



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国汽车电子市场研究预测报告简介

一、调研说明

《2008年中国汽车电子市场研究预测报告简介》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/38093.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 汽车电子的概述 1

1.1 汽车的相关介绍 1

1.1.1 汽车的概念 1

1.1.2 汽车的分类 1

1.1.3 汽车的特性 3

1.2 汽车电子的定义与分类 9

1.2.1 汽车电子的定义 9

1.2.2 汽车电子的分类 9

第二章 汽车行业的发展 11

2.1 国际汽车行业的概况 11

2.1.1 世界各国政府汽车产业发展政策比较分析 11

2.1.2 世界汽车产业重心向亚洲转移 16

2.1.3 2007年国际汽车市场回顾 17

2.1.4 国际汽车工业发展的动向 20

2.2 2007年中国汽车行业分析 25

2.2.1 2007年国内汽车产业政策回顾 25

2.2.2 2007年1-11月中国汽车产销情况分析 38

2.2.3 2007年12月全国汽车市场价格概况 39

2.2.4 2007年国内汽车产业热点事件回看 40

2.3 2005-2007年11月中国汽车制造业经济数据分析 42

2.3.1 2005-2007年11月中国汽车制造业总体数据分析 42

2.3.2 2006-2007年11月中国汽车制造业不同所有制企业数据分析 48

2.3.3 2006-2007年11月中国汽车制造业不同规模企业数据分析 78

2.4 中国汽车行业面临的问题与挑战 92

2.4.1 2007年中国汽车业存在的问题回顾 92

2.4.2 国内汽车行业经济运行中存在的问题 93

2.4.3 中国汽车行业发展面临的挑战 96

2.4.4 燃油税对中国汽车业发展的影响探讨 99

2.5	中国汽车行业发展的对策	100
2.5.1	国内汽车产业精益生产之路	100
2.5.2	汽车产业要牢抓二三级市场	103
2.6	2008年中国汽车行业发展展望	105
2.6.1	2008年中国汽车产业趋势预测	105
2.6.2	2008年影响国内汽车市场走势的五大因素	107
2.6.3	2008年国内汽车市场规模分析	112
2.6.4	2008年中国汽车金融市场预测	113
第三章	汽车电子市场的发展	115
3.1	国际汽车电子市场的概况	115
3.1.1	世界汽车电子市场保持高速增长	115
3.1.2	国外主要汽车电子产品的发展概况	116
3.1.3	国际汽车电子产业的发展及趋势	120
3.1.4	全球汽车电子产品市场增长态势迅猛	126
3.2	中国汽车电子市场发展概述	127
3.2.1	中国汽车电子的产业特点分析	127
3.2.2	中国汽车电子产业的发展环境分析	128
3.2.3	中国汽车电子产业发展的比较优势	131
3.2.4	中国汽车电子产品的市场状况和发展机会	132
3.3	2006-2007年中国汽车电子市场发展分析	141
3.3.1	推动2006年中国汽车电子市场发展的因素分析	141
3.3.2	2007年国内汽车电子市场回顾	145
3.3.3	2007年中国汽车电子市场需求旺盛	147
3.3.4	2007年中国汽车电子市场掀起“圈地”热潮	150
3.4	汽车电子市场竞争分析	151
3.4.1	跨国企业争相进入中国汽车电子产业链	151
3.4.2	中国汽车电子竞争趋于白热化	153
3.4.3	家电企业争相进入汽车电子领域	154
3.4.4	本土汽车电子适应国际化竞争的策略	157
3.4.5	安全领域成为汽车电子未来竞争新热点	159
3.5	汽车电子市场发展的的问题	160

3.5.1	汽车电子市场繁荣背后现隐忧	160
3.5.2	国内汽车电子市场存在饱和危机	162
3.5.3	国产汽车电子缺乏原创“血液”	164
3.5.4	中国汽车电子产业发展面临短腿之痛	165
3.5.5	汽车电子产品开发存在的难点	167
3.6	国内汽车电子市场发展策略分析	169
3.6.1	汽车电子行业期待产业标准尽快出台	169
3.6.2	中国汽车电子市场需合理布局	170
3.6.3	四大因素确定汽车电子及安全产品的发展走向	173
3.6.4	打造本土汽车电子产业链需加强各方合作	176

