

2016-2022年中国电动玻璃 升降器行业市场分析及发展机遇研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国电动玻璃升降器行业市场分析及发展机遇研究报告》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.chinairr.org/report/R04/R0403/201608/30-212331.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

电动玻璃升降器结构的关键是电动机和减速器，这两者是组装成一体的，其中电动机采用可逆性永磁直流电动机，电动机内有两组绕向不同的磁场线圈，通过开关的控制可做正转和反转，也就是说可以控制门窗玻璃的上升或下降。电动机是由双联开关按钮控制，设有升、降、关等三个工作状态，开关不操纵时自动停在“关”的位置上。操纵电路设有总开关（中央控制）和分开关，两者线路并联。

轿车用的电动玻璃升降器多是由电动机、减速器、导绳、导向板、玻璃安装托架等组成。因导绳的材料或制作工艺方式不同，又分为绳轮式、软轴式和塑料带式三种电动玻璃升降器。前二种是用钢丝绳做为导绳，后一种是用塑料带做为导绳。

以普遍使用的绳轮式电动玻璃升降器为例，它是由电动机、减速器、钢丝绳、导向板和玻璃安装托架等零部件组成，安装时门窗玻璃固定在玻璃安装托架上，玻璃导向槽与钢丝绳导向板平行。开启电动机，由电动机带动减速器输出动力，拉动钢丝绳移动玻璃安装托架，迫使门窗玻璃作上升或下降的直线运动。而塑料带式电动玻璃升降器的导绳是用塑料带，带上有孔，用来移动和定位塑料带，控制门窗玻璃的升降。

报告目录:

第一章中国电动玻璃升降器市场现状阐述

第一节电动玻璃升降器市场简况

- 一、电动玻璃升降器经营规模
- 二、电动玻璃升降器产销规模分析
- 三、电动玻璃升降器进出口分析

第二节电动玻璃升降器竞争力

- 一、规模竞争力
- 二、产品竞争力
- 三、国际竞争力分析

第二章中国电动玻璃升降器配套市场深度解析

第一节整车配套用汽车电动玻璃升降器市场分析

- 一、整车用汽车电动玻璃升降器市场综述
- 二、整车用汽车电动玻璃升降器配套需求
- 三、整车行业经营情况

第二节轿车配套用汽车电动玻璃升降器市场分析

一、轿车用汽车电动玻璃升降器市场综述

二、轿车用汽车电动玻璃升降器配套市场需求

第三节客车配套用汽车电动玻璃升降器市场分析

一、客车用汽车电动玻璃升降器市场综述

二、大型客车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

三、中型客车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

四、轻型客车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

五、微型客车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

第四节货车配套用汽车电动玻璃升降器市场分析

一、货车用汽车电动玻璃升降器市场综述

二、重型货车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

三、中型货车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

四、轻型货车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

五、微型货车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

第五节SUV配套用汽车电动玻璃升降器市场分析

一、SUV用汽车电动玻璃升降器市场综述

二、SUV用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

第六节MPV配套用汽车电动玻璃升降器关联阐述

一、MPV用汽车电动玻璃升降器市场综述

二、MPV用汽车电动玻璃升降器配套市场空间

第七节皮卡配套用汽车电动玻璃升降器关联阐述

一、皮卡用汽车电动玻璃升降器市场综述

二、皮卡用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

第八节半挂牵引车用汽车电动玻璃升降器关联阐述

一、半挂牵引车用汽车电动玻璃升降器市场综述

一、半挂牵引车用汽车电动玻璃升降器配套需求分析

第三章进出口市场对汽车电动玻璃升降器需求分析

第一节整车进出口市场用汽车电动玻璃升降器相关数据列举

一、小轿车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间

二、客车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间

- 三、货车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间
 - 四、四驱越野车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间
 - 五、（9座及以下）小客车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间
 - 六、其它载人机动车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间
 - 七、特种车进出口市场汽车电动玻璃升降器配套空间
- 第二节汽车零部件进出口市场用汽车电动玻璃升降器相关数据列举

