业分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

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《2019年中国车载媒介行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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/lingbujian/446466446466.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

作为一种车载媒介是指通过汽车车机等硬件产品，公交多媒体信息发布系统满足车主或成员在行车过程和间隙这一特定场景中的信息获取需求的媒介，其主要包括车载广告媒体硬件，例如多媒体铝风道、液晶信息系统屏、可视变光信息广告一体化系统等。

行业内主要种类

序号

产品名

称

产品说明

主要工序

技术

竞争优势

1

多媒体风道

多媒体风道可以实现与智能公交管理系统联动，

实现车辆实时信息、站点播报、公益广告等信息的文字和视频发布和显示。

领取原材料、组装灯箱、组装液晶屏、机加工、总成装配、稳定性测试、终检、入库。

风道组件分块设置技术，耐高低温及抗震抗压技术，动态导乘技术，LCD

屏控制显示技术。

阻燃、环保、轻量化，具有广告、线路导乘等高附加

值；可与智能公交管理系统联动自由切换更新广告内容及报站，平台支持数据批量发布。

2

液晶信息系统屏

液晶信息系统屏与智能公交综合信息管理系统联动，实现车辆实时信息、站点播报、公益广告等

信息的文字和视频发布和显示。

领取原材料、组装灯箱、组装液晶屏、机加工、总成装配、稳定性测试、终检、入库。

图片视频解码技术、GPS/BD、4G通讯技术、LCD屏显示技术。

液晶、高亮度、尺寸可定制，通过车载EMC标准；可远程升级、故障诊断，可定点播放、同步播放。资料来源：公开资料整理

我国目前已经形成了较为完备的车载媒介产业链，可以根据提供产品或服务类别分为上游的整车、车机硬件厂商中游的车载信息系统及相关服务开发商，以及下游相关媒介内容制作已初步形成了较为完备的车载媒介产业链。

近年来我国国内公共汽电车保有量逐年增长，数据显示，到2017年，国内公共汽电车

保有量达到了65.12万辆。预计未来，随着城镇化进程加快和公交智能化的提高，相关产品的市场需求会越来越高。

2015-2017年我国国内公共汽电车保有量情况

数据来源：交通运输部

与此同时近年来随着互联网的广泛应用，公交运营商及汽车制造商纷纷通过移动互联网技术解决公交运营过程中信息孤岛的问题。随着新媒体传播的迅猛发展，该类产品的市场会逐步扩大。目前我国从事公交多媒体信息发布系列产品的企业主要有江苏宏宇、常州军越、金业来等。

行业内相关企业

序号

公司名称

成立时间

公司介绍

1

江苏宏宇

2010年

公司是一家致力于汽车配件的开发、制造和销售的企业。

2

常州军越

2011年

公司是苏州金龙、厦门金龙、宇通客车等客车厂商和国内众多大型公交集团主要合作单位。

3

金业来

2003年

公司公共交通客车整车装饰件的研发、生产能力，是郑州宇通、厦门金龙客车企业的主要合作单位。

资料来源：公开资料整理（ww）

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年中国车载媒介行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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。

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 2016-2019年中国车载媒介行业发展概述

第一节 车载媒介行业发展情况概述

- 一、车载媒介行业相关定义
- 二、车载媒介行业基本情况介绍
- 三、车载媒介行业发展特点分析

第二节 中国车载媒介行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、车载媒介行业产业链条分析
- 三、中国车载媒介行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国车载媒介行业生命周期分析

- 一、车载媒介行业生命周期理论概述
- 二、车载媒介行业所属的生命周期分析

第四节 车载媒介行业经济指标分析

- 一、车载媒介行业的赢利性分析
- 二、车载媒介行业的经济周期分析
- 三、车载媒介行业附加值的提升空间分析

第五节 中国车载媒介行业进入壁垒分析

- 一、车载媒介行业资金壁垒分析
- 二、车载媒介行业技术壁垒分析
- 三、车载媒介行业人才壁垒分析

四、车载媒介行业品牌壁垒分析

五、车载媒介行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球车载媒介行业市场发展现状分析

第一节 全球车载媒介行业发展历程回顾

第二节 全球车载媒介行业市场区域分布情况

第三节 亚洲车载媒介行业地区市场分析

一、亚洲车载媒介行业市场现状分析

二、亚洲车载媒介行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲车载媒介行业市场前景分析

第四节 北美车载媒介行业地区市场分析

一、北美车载媒介行业市场现状分析

二、北美车载媒介行业市场规模与市场需求分析

三、北美车载媒介行业市场前景分析

第五节 欧盟车载媒介行业地区市场分析

一、欧盟车载媒介行业市场现状分析

二、欧盟车载媒介行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟车载媒介行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界车载媒介行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球车载媒介行业市场规模预测