第四章 汽车电子控制装置 179

4.1	汽车电子控制装置的总体概况	179
4.1.1	现代汽车电子控制技术的应用分析	179
4.1.2	小排量汽车发动机电子控制系统市场综述	183
4.1.3	本土汽车电子控制系统急待发展	184
4.2	汽车发动机	187
4.2.1	汽车发动机的发展历程	187
4.2.2	中国汽车发动机企业的精益设计简析	188
4.2.3	消费升级推动汽车发动机需求强劲增长	194
4.2.4	汽车发动机测试技术向智能化方向发展	196
4.3	汽车底盘	199
4.3.1	汽车底盘的相关综述	199
4.3.2	现代汽车底盘电子控制的介绍	201
4.3.3	客车底盘技术应用和发展概况	203
4.4	车身电子控制	206
4.4.1	车身电子半导体市场规模不断扩大	206
4.4.2	车身电子发展升级扩展半导体器空间	208
4.4.3	车身电子控制重要性日益显现	211
4.5	传感器	214
4.5.1	汽车电子传感器概述	214
4.5.2	传感器技能发展概况	215

4.5.3	中国车用传感器市场现状分析	218
4.5.4	汽车传感器的发展趋势预测	219
4.5.5	车用传感器未来产业格局分析	220

第五章 车载汽车电子装置 222

5.1	车载汽车电子装置的总体发展	222
5.1.1	全球车载定位市场的发展概况	222
5.1.2	自主研发车载网络产业化的浅析	223
5.1.3	中国应加快发展ITS车载装置产业化	226
5.2	汽车导航系统	227
5.2.1	汽车导航系统的应用技术概况	227
5.2.2	中国汽车导航系统研究已达到国际水平	231
5.2.3	车载导航市场触发中外竞争	232
5.2.4	中国汽车导航产业发展前景看好	235
5.3	汽车音响	236
5.3.1	中国汽车音响产业现状	236
5.3.2	国内汽车音响产业发展带动元器件	238
5.3.3	中国汽车音响电容市场价格存在的问题	239
5.3.4	汽车音响行业发展应注重售后服务	240
5.3.5	中国汽车音响未来展望	242
5.4	汽车信息系统	243
5.4.1	车载信息娱乐系统成新增长点	243

第六章 汽车电子技术分析 245

6.1	汽车电子技术概述	245
6.1.1	汽车电子技术应用的突破方向	245
6.1.2	汽车电子产品技术的发展分析	249
6.2	汽车电子应用技术分析	254
6.2.1	发动机控制技术升级	254
6.2.2	主被动安全集成呼之欲出	255
6.2.3	与消费电子加快融合	256
6.2.4	视觉技术成汽车应用新宠	257

6.2.5	关注先进公交及安全技术	259
6.2.6	导航应用将提速	261
6.3	汽车半导体技术市场浅析	262
6.3.1	汽车半导体技术市场概述	262
6.3.2	技术走向	265
6.3.3	部分半导体厂商的策略	267
6.3.4	中国的发展机遇	268
6.3.5	半导体技术将促进中国汽车电子市场发展	272
6.4	汽车电子新技术展望	284
6.4.1	线控技术DBW	284
6.4.2	CAN总线网络	285
6.4.3	汽车巡航控制系统CCS	286
6.4.4	汽车导航系统GPS	287
6.4.5	汽车电控制动系统EBS	288
6.4.6	乘员感知系统OPDS	289
6.4.7	移动多媒体系统	289
6.4.8	电气系统电压升级	290

第七章 中国主要地区汽车电子市场的发展 291

7.1	北京	291
7.1.1	北京夯实发展汽车电子产业基础	291
7.1.2	北京汽车电子业发展面临的瓶颈	292
7.2	深圳	294
7.2.1	近年深圳市汽车电子产业发展概况	294
7.2.2	深圳市汽车电子产业确定八个发展方向	296
7.2.3	深圳汽车电子产业发展的优势	296
7.2.4	深圳欲打造中国汽车电子产业硅谷	297
7.2.5	深圳汽车电子行业发展潜力巨大	300
7.3	上海	302
7.3.1	上海发动汽车电子关键技术的研究	302
7.3.2	2007年上海在嘉定建设汽车电子产业基地	303
7.3.3	四大战略促进上海汽车电子业健康发展	303

