

# 2024-2030年中国汽车智能 仪表行业前景研究与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国汽车智能仪表行业前景研究与未来发展趋势报告》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/R05/R0505/202403/26-605697.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](mailto: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

随着新能源汽车和智能汽车逐渐走向大众化普及阶段，汽车将呈现更多的行车信息，传统的仪表难以应对指数级增长的车辆信息，以大量复杂多变信息承载和多样化组合显示为代表的液晶仪表正成为未来汽车交互的最佳选择。

现阶段液晶仪表有望成为提升汽车消费者购买意愿的重要配置，且倾向于尺寸越大、功能显示信息越全面。液晶仪表有望成为座舱电子首先落地环节，HUD、后座娱乐等顺次先后落地。液晶仪表是未来汽车仪表的发展方向，作为座舱电子的重要组成部分，液晶仪表已经成为高档车型的标配，奔驰、奥迪、宝马、路虎、雷克萨斯等高档车型普遍使用液晶仪表。随着技术的成熟和成本的不断下降，液晶仪表开始在中端车渗透，有望进入大众化普及阶段。

随着消费者的追捧和成本的快速下沉，中国自主车企也逐渐采用液晶仪表来替换传统仪表，液晶仪表的大众化趋势进一步加强。吉利、长城、比亚迪、广汽传祺、上汽荣威、长安汽车、众泰汽车等一大批新锐车企很多车型逐渐采用液晶仪表，以增强自身产品的吸引力。

在2017年上海车展上，可以看到长城VV7、吉利领克01、蔚来ES8、比亚迪秦100、荣威eRx5等新车型都采用了液晶仪表。在2018年，更多的新车型和改款车型将采用液晶仪表，液晶仪表中低端渗透正在加速。

从行业的竞争格局来看，全球汽车仪表的竞争格局为集中，主要集中在日本、德国和美国巨头企业，代表厂商包括大陆集团、日本精电、电装、伟世通、马瑞利、博世、矢崎等，2016年前五大厂商的市场占有率达到80%。

在中国市场，高端汽车仪表市场几乎被中外合资企业和外商独资企业垄断，中国企业主要集中在商用车配套和中低端乘用车车型，主要代表厂商包括比亚迪、德赛西威、航盛电子、德科电子等，随着中国企业在液晶仪表的重视，内资企业有望逐渐向上发力。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国汽车智能仪表行业前景研究与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

