

2016-2022年中国车灯市场 运行态势分析及未来前景预测报告

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

《2016-2022年中国车灯市场运行态势分析及未来前景预测报告》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/dianzi/G35327ZHY5.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

前言

中国汽车车灯行业与整车行业同步发展，无论是在市场规模上，还是在产品质量、产品结构以及技术水平上都有很大进步。就某种角度而言，汽车车灯的性能直接影响着汽车的整体性能，原先汽车车灯生产企业主要在产品质量、市场价格及其他因素之间寻找平衡点。除了在汽车车灯技术方面需要考虑的因素，更多的汽车车灯生产企业关注的是如何在市场竞争中提高市场份额，而且，国外诸多汽车车灯生产巨头纷纷在中国市场图谋将来，如美国伟世通、法国法雷奥、澳大利亚海拉、日本小糸已经在中国市场落地生根，并且发展迅速。

中国汽车车灯行业不仅国内市场规模逐年增长，出口额也不断增长，车灯产品成为近年来我国对外出口的主要零部件产品之一，出口地主要包括阿拉伯、菲律宾、日本、韩国、德国、美国、加拿大等。

2014年我国车灯行业企业数量超过4000家，主要集中在长三角地区、珠三角地区。2014年我国车灯产量约23.8亿只，同比2013年的21.9亿只8.7%。

本车灯行业研究报告共十二章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国车灯行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国车灯行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国车灯行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国车灯行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2014年全球车灯行业发展分析 1

第一节 2014年全球车灯行业发展现状 1

第二节 2014年全球车灯行业主要品牌 4

一、全球车灯行业主要品牌 4

全球车灯行业知名品牌一览表 品牌 概述 飞利浦，是世界上最大的电子公司之一，1891年成立于荷兰，主要生产照明、家庭电器、医疗系统。飞利浦现已发展成为一家大型跨国公司，2007年全球员工已达128,100人，在28个国家设有生产基地，在150个国家设有销售机构，拥有8万项专利，实力超群。 欧司朗以其出色的照明产品而闻名于世。今天，欧司朗已成为世界两大光源制造商之一。车灯十大品牌之一的欧司朗总部设在德国慕尼黑，是西门子全资子公司。欧司朗的客户遍布全球近150个国家和地区。凭借着创新照明技术和解决方案，欧司朗不断开发人造光源的新领域，产品广泛使用在公共场所、办公室、工厂、家庭以及汽车照明各领域。 博世车灯 拥有129年历史的博世集团总部位于德国斯图加特市，是世界领先的技术及服务供应商，在汽车与智能交通技术、工业技术、消费品和建筑智能化技术领域，持续地为全球约150个国家和地区的客户领先的技术和高质量的服务。 大亿交通 年产值：1.5亿美元 为大众、宝马、奔驰、福特、戴姆勒等汽车厂商提供车灯。 法雷奥 法雷奥集团为世界领先的汽车零部件供应商,是一家独立的国际工业集团,完全致力于设计,生产和销售轿车及卡车的零件,集成系统和模块,同时供应于主机配套及售后维修市场。 资料来源：智研数据中心整理

