

2022-2028年中国汽车座舱 产品行业分析与投资战略研究报告

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

《2022-2028年中国汽车座舱产品行业分析与投资战略研究报告》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/202203/274019.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

国内智能座舱基本以车载娱乐系统（中控屏为主，传统意义上车机），后期逐步转型增加车载信息系统（以软件解决方案为主）。国内供应商已经上市有5家：德赛西威/华阳集团/均胜电子/路畅科技/索菱股份，非上市主要有5家：航盛电子/好帮手/远特科技/博泰车联网/车联天下。除了均胜电子通过海外收购形式直接切入海外供应链，国内智能座舱配套自主品牌主机厂为主，合资品牌主机厂配套为辅。德赛西威和航盛电子是国内供应商体量较大的两家企业，均不同程度进入了德系/日系/美系全球供应链，其他国内供应商基本还配套自主品牌为主，甚至部分还主要做后装市场。2018年国内车载娱乐+信息系统市场规模约为324.2亿元。2018年德赛西威这两块营收合计约45亿元，市占率达13.9%。国内主要智能座舱供应商前装市场配套情况

供应商	主要配套主机厂
德赛西威	广汽，上汽，长安，长城，通用五菱，大众，马自达，丰田，通用
华阳集团	长城，通用五菱
均胜电子	收购德国普瑞，围绕大众，宝马，奔驰，福特，通用等配套
路畅科技	吉利，广汽，北汽福田，汉腾汽车等
索菱股份	众泰汽车等
航盛电子	东风日产-北京现代，日产全球体系，PSA-大众-本田全球供应链体系，联合上汽集团/通用五菱进入海外市场
好帮手	一汽、长安、奇瑞、吉利、江淮、长城
远特科技	长安，吉利
博泰车联网	吉利
车联天下	吉利

全球液晶仪表盘市场份额集中度较高，基本被零部件龙头公司所占据，前五大供应商合计市场份额达到80%，其中大陆集团、爱信精机、电装、伟世通和博世的的市场份额分别达到25%、17%、15%、15%和8%。全球液晶仪表盘市场份额情况

抬头显示系统在汽车中的渗透率还较低，在国际巨头零部件公司布局较早，全球市场主要被爱信精机、大陆集团、电装、伟世通和博世等零部件巨头公司所占据，市场份额分别达到55%、18%、16%、3%和3%，合计达到95%。全球抬头显示市场份额情况数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国汽车座舱产品行业分析与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了汽车座舱产品行业市场发展环境、汽车座舱产品整体运行态势等，接着分析了汽车座舱产品行业市场运行的现状，然后介绍了汽车座舱产品市场竞争格局。随后，报告对汽车座舱产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车座舱产品行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车座舱产品产业有个系统的了解或者想投资汽车座舱产品行业，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证券交易所等，价格数

据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 汽车座舱产品行业发展综述

1.1 汽车座舱产品行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 汽车座舱产品行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 汽车座舱产品行业在国民经济中的地位

1.2.3 汽车座舱产品行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 汽车座舱产品行业生命周期

1.3 最近3-5年中国汽车座舱产品行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒／退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 汽车座舱产品行业运行环境分析

2.1 汽车座舱产品行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 汽车座舱产品行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

- 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 汽车座舱产品行业社会环境分析
 - 2.3.1 汽车座舱产品产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 汽车座舱产品产业发展对社会发展的影响
- 2.4 汽车座舱产品行业技术环境分析
 - 2.4.1 汽车座舱产品技术分析
 - 2.4.2 汽车座舱产品技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国汽车座舱产品行业运行分析

- 3.1 我国汽车座舱产品行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国汽车座舱产品行业发展阶段
 - 3.1.2 我国汽车座舱产品行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国汽车座舱产品行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年汽车座舱产品行业发展现状

2019年座舱产品（车载信息娱乐系统、驾驶信息显示系统、HUD、流媒体后视镜、行车记录仪、后排液晶显示）渗透率分别为83.1%、15.0%、7.5%、3.1%、10.6%、0.6%。其中车载信息娱乐系统功能集成度较高，产品较为成熟，渗透率较高，其他产品均处于普及期，渗透率均在15%以内。智能座舱各产品前装市场渗透率