- 7.4 武汉 305
 - 7.4.1 武汉积极铸造汽车电子产业基地 305
 - 7.4.2 武汉投资60亿元推动汽车电子产业发展 306

第八章 国内外重点企业 309

- 8.1 美国德尔福 309
 - 8.1.1 公司简介 309
 - 8.1.2 中国成为德尔福的新选择 310
 - 8.1.3 德尔福在华又开新厂 313
- 8.2 德国博世 315
 - 8.2.1 公司简介 315
 - 8.2.2 博世扎根中国发力汽车安全领域 315
- 8.3 航盛电子 317
 - 8.3.1 公司简介 317
 - 8.3.2 航盛电子12年打造汽车电子产业的龙头 317
 - 8.3.3 航盛电子成为世界级OEM供应商的跨越式发展前景 319

第九章 汽车零部件市场 322

- 9.1 国际汽车零部件业的发展 322
 - 9.1.1 世界汽车零部件产业发展回顾 322
 - 9.1.2 国际汽车零部件产业发展的主要趋势 329
- 9.2 中国汽车零部件业的概述 332
 - 9.2.1 十五期间中国汽车零部件行业发展回顾 332
 - 9.2.2 国内汽车电子零部件行业发展初具规模 337
 - 9.2.3 2007年中国汽车零部件市场概况 338
- 9.3 汽车零部件市场流通模式探析 339
 - 9.3.1 国际汽车零部件市场流通模式概况 339
 - 9.3.2 中国汽车零部件行业发展概况与市场流通模式 341
 - 9.3.3 中国汽车零部件市场流通模式的发展方向 343
- 9.4 中国汽车零部件业发展存在的问题 344
 - 9.4.1 国内汽车零部件产业竞争实力仍存在差距 344
 - 9.4.2 中国汽车零部件发展机遇与问题共存 345

9.4.3	中国汽车零部件企业面临被边缘化隐忧	349
9.4.4	中国汽车电子零部件发展中存在的问题	352
9.5	中国汽车零部件业发展的对策	352
9.5.1	国内汽车零部件产业发展的策略	352
9.5.2	中国汽车零部件产业竞争力提升的途径	355
9.5.3	中国汽车零部件企业应对外资进入的对策	356
9.5.4	对汽车零部件企业质量管理创新的建议	361
9.5.5	“十一五”期间汽车零部件产业需在四个方面实现突破	365
9.6	中国汽车零部件业的前景与趋势	368
9.6.1	汽车零部件市场发展前景广阔	368
9.6.2	中国汽车零部件产业发展预测	370
9.6.3	中国汽车零部件行业未来发展走势	375

第十章 汽车电子市场的发展预测 379

10.1	国际汽车电子产业趋势预测	379
10.1.1	2008年世界汽车电子市场的规模预测	379
10.1.2	2010年国际汽车电子市场预测	380
10.1.3	汽车电子产业呈现的七大发展方向	380
10.2	中国汽车电子市场的发展趋势	382
10.2.1	2010年中国汽车电子市场规模预测	382
10.2.2	汽车电子产业成为未来的核心竞争产业	383
10.2.3	中国汽车电子产品发展点分析	385

表目录

表1	2005年1-12月年中国汽车制造业全部企业数据分析	42
表2	2006年1-12月年中国汽车制造业全部企业数据分析	44
表3	2007年1-11月年中国汽车制造业全部企业数据分析	46
表4	2006年1-12月中国汽车制造业国有企业工业数据	48
表5	2006年1-12月中国汽车制造业集体企业工业数据	49
表6	2006年1-12月中国汽车制造业股份合作制企业工业数据	51
表7	2006年1-12月中国汽车制造业股份制企业工业数据	52
表8	2006年1-12月中国汽车制造业私营企业工业数据	54

表9	2006年1-12月中国汽车制造业外商和港澳台投资企业工业数据	55
表10	2006年1-12月中国汽车制造业其他类型企业工业数据	57
表11	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计工业总产值对比	58
表12	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计产品销售收入对比	59
表13	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计资产总计对比	59
表14	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计利润总额对比	59
表15	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计工业总产值增长对比	60
表16	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计产品销售收入增长对比	60
表17	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业累计利润总额增长对比	60
表18	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业产值利税率对比	61
表19	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业流动资产周转次数对比	61
表20	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业人均销售率对比	61
表21	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业亏损面对比	62
表22	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业成本费用利润率对比	62
表23	2006年1-12月中国不同所有制汽车制造企业资金利税率对比	62
表24	2007年1-11月中国汽车制造业国有企业工业数据	63
表25	2007年1-11月中国汽车制造业集体企业工业数据	64
表26	2007年1-11月中国汽车制造业股份合作制企业工业数据	66
表27	2007年1-11月中国汽车制造业股份制企业工业数据	67
表28	2007年1-11月中国汽车制造业私营企业工业数据	69
表29	2007年1-11月中国汽车制造业外商和港澳台投资企业工业数据	70
表30	2007年1-11月中国汽车制造业其他类型企业工业数据	72
表31	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计工业总产值对比	73
表32	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计产品销售收入对比	74
表33	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计资产总计对比	74
表34	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计利润总额对比	75
表35	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计工业总产值增长对比	75
表36	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计产品销售收入增长对比	75
表37	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业累计利润总额增长对比	76
表38	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业产值利税率对比	76
表39	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业流动资产周转次数对比	76
表40	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业人均销售率对比	77

