

2015-2020年中国车载摄像头行业发展现状及前景战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国车载摄像头行业发展现状及前景战略咨询报告》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.abaogao.com/b/tongxun/T61651NWW3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

车载摄像头业务产业转移趋势明显，目前，国内主要有舜宇光学、欧菲光、歌尔声学 and 群光、大立光等企业，占据大部分车载摄像头。2013年舜宇光学车载镜头产能约960万个，出货量约680万个。舜宇光学车载镜头 ASP 约 30 RMB，产品价格区间为 3-4usd 到 10usd。2013年我国车载摄像头行业产能约240万个，近几年我国车载摄像头行业产能情况如下图所示

：2010-2014年我国车载摄像头行业产能情况资料来源：智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国车载摄像头行业发展现状及前景战略咨询报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心（www.abaogao.com）提供各行业研究报告,投资前景咨询报告，市场分析，行业调研报告,市场评估，行业资讯，投资情报的综合门户网站。报告目录：

第一章 车载摄像头行业概述 1

第一节 车载摄像头行业定义 1

第二节 车载摄像头行业市场特点分析 3

一、产品特征 3

二、影响需求的关键因素 3

三、主要竞争因素 4

第三节 车载摄像头行业发展周期分析 4第二章 2014年中国车载摄像头行业发展环境分析 7

第一节 2014年中国宏观经济环境分析 7

一、GDP历史变动轨迹分析 7

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 10

三、中国宏观经济发展预测分析 17

第二节 中国车载摄像头行业主要法律法规及政策 18

第三节 2014年中国车载摄像头行业社会环境发展分析 19

一、人口环境分析 19

二、教育环境分析 20

三、文化环境分析 22

四、生态环境分析 24

五、中国城镇化率	25
六、居民的各种消费观念和习惯	26
第三章 2014年中国车载摄像头行业生产现状分析	33
第一节 中国车载摄像头行业产能概况	33
一、2010-2014年中国车载摄像头行业产能分析	33
二、2015-2020年中国车载摄像头行业产能预测	33
未来几年，随着国内外汽车消费档次的提高，车载摄像头需求还将继续增长，我们预计国内车载摄像头产能将迎来爆发期，产能持续扩张。未来几年国内车载摄像头产能情况如下图所示：2014-2020年我国车载摄像头行业产能预测资料来源：智研数据研究中心整理	
第二节 中国车载摄像头行业市场容量分析	34
一、2010-2014年中国车载摄像头行业市场容量分析	34
二、产能配置与产能利用率调查	36
三、2015-2020年中国车载摄像头行业市场容量预测	36
第三节 影响车载摄像头行业供需状况的主要因素	38
一、2010-2014年中国车载摄像头行业供需现状	38
二、2015-2020年中国车载摄像头行业供需平衡趋势预测	38
第四章 2011-2014年中国车载摄像头所属行业数据监测分析	39
第一节 2011-2014年中国车载摄像头所属行业规模分析	39
一、企业数量分析	39
二、资产规模分析	39
三、销售规模分析	40
四、利润规模分析	40
第二节 2011-2014年中国车载摄像头所属行业产值分析	41
一、产成品分析	41
二、工业销售产值分析	41
三、出口交货值分析	42
第三节 2011-2014年中国车载摄像头所属行业成本费用分析	42
一、销售成本分析	42
二、销售费用分析	43
三、管理费用分析	43
四、财务费用分析	43
第四节 2011-2014年中国车载摄像头所属行业运营效益分析	44
一、盈利能力分析	44
二、偿债能力分析	44