-	2018	2019	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
车载信息娱乐系统	78.7%	83.1%	90.2%	92.0%	94.0%	96.0%	97.0%	98.0%
驾驶信息系统	6.4%	15.0%	27.2%	35.0%	43.0%	50.0%	55.0%	60.0%
HUD	6.4%	7.5%	8.7%	10.7%	13.7%	17.7%	23.7%	30.0%
流媒体后视镜	0.7%	3.1%	7.6%	10.0%	14.0%	18.0%	22.0%	26.0%
行车记录仪	11.3%	10.6%	13.0%	17.0%	23.0%	29.0%	36.0%	44.0%
后排液晶显示	0.0%	0.6%	1.1%	2.0%	3.0%	4.0%	5.5%	7.0%

数据来源：公开资料整理

- 3.2.1 2015-2019年我国汽车座舱产品行业市场规模
- 3.2.2 2015-2019年我国汽车座舱产品行业发展分析
- 3.2.3 2015-2019年中国汽车座舱产品企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 汽车座舱产品细分产品/服务市场分析

- 3.4.1 细分产品/服务特色
- 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
- 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 汽车座舱产品产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2015-2019年汽车座舱产品价格走势
 - 3.5.2 影响汽车座舱产品价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.3 2022-2028年汽车座舱产品产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要汽车座舱产品企业价位及价格策略

第四章 我国汽车座舱产品所属行业整体运行指标分析

- 4.1 2015-2019年中国汽车座舱产品所属行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2015-2019年中国汽车座舱产品所属行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国汽车座舱产品所属行业工业总产值
 - 4.2.2 我国汽车座舱产品所属行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国汽车座舱产品所属行业产销率
- 4.3 2015-2019年中国汽车座舱产品所属行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国汽车座舱产品行业供需形势分析

- 5.1 汽车座舱产品行业供给分析
 - 5.1.1 2015-2019年汽车座舱产品行业供给分析

5.1.2 2022-2028年汽车座舱产品行业供给变化趋势

5.1.3 汽车座舱产品行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国汽车座舱产品行业需求情况

5.2.1 汽车座舱产品行业需求市场

5.2.2 汽车座舱产品行业客户结构

5.2.3 汽车座舱产品行业需求的地区差异

5.3 汽车座舱产品市场应用及需求预测

5.3.1 汽车座舱产品应用市场总体需求分析

(1) 汽车座舱产品应用市场需求特征

(2) 汽车座舱产品应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年汽车座舱产品行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年汽车座舱产品行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年汽车座舱产品行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业汽车座舱产品产品/服务需求分析预测

第六章 汽车座舱产品行业产业结构分析

6.1 汽车座舱产品产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链条的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国汽车座舱产品行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国汽车座舱产品行业产业链分析

7.1 汽车座舱产品行业产业链分析

- 7.1.1 产业链结构分析
- 7.1.2 主要环节的增值空间
- 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 汽车座舱产品上游行业分析
 - 7.2.1 汽车座舱产品产品成本构成
 - 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
 - 7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势
 - 7.2.4 上游供给对汽车座舱产品行业的影响
- 7.3 汽车座舱产品下游行业分析
 - 7.3.1 汽车座舱产品下游行业分布
 - 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
 - 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势
 - 7.3.4 下游需求对汽车座舱产品行业的影响

第八章 我国汽车座舱产品行业渠道分析及策略

- 8.1 汽车座舱产品行业渠道分析
 - 8.1.1 渠道形式及对比
 - 8.1.2 各类渠道对汽车座舱产品行业的影响
 - 8.1.3 主要汽车座舱产品企业渠道策略研究
 - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 汽车座舱产品行业用户分析
 - 8.2.1 用户认知程度分析
 - 8.2.2 用户需求特点分析
 - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 汽车座舱产品行业营销策略分析
 - 8.3.1 中国汽车座舱产品营销概况
 - 8.3.2 汽车座舱产品营销策略探讨
 - 8.3.3 汽车座舱产品营销发展趋势