表41	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业亏损面对比	77
表42	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业成本费用利润率对比	77
表43	2007年1-11月中国不同所有制汽车制造企业资金利税率对比	78
表44	2006年1-12月中国汽车制造业大型企业工业数据	78
表45	2006年1-12月中国汽车制造业中型企业工业数据	80
表46	2006年1-12月中国汽车制造业小型企业工业数据	81
表47	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计工业总产值对比	83
表48	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计产品销售收入对比	83
表49	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计利润总额对比	83
表50	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计全部从业人员平均人数对比	83
表51	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计工业总产值增长率对比	84
表52	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计产品销售收入增长率对比	84
表53	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业累计利润总额增长对比	84
表54	2006年1-12月不同规模汽车制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比	84
表55	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业亏损面对比	85
表56	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业成本费用利润率对比	85
表57	2006年1-12月中国不同规模汽车制造企业资金利税率对比	85
表58	2007年1-11月中国汽车制造业大型企业工业数据	85
表59	2007年1-11月中国汽车制造业中型企业工业数据	87
表60	2007年1-11月中国汽车制造业小型企业工业数据	89
表61	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计工业总产值对比	90
表62	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计产品销售收入对比	90
表63	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计利润总额对比	91
表64	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计全部从业人员平均人数对比	91
表65	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计工业总产值增长率对比	91
表66	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计产品销售收入增长率对比	91
表67	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业累计利润总额增长对比	91
表68	2007年1-11不同规模汽车制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比	92
表69	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业亏损面对比	92
表70	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业成本费用利润率对比	92
表71	2007年1-11月中国不同规模汽车制造企业资金利税率对比	92
表72	2006年国产轿车、SUV、MPV新型底盘系统前装配备率	143

表73	2006年国产轿车、SUV、MPV车载音响产品前装配备率	144
表74	中国客车底盘技术引进概况	204
表75	中外客车底盘生产技术水平比较	205
表76	发动机的动力变化需求	205
表77	2006年中国车用传感器销售额与增长数	215
表78	2007年中国车用传感器销售额与增长数	215
表79	2003-2006 中国汽车电子产品市场需求	251
表80	部分汽车半导体制造商及其产品	270

图目录

图1	世界汽车电子设备与汽车半导体销售额预测	126
图2	汽车电源管理IC与分立器件销售额预测	126
图3	中国具有较大市场前景的汽车电子产品	133
图4	现有主流汽车总线标准、用途和速率的简要说明	135
图5	汽车电子技术改进汽车安全性能的发展路线图。	137
图6	汽车电子对电源管理器件的市场需求预测	140
图7	2002-2006年中国汽车电子市场规模与增长	141
图8	2006年中国汽车电子市场应用结构	142
图9	2007 - 2011年中国汽车电子市场规模与增长预测	145
图10	2003-2007年中国汽车电子市场规模与增长	146
图11	2002 - 2005年中国车载电子产品销售额及增长率	159
图12	2006-2009年中国汽车发动机电子控制系统市场规模及增长预测	184
图13	通用、通用-丰田、丰田高岗三家工厂的技术经济指标对比	193
图14	精益企业系统图	193
图15	发动机厂精益物流图	194
图16	汽车产业链	263
图17	汽车电子部分增长	263
图18	线控应用	264
图19	我国汽车产量和保有量预测	271
图20	汽车电子项目研发周期示意图	272
图21	汽车电子系统成长性的示意图	274
图22	用于汽车的主动安全技术一览	277

图23 LED厂家不断改善光输出量汽车照明对高亮度和超高亮度LED的需求将持续增长 280

图24 世界汽车零部件OEM市场分布 323

图25 世界汽车零部件企业100强区域集中度 323

图26 世界汽车零部件企业100强企业集中度 324

图27 零部件系统的生产集中度 325

图28 不同集中度零部件系统的单车价值分布 326

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38093.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提供专业投资咨询报告、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。