第三章 中国车载媒介产业发展环境分析

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、全社会消费品车载媒介总额

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 中国车载媒介行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国车载媒介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 中国车载媒介行业运行情况

第一节 中国车载媒介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 中国车载媒介行业市场规模分析

第三节 中国车载媒介行业供应情况分析

第四节 中国车载媒介行业需求情况分析

第五节 中国车载媒介行业供需平衡分析

第六节 中国车载媒介行业发展趋势分析

第五章 中国车载媒介所属行业运行数据监测

第一节 中国车载媒介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 中国车载媒介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 中国车载媒介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 2016-2019年中国车载媒介市场格局分析

第一节 中国车载媒介行业竞争现状分析

一、中国车载媒介行业竞争情况分析

二、中国车载媒介行业主要品牌分析

第二节 中国车载媒介行业集中度分析

一、中国车载媒介行业市场集中度分析

二、中国车载媒介行业企业集中度分析

第三节 中国车载媒介行业存在的问题

第四节 中国车载媒介行业解决问题的策略分析

第五节 中国车载媒介行业竞争力分析

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 2016-2019年中国车载媒介行业需求特点与动态分析

第一节 中国车载媒介行业消费市场动态情况

第二节 中国车载媒介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 车载媒介行业成本分析

第四节 车载媒介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 中国车载媒介行业价格现状分析

第六节 中国车载媒介行业平均价格走势预测

一、中国车载媒介行业价格影响因素

二、中国车载媒介行业平均价格走势预测

三、中国车载媒介行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国车载媒介行业区域市场现状分析

第一节 中国车载媒介行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区车载媒介市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区车载媒介市场规模分析

四、华东地区车载媒介市场规模预测

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、华中地区车载媒介市场规模分析

四、华中地区车载媒介市场规模预测

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、华南地区车载媒介市场规模分析

四、华南地区车载媒介市场规模预测

第九章 2016-2019年中国车载媒介行业竞争情况

第一节 中国车载媒介行业竞争结构分析（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 中国车载媒介行业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 中国车载媒介行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 车载媒介行业企业分析（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年中国车载媒介行业发展前景分析与预测

第一节 中国车载媒介行业未来发展前景分析

- 一、车载媒介行业国内投资环境分析
- 二、中国车载媒介行业市场机会分析
- 三、中国车载媒介行业投资增速预测

第二节 中国车载媒介行业未来发展趋势预测

第三节 中国车载媒介行业市场发展预测

- 一、中国车载媒介行业市场规模预测
- 二、中国车载媒介行业市场规模增速预测
- 三、中国车载媒介行业产值规模预测
- 四、中国车载媒介行业产值增速预测
- 五、中国车载媒介行业供需情况预测

第四节 中国车载媒介行业盈利走势预测

- 一、中国车载媒介行业毛利润同比增速预测
- 二、中国车载媒介行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国车载媒介行业投资风险与营销分析

第一节 车载媒介行业投资风险分析

- 一、车载媒介行业政策风险分析
- 二、车载媒介行业技术风险分析
- 三、车载媒介行业竞争风险分析
- 四、车载媒介行业其他风险分析

第二节 车载媒介行业企业经营发展分析及建议

- 一、车载媒介行业经营模式
- 二、车载媒介行业销售模式
- 三、车载媒介行业创新方向

第三节 车载媒介行业应对策略

- 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年中国车载媒介行业发展战略及规划建议

第一节 中国车载媒介行业品牌战略分析

- 一、车载媒介企业品牌的重要性
- 二、车载媒介企业实施品牌战略的意义
- 三、车载媒介企业品牌的现状分析
- 四、车载媒介企业的品牌战略
- 五、车载媒介品牌战略管理的策略

第二节 中国车载媒介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 中国车载媒介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年中国车载媒介行业发展策略及投资建议

第一节 中国车载媒介行业产品策略分析

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 中国车载媒介行业定价策略分析

第三节 中国车载媒介行业营销渠道策略

一、车载媒介行业渠道选择策略

二、车载媒介行业营销策略

第四节 中国车载媒介行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国车载媒介行业重点投资区域分析

二、中国车载媒介行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/446466446466.html>