

2009年中国汽车后视镜行业研究 报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009年中国汽车后视镜行业研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200904/15857.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目录

第一章 2007-2008年世界汽车后视镜市场运行态势分析 8

第一节 2007-2008年世界汽车后视镜市场发展环境分析 13

一、宏观环境影响分析 13

二、世界经济形势变化 14

三、环境污染问题突出 16

第二节 2007-2008年世界汽车后视镜市场整体状况分析 16

一、全球汽车后视镜的销售额统计分析 16

二、世界汽车后视镜的生产和销售正呈逐步上升趋势 17

第三节 2008-2010年世界汽车后视镜市场发展趋势分析 19

第二章 2007-2008年世界著名汽车后视镜生产企业竞争战略分析 20

第一节 麦格纳集团(MAGNA) 20

一、企业概况 20

二、主要产品 20

三、中国分公司情况 21

四、发展战略 21

第二节 涉福耐克(SCHEFENACKER) 23

一、企业概况 23

二、主要产品 23

三、中国分支机构 24

四、发展战略 24

第三节 法可赛(FICOSA) 25

一、企业概况 25

二、产品概况 25

三、中国分公司 25

四、发展战略 25

第四节 市光工业株式会社(ICHIKON) 26

一、企业背景 26

二、产品概况 26

三、中国分公司 26

四、发展战略 26

第五节 日本开明堂 (MURAKAMI KAIMEIDO) 27

一、企业背景 27

二、产品情况 27

三、中国分公司概况 27

四、发展战略 27

第六节 镜泰柯斯 (GENTEX) 28

一、企业背景 28

二、产品情况 28

三、中国分公司情况 28

四、发展战略 28

第三章 2007-2008年中国汽车后视镜相关行业发展环境分析 30

第一节 2007-2008年中国汽车零部件行业政策法律环境分析 30

一、“十一五”规划带来新的商机 30

二、关税调整，机遇和挑战并存 30

三、汽车消费税提高，小排量车零部件的需求增加 31

四、燃油税预备开征，零部件行业整体利好 33

第二节 2007-2008年中国汽车零部件行业经济发展环境分析 34

第三节 2007-2008年中国汽车零部件行业技术发展环境分析 35

第四章 2007-2008年中国汽车后视镜产业发展形势分析 37

第一节 2007-2008年中国汽车后视镜产业发展概况分析 37

一、我国汽车工业推动后视镜行业快速发展 37

二、配套市场竞争激烈 37

三、出口及后装市场前景看好 38

第二节 2007-2008年我国汽车后视镜行业技术进展分析 40

一、强化后视功能方面的新技术 40

二、方便操作方面的新技术 42

三、提高自身安全及经久耐用性、延长装置寿命方面的新技术 42

四、美观协调方面的新技术 43

五、倒车安全新思路 43

第三节 2007-2008年中国汽车后视镜产业发展存在的问题分析 44

第五章 2007-2008年中国汽车后视镜市场运行状况分析 46

第一节 2007-2008年中国汽车后视镜市场发展总体状况分析 46

一、产品市场销售模式分析 46

二、市场发展特点分析 46

第二节 2007-2008年我国汽车后视镜配套市场需求状况分析 48

一、轿车用后视镜配套 48

二、客车后视镜配套 49

三、货车后视镜配套 50

四、SUV后视镜配套 52

五、MPV后视镜配套 55

第三节 2008年中国汽车后视镜进出口情况分析 56

一、2008年国内各地区进出口情况 56

二、2008年不同性质企业进出口情况 58

三、2008年进出口洲别 59

第四节 2007-2008年中国汽车后视镜市场产销数据状况统计分析 60

一、产量统计分析 60

二、需求量及结构分析 61

三、价格情况分析 63

第六章 2007-2008年中国汽车后视镜市场竞争格局分析 64

第一节 2007-2008年中国汽车后视镜市场竞争现状分析 64

一、技术竞争分析 64

二、品牌竞争分析 65

三、区域竞争分析 66

第二节 2007-2008年中国汽车后视镜市场竞争存在的问题分析 67

第三节 2008-2010年中国汽车后视镜市场竞争趋势分析 69

第七章 2007-2008年中国汽车后视镜部分企业分析 71

第一节 麦格纳唐纳利（上海）汽车系统有限公司 71

一、企业基本信息 71

二、企业生产分析 71

三、采购及配套情况 72

四、营销情况 73

五、组织管理 73

第二节 广东多纳勒振华汽车系统有限公司 74

一、企业基本信息 74

二、企业财务情况 74

三、企业生产分析 74

四、企业配套情况分析 75

第三节 上海干巷汽车镜（集团）有限公司 76

一、企业基本信息 76

二、企业财务分析 76

三、生产研发情况 77

四、采购与配套情况 77

五、组织管理 78

第四节 上海梅克朗汽车镜有限公司 80

一、企业基本信息 80

二、企业财务分析 80

三、生产情况 81

四、采购与配套 82

五、组织管理 82

第五节 长春富奥梅克朗汽车镜有限公司 83

一、企业基本信息 83

二、企业生产分析 83

三、采购与配套情况 83

四、组织管理 84

第六节 上海奔原汽车后视镜有限公司 85

一、企业基本信息 85

二、企业生产分析 85

三、采购与配套情况 86

第七节 四川天视车镜有限责任公司 88

一、企业基本信息 88

二、企业财务指标 88

三、企业生产分析 89

四、采购与配套分析 90

五、组织管理 91

第八节 涉福耐克中国公司 92

一、企业基本信息 92

二、企业财务分析 92

三、企业生产分析 93

四、采购及配套情况 93

五、组织管理 93

第九节 嘉兴村上石崎汽车配件有限公司 95

一、企业基本信息 95

二、企业生产分析 95

三、采购及配套情况 95

四、组织管理 96

第八章 2008-2010年中国汽车后视镜业发展前景及预测分析 97

第一节 2008-2010年中国汽车零部件产业呈五大发展趋势 97

一、企业正加剧分化 97

二、产业结构正逐步优化 98

三、政策环境有利于零部件产业发展 99

四、自主品牌的培育促使核心竞争力提升 100

五、中国成为世界零部件制造中心 101

第二节 2008-2010年中国汽车后视镜行业市场发展趋势分析 101

一、市场产销预测分析 101

二、市场价格走势分析 103

三、进出口预测分析 103

第九章 2008-2010年中国汽车后视镜行业投资机会与风险分析 105

第一节 2008-2010年中国汽车后视镜行业投资环境分析 105

第二节 2008-2010年中国汽车后视镜行业投资机会分析 106

一、配套市场投资机会 106

二、售后市场投资机会	106
三、出口市场投资机会	107
第三节 2008-2010年中国汽车后视镜行业投资风险预警分析	108
一、经营环境风险	108
二、新产品投入风险	108
三、出口产品风险	108
第四节 汽车后视镜投资建议与策略分析	109
一、精益化的发展战略	109
二、自主研发的贯彻实施问题	109
三、企业营销策略分析	110

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200904/15857.html>