二、全球车灯行业主要品牌市场占有率格局 5

第三节 2014年全球车灯行业供求情况 5

一、2011-2015年全球车灯行业产量情况 5

二、2011-2015年全球车灯行业需求情况 6

三、2011-2015年全球车灯行业市场规模 7

2010年全球车灯市场规模为323亿美元，2013年增长至371亿美元，2014年达到385亿美元。

第四节 2016-2022年全球车灯行业发展趋势（需求市场规模）分析 7

第二章 2015年中国车灯产业发展环境分析 8

第一节 2015年中国宏观经济环境分析 8

一、GDP历史变动轨迹分析 8

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 10

三、2011-2015年中国城市化率变化 17

四、2011-2015年中国居民（消费者）收入情况 18

五、2015年中国宏观经济发展预测分析 20

第二节 车灯行业主管部门、行业监管体 22

第三节 中国车灯行业相关法律法规及政策 22

一、国家“十二五”相关规划 22

二、相关产业政策 24

三、出口关税政策 25

第四节 2014年中国车灯产业社会环境发展分析 25

第三章 2014年中国车灯产业发展现状 34

第一节 车灯行业的有关概况 34

一、车灯的定义 34

二、车灯行业的特点 34

汽车车灯的核心是光源，从人类第一次将车灯用于汽车照明至今百余年的历史中，汽车光源经历了若干代的技术变革，大体而言，可以分为四个阶段：

车灯行业四个阶段 阶段 分析 第一代光源 用蜡烛、煤油、乙炔等燃料作为车灯光源的燃料照明灯。它满足了早期车灯的要求，但存在发光效率低、光强弱、性能不稳定、操作复杂的缺点。 第二代光源 是白炽灯、卤素灯。白炽灯实现了电能到光能的转化，相比燃料照明灯，在亮度、稳定性、寿命等方面都有质的提高，同时白炽灯在生产生活中逐渐普及带来的规模效应大大降低了生产成本。从 20 世纪 20 年代开始，汽车车灯进入白炽灯时代。20 世纪 50 年代开始，在白炽灯基础上发展出来的卤素灯逐渐成为汽车车灯的最主要光源。

第三代光源 气体放电灯（英文缩写“HID”，又称“氙气灯”）。随着现代交通环境的变化以及对汽车安全性、环保性的要求不断提高，卤素灯的缺点逐步显现。首先是灯光亮度不足，由于汽车的行驶速度逐渐提高，夜间以及低能见度的环境下，亮度不足将产生安全隐患。其次是能耗较高，不够环保。再次，使用寿命较短，其发光是以钨丝通电为基础，钨丝高温发光过程中存在损耗，因此卤素灯的使用寿命通常短于整车寿命。20 世纪 90 年代，HID 开始进入车灯市场，HID 克服了卤素灯寿命短、能耗高、亮度不足的缺点，在诸多车型上得到运用，对卤素灯产生了较大的冲击。 第四代光源 半导体发光二极管（英文缩写“LED”）。LED 不是通过电能产生热能，热能使物体升温而发光，而是由电能直接转化为光能。相比 HID，LED 能耗更低，寿命更长，反应速度更快，被认为是未来汽车照明的发展趋势之一。但由于成本偏高以及一些技术问题尚待解决，LED 目前主要应用于信号灯，尚未大规模应用于前照灯。 资料来源：公开资料整理

从整个汽车车灯行业看，未来的行业发展方向是电子化、智能化。汽车车灯行业已经出现的自适应前照灯系统（英文缩写“AFS”）即是电子技术在车灯领域的应用，该系统

的出现是汽车车灯领域的重大突破。在光源技术方面，伴随着气体放电技术、半导体发光技术的出现和日臻完善，第三代光源——HID 在车灯领域开始大量普及，第四代光源——LED 也逐步开始应用。其他行业技术进步产生的外溢效应将是推动汽车车灯行业不断发展的动力之一。

第二节 车灯的产业链情况 36

一、产业链模型介绍 36

二、车灯行业产业链分析 37

第三节 上下游行业对车灯行业的影响分析 46

第四章 2014年中国车灯行业技术发展分析 48

第一节 中国车灯行业技术发展现状 48

第二节 车灯行业技术特点（工艺流程或技术）分析 49

第三节 车灯行业技术发展趋势分析 50

第五章 2014年中国车灯产业运行情况 52

第一节 中国车灯行业发展状况 52

一、2011-2015年车灯行业市场供给分析 52

中国汽车车灯行业与整车行业同步发展，无论是在市场规模上，还是在产品质量、产品结构以及技术水平上都有很大进步。就某种角度而言，汽车车灯的性能直接影响着汽车的整体性能，原先汽车车灯生产企业主要在产品质量、市场价格及其他因素之间寻找平衡点。除了在汽车车灯技术方面需要考虑的因素，更多的汽车车灯生产企业关注的是如何在市场竞争中提高市场份额，而且，国外诸多汽车车灯生产巨头纷纷在中国市场图谋将来，如美国伟世通、法国法雷奥、澳大利亚海拉、日本小糸已经在中国市场落地生根，并且发展迅速。

中国汽车车灯行业不仅国内市场规模逐年增长，出口额也不断增长，车灯产品成为近年来我国对外出口的主要零部件产品之一，出口地主要包括阿拉伯、菲律宾、日本、韩国、德国、美国、加拿大等。

2014年我国车灯行业企业数量超过4000家，主要集中在长三角地区、珠三角地区。2014年我国车灯产量约23.8亿只，同比2013年的21.9亿只8.7%。

车灯总成由桥壳、透镜、反射镜和其它元件组成。中国制造的车灯总成主要是雾灯和信号灯等尾灯与辅助灯，大灯的生产难度较大，并且受到很多规格或要求的管制，不过这一市场目前正随着厂商技术的进步而开始扩大。

