



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国车载电脑市场 运行态势及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国车载电脑市场运行态势及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/249393.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

| | |
|-----------------------|----|
| 第一章 中国车载电脑概述 | 14 |
| 第一节 中国车载电脑概念 | 14 |
| 第二节 中国车载电脑基本特点 | 15 |
| 第三节 中国车载电脑产品分类 | 21 |
| 第二章 国际车载电脑市场分析 | 25 |
| 第一节 国际车载电脑市场发展总体概况 | 25 |
| 一、国际现状分析 | 25 |
| 二、主要国家和地区情况 | 26 |
| 三、国际发展趋势分析 | 27 |
| 四、2014年国际车载电脑发展概况 | 29 |
| 第二节 中国车载电脑市场的发展状况 | 30 |
| 一、中国车载电脑市场发展基本情况 | 30 |
| 二、中国车载电脑市场的总体现状 | 32 |
| 三、中国车载电脑行业发展中存在的问题 | 34 |
| 四、2014年中国车载电脑行业发展回顾 | 37 |
| 第三章 中国车载电脑行业销售状况分析 | 39 |
| 第一节 中国车载电脑行业销售收入分析 | 39 |
| 一、行业总销售规模分析 | 39 |
| 二、不同规模企业总销售收入分析 | 39 |
| 三、不同所有制企业总销售收入比较 | 40 |
| 第二节 中国车载电脑行业产品销售集中度分析 | 41 |
| 一、按企业分析 | 41 |
| 二、按地区分析 | 42 |
| 第三节 中国车载电脑行业销售税金分析 | 42 |
| 一、行业销售税金分析 | 42 |
| 二、不同规模企业销售税金分析 | 43 |
| 三、不同所有制企业销售税金比较 | 44 |
| 第四章 中国车载电脑行业供给量分析及预测 | 45 |
| 第一节 中国车载电脑供给量分析 | 45 |
| 第二节 中国车载电脑供给方式分析 | 45 |

| | |
|---------------------------|----|
| 第三节 中国车载电脑产量与实际供给量关系分析 | 46 |
| 第四节 近期中国车载电脑供给规律分析 | 47 |
| 第五节 2015-2020年中国车载电脑供给量预测 | 47 |
| 第五章 中国车载电脑行业整体需求量分析及预测 | 49 |
| 第一节 中国车载电脑需求量分析 | 49 |
| 一、中国车载电脑总体需求状况分析 | 49 |
| 二、中国车载电脑消费者购买行为的主要影响因素 | 49 |
| 第二节 中国车载电脑需求特点分析 | 50 |
| 第三节 中国车载电脑潜在需求开发分析 | 50 |
| 第四节 中国车载电脑消费量与实际需求量关系分析 | 53 |
| 第五节 近期中国车载电脑需求发展规律分析 | 54 |
| 第六节 2015-2020年中国车载电脑需求量预测 | 54 |
| 第六章 车载电脑行业产品价格分析 | 56 |
| 第一节 价格特征分析 | 56 |
| 第二节 主要品牌企业产品价位 | 56 |
| 第三节 价格与成本的关系 | 57 |
| 第四节 行业价格策略分析 | 58 |
| 第七章 车载电脑行业渠道分析 | 60 |
| 第一节 渠道格局 | 60 |
| 第二节 渠道形式 | 60 |
| 第三节 渠道要素对比 | 61 |
| 第四节 各区域主要代理商情况 | 63 |
| 第八章 重点企业经营状况分析 | 64 |
| 第一节 威强工业 | 64 |
| 一、企业介绍 | 64 |
| 二、经营管理 | 65 |
| 三、投资规划 | 67 |
| 四、发展战略 | 69 |
| 第二节 研华公司 | 72 |
| 一、企业介绍 | 72 |
| 二、经营管理 | 72 |
| 三、投资规划 | 76 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 四、发展战略 | 78 |
| 第三节 蓝星科技 | 79 |
| 一、企业介绍 | 79 |
| 二、经营管理 | 80 |
| 三、投资规划 | 84 |
| 四、发展战略 | 86 |
| 第四节 威盛电子 | 87 |
| 一、企业介绍 | 87 |
| 二、经营管理 | 90 |
| 三、投资规划 | 96 |
| 四、发展战略 | 75 |
| 第五节 英特尔公司 | 75 |
| 一、企业介绍 | 97 |
| 二、经营管理 | 98 |
| 三、投资规划 | 98 |
| 四、发展战略 | 102 |
| 第九章 车载电脑产业用户分析 | 104 |
| 第一节 车载电脑产业用户认知程度 | 104 |
| 第二节 车载电脑产业用户关注因素 | 104 |
| 第三节 用户的其它特性 | 105 |
| 第四节 产品新市场开发潜力分析 | 107 |
| 第十章 2015-2020年中国车载电脑行业发展预测分析 | 108 |
| 第一节 2015-2020年中国车载电脑产业宏观预测 | 108 |
| 一、2015-2020年中国车载电脑行业宏观预测 | 108 |
| 二、2015-2020年中国车载电脑工业发展展望 | 126 |
| 三、中国车载电脑业发展状况预测分析 | 127 |
| 第二节 2015-2020年中国车载电脑市场形势分析 | 128 |
| 一、2015-2020年中国车载电脑生产形势分析预测 | 128 |
| 二、影响中国车载电脑市场运行的因素分析 | 129 |
| 第三节 2015-2020年中国车载电脑市场趋势分析 | 131 |
| 一、2009-2014年中国车载电脑市场趋势总结 | 131 |
| 二、2015-2020年中国车载电脑发展趋势分析 | 132 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 三、2015-2020年中国车载电脑市场发展空间 | 136 |
| 四、2015-2020年中国车载电脑产业政策趋向 | 138 |
| 第十一章 车载电脑行业项目可行性投资建议 | 139 |
| 第一节 建议项目规模 | 139 |
| 第二节 建议投资区域 | 142 |
| 第三节 投资策略 | 146 |
| 一、品牌策略 | 146 |
| 二、价格策略 | 173 |
| 三、服务市场定位与组合策略 | 173 |
| 四、销售方式与渠道营销策略 | 175 |
| 五、广告策略 | 175 |
| 六、促销策略 | 176 |
| 七、公关策略 | 176 |
| 第四节 发展战略 | 179 |
| 第十二章 车载电脑项目投资注意事项分析 | 181 |
| 第一节 产品技术应用注意事项 | 181 |
| 第二节 项目投资注意事项 | 181 |
| 第三节 产品生产开发注意事项 | 183 |
| 第四节 产品销售注意事项 | 184 |
| 第五节 配套管理体制注意事项 | 185 |
| 第十三章 2015-2020年中国车载电脑行业的投资前景分析 | 186 |
| 第一节 2015-2020年中国车载电脑行业投资环境分析 | 186 |
| 第二节 2015-2020年中国车载电脑行业投资机会分析 | 194 |
| 第三节 2015-2020年中国车载电脑行业投资风险分析 | 195 |
| 一、中国车载电脑业对原料的依赖性分析 | 195 |
| 二、中国车载电脑行业经营风险分析 | 196 |
| 三、外资的进入对中国车载电脑业的威胁 | 196 |
| 第四节 2015-2020年中国车载电脑行业投资建议分析 | 197 |
| 图表目录： | |
| 图表1 2009-2014年全球主要地区车载电脑市场规模发展及预测情况 | 26 |
| 图表2 融合资讯、通讯、汽车的新资通讯平台 | 29 |
| 图表3 2014年全球车载电脑市场规模持续成长 | 30 |