第九章 我国汽车座舱产品行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
 - 9.1.1 汽车座舱产品行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 汽车座舱产品行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 汽车座舱产品行业集中度分析
- 9.1.4 汽车座舱产品行业SWOT分析
- 9.2 中国汽车座舱产品行业竞争格局综述
- 9.2.1 汽车座舱产品行业竞争概况
 - (1) 中国汽车座舱产品行业竞争格局
 - (2) 汽车座舱产品行业未来竞争格局和特点
 - (3) 汽车座舱产品市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国汽车座舱产品行业竞争力分析
 - (1) 我国汽车座舱产品行业竞争力剖析
 - (2) 我国汽车座舱产品企业市场竞争的优势
 - (3) 国内汽车座舱产品企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 汽车座舱产品市场竞争策略分析

第十章 汽车座舱产品行业领先企业经营形势分析

- 10.1 德赛西威
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 公司经营状况
 - 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 华阳集团
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 均胜电子

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 路畅科技

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 航盛电子

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

10.6 好帮手

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年汽车座舱产品行业投资前景

11.1 2022-2028年汽车座舱产品市场发展前景

11.1.1 2022-2028年汽车座舱产品市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年汽车座舱产品市场前景展望

11.1.3 2022-2028年汽车座舱产品细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年汽车座舱产品市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年汽车座舱产品行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年汽车座舱产品市场规模预测

2020年智能座舱主要产品市场规模达566.8亿元，同比增长28.5%。随着5G逐步落地，主机厂纷纷推出搭载智能座舱产品的新车型，智能座舱产品渗透率加速提升，预计2025年市场规模达到1030亿元，其中车载信息娱乐系统和驾驶信息系统为最大的两个市场，占智能座舱主要产品市场的比例分别为46.4%/34.4%。2019-2025年复合增速较快的细分市场为后排液晶显示、流媒体后视镜，均超过45%，但由于后排液晶显示渗透率较低，流媒体后视镜单车配套价值量较小，因此贡献的增量均较小。2019年全液晶仪表盘已形成较大的市场规模，至2025年将贡献主要增量市场。智能座舱各产品市场规模测算（单位：亿元）

	2019	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E	2019-2025CAGR
车载信息娱乐系统	319.6	364.4	390.4	419.1	440.9	458.8	477.4	6.9%
驾驶信息系统	86.5	153.3	193.3	232.3	278.3	315.3	354.3	26.5%
HUD	22.4	26.2	32.6	42.1	56.1	77.3	100.8	28.5%
流媒体后视镜	5.1	12.6	16.8	23.7	31.4	39.5	48.1	45.1%
行车记录仪	5.9	7.6	10.4	14.8	19.2	24.6	31	31.8%
后排液晶显示	1.5	2.6	4.8	7.2	10	14.1	18.5	52.5%
合计	441.1	566.8	648.3	739.3	835.8	929.6	1030	15.2%

数据来源：公开资料整理

11.2.3 2022-2028年汽车座舱产品行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

11.3 2022-2028年中国汽车座舱产品行业供需预测

11.3.1 2022-2028年中国汽车座舱产品行业供给预测

11.3.2 2022-2028年中国汽车座舱产品行业需求预测

11.3.3 2022-2028年中国汽车座舱产品供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年汽车座舱产品行业投资机会与风险

12.1 汽车座舱产品行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

- 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年汽车座舱产品行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年汽车座舱产品行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 汽车座舱产品行业投资战略研究

- 13.1 汽车座舱产品行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国汽车座舱产品品牌的战略思考
 - 13.2.1 汽车座舱产品品牌的重要性
 - 13.2.2 汽车座舱产品实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 汽车座舱产品企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国汽车座舱产品企业的品牌战略
 - 13.2.5 汽车座舱产品品牌战略管理的策略
- 13.3 汽车座舱产品经营策略分析
 - 13.3.1 汽车座舱产品市场细分策略
 - 13.3.2 汽车座舱产品市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 汽车座舱产品新产品差异化战略

13.4 汽车座舱产品行业投资战略研究

13.4.1 2019年汽车座舱产品行业投资战略

13.4.2 2022-2028年汽车座舱产品行业投资战略

13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

14.1 汽车座舱产品行业研究结论

14.2 汽车座舱产品行业投资价值评估

14.3 汽车座舱产品行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274019.html>