2008年国内车灯总成市场规模约为1.01亿套，2009年行业市场规模达到1.37亿套，同比增长35.6%；2014年国内车灯总成市场规模超过2.5亿套。

二、2011-2015年车灯行业市场需求分析	54
三、2011-2015年车灯行业市场规模分析	55
第二节 中国车灯行业集中度分析	56
一、行业市场区域分布情况	56
二、行业市场集中度情况	56
三、行业企业集中度分析	58
第六章 2012-2015年中国车灯市场运行情况	59
第一节 行业最新动态分析	59
一、行业相关动态概述	59
二、行业发展热点聚焦	63
第二节 行业品牌现状分析	65
第三节 行业产品市场价格情况	66
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	67
第七章 2013-2015年中国车灯所属行业主要数据监测分析	71
第一节 2013-2015年中国车灯所属行业总体数据分析	71
一、2012年中国车灯所属行业全部企业数据分析	71
二、2013年中国车灯所属行业全部企业数据分析	73
三、2014年中国车灯所属行业全部企业数据分析	74
第二节 2013-2015年中国车灯所属行业不同规模企业数据分析	76
一、2012年中国车灯所属行业不同规模企业数据分析	76
二、2013年中国车灯所属行业不同规模企业数据分析	76
三、2014年中国车灯所属行业不同规模企业数据分析	77
第三节 2013-2015年中国车灯所属行业不同所有制企业数据分析	77
一、2012年中国车灯所属行业不同所有制企业数据分析	77
二、2013年中国车灯所属行业不同所有制企业数据分析	78
三、2014年中国车灯所属行业不同所有制企业数据分析	78
第八章 2014年中国车灯行业竞争情况	80
第一节 行业经济指标分析	80
一、赢利性	80

- 二、附加值的提升空间 81
- 三、进入壁垒 / 退出机制 82
- 四、行业周期 82

第二节 行业竞争结构分析 83

- 一、现有企业间竞争 83
- 二、潜在进入者分析 85
- 三、替代品威胁分析 85
- 四、供应商议价能力 85
- 五、客户议价能力 86

第三节 行业国际竞争力比较 86

第九章 2014年车灯行业重点生产企业分析 90

第一节 市光法雷奥（佛山）汽车照明系统有限公司 90

- 一、企业简介 90
- 二、企业经营数据 90
- 三、企业产品分析 92

第二节 南宁燎旺车灯有限责任公司 92

- 一、企业简介 92
- 二、企业经营数据 93
- 三、企业产品分析 94

第三节 上海小糸车灯有限公司 94

- 一、企业简介 94
- 二、企业经营数据 96
- 三、企业产品分析 97

第四节 长春海拉车灯有限公司 97

- 一、企业简介 97
- 二、企业经营数据 98
- 三、企业产品分析 99

第五节 北京三立车灯有限公司 99

- 一、企业简介 99
- 二、企业经营数据 100
- 三、企业产品分析 101

第十章 2016-2022年车灯行业发展预测分析	102
第一节 2016-2022年中国车灯行业未来发展预测分析	102
一、中国车灯行业发展方向及投资机会分析	102
二、2016-2022年中国车灯行业发展规模分析	102
三、2016-2022年中国车灯行业发展趋势分析	103
第二节 2016-2022年中国车灯行业供需预测	103
一、2016-2022年中国车灯行业供给预测	103
二、2016-2022年中国车灯行业需求预测	104
第三节 2016-2022年中国车灯行业价格走势分析	104
第十一章 2016-2022年中国车灯行业投资风险预警	106
第一节 中国车灯行业存在问题分析	106
第二节 中国车灯行业政策投资风险	106
一、政策和体制风险	106
二、技术发展风险	107
三、市场竞争风险	107
四、原材料压力风险	107
五、经营管理风险	107
第十二章 2016-2022年中国车灯行业发展策略及投资建议	108
第一节 车灯行业发展策略分析	108
一、坚持产品创新的领先战略	108
二、坚持品牌建设的引导战略	108
三、坚持工艺技术创新的支持战略	108
四、坚持市场营销创新的决胜战略	109
五、坚持企业管理创新的保证战略	109
第二节 车灯行业市场的重点客户战略实施	109
一、实施重点客户战略的必要性	109
二、合理确立重点客户	110
三、对重点客户的营销策略	111
四、强化重点客户的管理	111

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 112

第三节 投资建议(ZYCSM) 113

一、重点投资区域建议 113

二、重点投资产品建议 114

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/G35327ZHY5.html>