图表4 2009-2014年9月中国车载电脑行业销售收入分析39

图表5 2009-2014年9月中国车载电脑不同规模企业总销售收入分析39

图表6 2009-2014年9月中国车载电脑不同所有制企业总销售收入比较40

图表7 2014年中国车载电脑行业产品销售企业集中度分析41

图表8 2014年中国车载电脑行业产品销售地区集中度分析42

图表9 2009-2014年9月中国车载电脑行业销售税金分析42

图表10 2009-2014年9月中国车载电脑不同规模企业销售税金分析43

图表11 2009-2014年9月中国车载电脑不同所有制企业销售税金比较44

图表12 2009-2014年9月中国车载电脑供给量分析45

图表13 2009-2014年9月中国车载电脑产量与实际供给量对比分析图46

图表14近期中国车载电脑供给市场发展趋势图47

图表15 2015-2020年中国车载电脑供给量预测分析47

图表16 2009-2014年9月中国车载电脑总体需求状况分析49

图表17 2009-2014年9月中国车载电脑消费量与实际需求量对比分析图53

图表18近期中国车载电脑需求市场发展趋势图54

图表19 2015-2020年中国车载电脑需求量预测分析54

图表20主要品牌企业产品价格56

图表21中国车载电脑行业渠道结构60

图表22企业/区域性营销组织62

图表23 2014年中国车载电脑行业主要代理商分布63

图表24 2006-2014年研华公司财务资料简表73

图表25研华近三年产品营收比重,%74

图表26蓝星科技车载电脑系列产品81

图表27 2005-2014年中国国内生产总值统计分析110

图表28 2006-2014年我国季度GDP增长率单位：%111

图表29 2005-2014年全社会固定资产投资统计112

图表30 2009-2014年固定资产投资走势图单位：%113

图表31 2014年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率单位：%113

图表32我国不同时期就业人员年均增加量的比较114

图表33我国不同时期三次产业就业构成的变化情况115

图表34 1978-2014年我国城镇及农村居民家庭恩格尔系数统计117

图表35 2014年主要宏观经济指标预测结果(单位：%)123

图表36 2015-2020年中国车载电脑生产形势分析预测128

图表37 2014年中国汽车产量统计表（分省市）143

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249393.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。