### 第一章 汽车智能仪表行业界定

#### 第一节 汽车智能仪表行业定义

#### 第二节 汽车智能仪表行业特点分析

#### 第三节 汽车智能仪表产业链分析

##### 一、产业链模型介绍

## 二、汽车智能仪表产业链模型分析

### 第二章 国际汽车智能仪表行业发展态势分析

#### 第一节 国际汽车智能仪表行业总体情况

#### 第二节 汽车智能仪表行业重点市场分析

#### 第三节 国际汽车智能仪表行业发展前景预测

### 第三章 中国汽车智能仪表行业发展环境分析

#### 第一节 汽车智能仪表行业经济环境分析

#### 第二节 汽车智能仪表行业政策环境分析

### 第四章 汽车智能仪表行业技术发展现状及趋势

#### 第一节 当前我国汽车智能仪表技术发展现状

#### 第二节 中外汽车智能仪表技术差距及产生差距的主要原因分析

#### 第三节 我国汽车智能仪表研发、设计发展趋势

### 第五章 中国汽车智能仪表行业市场供需状况分析

#### 第一节 2022年中国汽车智能仪表行业市场情况

#### 第二节 中国汽车智能仪表行业市场供需状况

##### 一、2018-2022年汽车智能仪表行业市场供需情况

##### 二、2024-2030年汽车智能仪表行业市场供需预测

#### 第三节 中国汽车智能仪表行业市场供给状况

##### 一、2018-2022年汽车智能仪表行业市场供给情况

##### 二、2024-2030年汽车智能仪表行业市场供给预测

#### 第四节 汽车智能仪表行业市场供需平衡状况

### 第六章 汽车智能仪表行业经济运行分析

#### 第一节 2018-2022年汽车智能仪表行业偿债能力分析

#### 第二节 2018-2022年汽车智能仪表行业盈利能力分析

#### 第三节 2018-2022年汽车智能仪表行业发展能力分析

#### 第四节 2018-2022年汽车智能仪表行业企业数量及变化趋势

## 第七章 2019-2022年中国汽车智能仪表行业重点区域市场分析

### 第一节 华北地区市场规模分析

### 第二节 东北地区市场规模分析

### 第三节 华东地区市场规模分析

### 第四节 中南地区市场规模分析

### 第五节 西部地区市场规模分析

## 第八章 中国汽车智能仪表行业产品价格监测

### 第一节 汽车智能仪表市场价格特征

### 第二节 影响汽车智能仪表市场价格因素分析

### 第三节 未来汽车智能仪表市场价格走势预测

## 第九章 2022-2023年汽车智能仪表行业上、下游市场分析

### 第一节 汽车智能仪表行业上游

#### 一、上游行业

#### 二、上游行业的影响分析

### 第二节 汽车智能仪表行业下游

#### 一、下游行业

#### 二、下游行业的影响分析

## 第十章 2019-2022年汽车智能仪表行业重点企业调研分析

### 第一节 大陆集团

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营产品

#### 三、企业经营状况

#### 四、企业SWOT分析

### 第二节 日本精电

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营产品

#### 三、企业经营状况

#### 四、企业SWOT分析

### 第三节 日本电装

## 一、企业概况

## 二、企业主营产品

## 三、企业经营状况

## 四、企业SWOT分析

### 第四节 德赛西威

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营产品

#### 三、企业经营状况

#### 四、企业SWOT分析

### 第五节 航盛电子

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营产品

#### 三、企业经营状况

#### 四、企业SWOT分析

### 第六节 德科电子

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营产品

#### 三、企业经营状况

#### 四、企业SWOT分析

## 第十一章 汽车智能仪表行业风险及对策

### 第一节 2024-2030年汽车智能仪表行业发展环境分析

### 第二节 2024-2030年汽车智能仪表行业壁垒分析

#### 一、技术壁垒

#### 二、品牌认知度壁垒

#### 三、资金壁垒

### 第三节 汽车智能仪表行业“波特五力模型”分析

#### 一、行业内竞争

#### 二、潜在进入者威胁

#### 三、替代品威胁

#### 四、供应商议价能力分析

#### 五、买方侃价能力分析

#### 第四节 2024-2030年汽车智能仪表行业风险及对策

- 一、市场风险及对策
- 二、政策风险及对策
- 三、经营风险及对策
- 四、行业其他风险及对策

### 第十二章 汽车智能仪表行业发展及竞争策略分析

#### 第一节 2024-2030年汽车智能仪表行业发展战略

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划

#### 第二节 2024-2030年汽车智能仪表企业竞争策略分析

- 一、提高我国汽车智能仪表企业核心竞争力的对策
- 二、影响汽车智能仪表企业核心竞争力的因素
- 三、提高汽车智能仪表企业竞争力的策略

#### 第三节 对我国汽车智能仪表品牌的战略思考

- 一、汽车智能仪表实施品牌战略的意义
- 二、我国汽车智能仪表企业的品牌战略

### 第十三章 汽车智能仪表行业发展前景及投资建议

#### 第一节 2024-2030年汽车智能仪表行业市场前景展望

#### 第二节 2024-2030年汽车智能仪表行业融资环境分析

- 一、融资渠道分析
- 二、企业融资建议

#### 第三节 汽车智能仪表项目投资建议

- 一、投资环境考察
- 二、投资方向建议
- 三、汽车智能仪表项目注意事项

#### 第四节 汽车智能仪表行业重点客户战略实施

- 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

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202403/26-605697.html>