三、运营能力分析	45
四、成长能力分析	45
第五章 中国车载摄像头行业渠道分析	46
第一节 2014年中国车载摄像头行业需求地域分布结构	46
第二节 2014年中国车载摄像头行业重点区域市场消费情况分析	47
一、华东	47
二、中南	50
三、华北	53
四、西部	56
第三节 2014年中国车载摄像头行业经销模式	60
第四节 2014年中国车载摄像头行业渠道格局	60
第五节 2014年中国车载摄像头行业渠道形式	61
第六节 2014年中国车载摄像头行业渠道要素对比	61
第六章 2014年中国车载摄像头行业竞争情况分析	63
第一节 中国车载摄像头行业经济指标分析	63
一、赢利性	63
二、附加值的提升空间	63
三、进入壁垒退出机制	63
四、行业周期	64
第二节 中国车载摄像头行业竞争结构分析	65
一、现有企业间竞争	65
二、潜在进入者分析	66
三、替代品威胁分析	66
四、供应商议价能力	73
五、客户议价能力	73
第三节 2015-2020年中国车载摄像头行业市场竞争策略展望分析	74
一、2015-2020年中国车载摄像头行业市场竞争趋势分析	74
二、2015-2020年中国车载摄像头行业市场竞争格局展望分析	74
三、2015-2020年中国车载摄像头行业市场竞争策略分析	75
第七章 2014年中国车载摄像头行业典型企业分析	76
第一节 广州市山行电子有限公司	76
一、企业概况	76
二、企业主要经济指标分析	76

三、企业盈利能力分析	77
四、企业偿债能力分析	79
五、企业运营能力分析	81
六、企业成长能力分析	81
第二节 舜宇光学科技（集团）有限公司	82
一、企业概况	82
二、企业主要经济指标分析	83
三、企业盈利能力分析	83
四、企业偿债能力分析	85
五、企业运营能力分析	85
六、企业成长能力分析	86
第三节 深圳欧菲光科技股份有限公司	87
一、企业概况	87
二、企业主要经济指标分析	88
三、企业盈利能力分析	89
四、企业偿债能力分析	90
五、企业运营能力分析	91
六、企业成长能力分析	91
第四节 凤凰光学集团有限公司	92
一、企业概况	92
二、企业主要经济指标分析	93
三、企业盈利能力分析	94
四、企业偿债能力分析	95
五、企业运营能力分析	96
六、企业成长能力分析	97
第五节 豪威科技	97
一、企业概况	97
二、企业主要经济指标分析	98
三、企业盈利能力分析	98
四、企业偿债能力分析	101
五、企业运营能力分析	102
六、企业成长能力分析	103

第六节 利达光电	104
一、企业概况	104
二、企业主要经济指标分析	105
三、企业盈利能力分析	105
四、企业偿债能力分析	106
五、企业运营能力分析	107
六、企业成长能力分析	108
第八章 2015-2020年中国车载摄像头行业发展预测分析	109
第一节 2015-2020年中国车载摄像头行业未来发展预测分析	109
一、2015-2020年中国车载摄像头行业发展规模分析	109
二、2015-2020年中国车载摄像头行业发展趋势分析	109
第二节 2015-2020年中国车载摄像头行业供需预测分析	110
一、2015-2020年中国车载摄像头行业供给预测分析	110
二、2015-2020年中国车载摄像头行业需求预测分析	111
第三节 2015-2020年中国车载摄像头行业市场盈利预测分析	111
第九章 中国车载摄像头行业投资战略研究	113
第一节 中国车载摄像头行业发展关键要素分析	113
一、生产要素	113
二、需求条件	114
三、支援与相关产业	115
四、企业战略、结构与竞争状态	115
五、政府的作用	117
第二节 中国车载摄像头行业投资策略分析	117
一、中国车载摄像头行业投资规划	117
二、中国车载摄像头行业投资策略	118
三、中国车载摄像头行业成功之道	119
第十章 中国车载摄像头行业投资机会与风险分析	121
第一节 中国车载摄像头行业投资机会分析	121
一、投资前景	121
二、投资热点	122
三、投资区域	122
四、投资吸引力分析	122
第二节 中国车载摄像头行业投资风险分析	123
一、市场竞争风险	123

二、原材料风险分析	123
三、政策/体制风险分析	124
四、进入/退出风险分析	124
五、经营管理风险分析	125
第十一章 对车载摄像头行业投资建议 (ZYYL)	126
第一节 目标群体建议 (应用领域)	126
第二节 产品分类与定位建议	163
第三节 价格定位建议	163
第四节 技术应用建议	164
第五节 投资区域建议	165
第六节 销售渠道建议	166
第七节 资本并购重组运作模式建议	166
第八节 企业经营管理建议	167
第九节 重点客户建设建议	168

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/T61651NWW3.html>