第四章中国电动玻璃升降器售后市场分析

第一节整车售后市场用汽车电动玻璃升降器相关数据

- 一、民用汽车保有量整体数据
- 二、私人汽车保有量整体数据
- 三、民用汽车注册量整体数据
- 四、各地汽车报废量整体数据

第二节轿车售后市场用汽车电动玻璃升降器相关数据

- 一、民用轿车保有量相关数据
- 二、私人轿车保有量相关数据
- 三、民用轿车注册量相关数据

第三节客车售后市场用汽车电动玻璃升降器相关数据

- 一、民用大中型客车保有量相关数据
- 二、私人大中型客车保有量相关数据
- 三、民用大中型客车注册量相关数据
- 四、民用各类型客车报废量相关数据

第四节货车售后市场用汽车电动玻璃升降器相关数据

- 一、民用重型货车保有量相关数据
- 二、私人重型货车保有量相关数据
- 三、民用重型货车注册量相关数据
- 四、民用中型货车保有量相关数据
- 五、私人中型货车保有量相关数据
- 六、民用中型货车注册量相关数据
- 七、民用轻型货车保有量相关数据
- 八、私人轻型货车保有量相关数据

第五节其它汽车售后市场用电动玻璃升降器相关数据

- 一、民用其它汽车保有量整体相关数据
- 二、私人其它汽车保有量整体相关数据
- 三、民用其它汽车注册量整体相关数据
- 四、民用其它汽车报废量相关数据

第五章中国部分汽车电动玻璃升降器相关企业陈述

第一节上海实业交通电器有限公司

- 一、企业基础信息
- 二、质保相关信息
- 三、产品相关信息
- 四、发展战略参数
- 五、联络相关信息

第二节沈阳金杯广振汽车部件有限公司

- 一、企业基础信息
- 二、质保相关信息
- 三、产品相关信息
- 四、发展战略参数
- 五、联络相关信息

第三节中欧汽车电器有限公司

- 一、企业基础信息
- 二、质保相关信息
- 三、产品相关信息
- 四、发展战略参数
- 五、联络相关信息

第四节贵阳万江航空机电有限公司

- 一、企业基础信息
- 二、质保相关信息
- 三、产品相关信息
- 四、发展战略参数
- 五、联络相关信息

第五节白城红钻股份有限公司

- 一、企业基础信息

二、质保相关信息

三、产品相关信息

四、发展战略参数

五、联络相关信息

第六节 长春博泽汽车部件有限公司

一、企业基础信息

二、质保相关信息

三、产品相关信息

四、发展战略参数

五、联络相关信息

第七节 江苏南汽常随汽车零部件有限公司

一、企业基础信息

二、质保相关信息

三、产品相关信息

四、发展战略参数

五、联络相关信息

第六章 影响中国汽车电动玻璃升降器相关因素陈述

第一节 宏观环境对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第二节 消费结构对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第三节 能源行业对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第四节 冶金行业对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第五节 机械行业对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第六节 加工设备对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第七节 交通运输对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第八节 旅游行业对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

第九节 政策法规对汽车电动玻璃升降器的影响陈述

一、汽车产业发展政策

二、汽油、柴油消费税管理办法(试行)

三、汽车贸易政策

四、乘用车燃料消耗量限值

第七章中国汽车电动玻璃升降器市场运行趋势预测

第一节中国汽车电动玻璃升降器整体市场规模预测结果

一、配套市场规模预测结果

二、维修市场规模预测结果

第二节中国轿车电动玻璃升降器配套市场需求规模预测结果

第三节中国SUV电动玻璃升降器配套市场需求规模预测结果

第四节中国MPV电动玻璃升降器配套市场需求规模预测结果

第五节中国客车电动玻璃升降器配套市场需求规模预测结果

第六节中国货车电动玻璃升降器配套市场需求规模预测结果

第七节中国载客车电动玻璃升降器维修市场需求规模预测结果

第八节中国载货车安全气囊维修市场需求规模预测结果

第八章汽车电动玻璃升降器发展策略与投资建议

第一节电动玻璃升降器存在问题分析

一、发展基础问题

二、产业结构问题

三、开发能力问题

四、售后市场问题

第二节电动玻璃升降器投资环境分析

一、投资环境风险

二、投资政策风险

三、市场投资风险

第三节电动玻璃升降器竞争力培育

一、竞争力外在特征

二、竞争力评价方式

三、竞争力培育途径

第四节国外汽车配件行业经验借

一、汽车配件产业发展的集群化

二、汽车配件产业原始发展模式

三、欧美汽车配件产业发展模式

四、韩日汽车配件产业发展模式

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/201608/30-212331.html>