

2024-2029年中国智能后视镜市场前景预测及投资策略咨询报告

报告简介

智能后视镜，通常是指汽车的后视镜，其具有独立的操作系统，独立的运行空间，可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的程序，并可以通过WIFI或者移动通讯网络来实现无线网络接入，同时可以提供行车记录、GPS定位、电子测速提醒、倒车可视、实时在线影音娱乐等功能的智能化的汽车后视镜。

智能后视镜是近两年才兴起的全新产品形态，因为发展如此短暂，行业内甚至没有一个统一的名称，在产品介绍上，有些公司称之为后视镜行车记录仪，有些称之为后视镜导航，电子后视镜等。事实上，智能后视镜是行车记录仪、车载导航等后装汽车电子发展进阶的产物，是汽车电子屏幕争夺战的另一个战场。

通过对国内主流智能后视镜产品的观察，中端产品(800元)以上都有超过3种以上的功能，比较常见的有导航、行车记录、免提电话、影音播放、电子测速预警、倒车影像、远程协助，而低端产品则功能比较单一，以行车记录为主。

目前，55%的中国消费者认为车载智能系统可以为他们的生活提供很大的便利，46%的受访者对汽车智能化充满期待，甚至只会考虑智能系统的车，另有42%的受访者表示车载智能系统是未来的趋势。

如今的智能后视镜市场，面临着产品同质化、品质不稳定、售后缺乏保障、渠道管理混乱、商业模式不清晰、厂商良莠不齐等诸多问题，未来智能后视镜市场如何发展，需要企业依据市场的变化迅速调整策略来实现长久的发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国智能后视镜行业及关联行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国智能后视镜行业发展状况和特点，以及中国智能后视镜行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球智能后视镜行业发展态势作了详细分析，并对智能后视镜行业进行了趋向研判，是智能后视镜生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前智能后视镜行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 智能后视镜行业发展综述

第一节 智能后视镜行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、产品特征分析

第二节 智能后视镜行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出壁垒
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章 中国智能后视镜行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

第二节 政策环境分析

- 一、行业法规及政策
- 二、行业发展规划

第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

第四节 社会环境分析

- 一、行业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第三章 中国智能后视镜行业运行现状分析

第一节 中国智能后视镜行业现状

- 一、中国智能后视镜行业发展现状
- 二、中国智能后视镜生产区域分布

三、中国智能后视镜行业标准情况

第二节 中国智能后视镜市场需求分析

一、中国智能后视镜产能情况分析

二、中国智能后视镜市场规模分析

三、中国智能后视镜普及情况分析

四、中国智能后视镜市场价格分析

第三节 智能后视镜品牌格局分析

一、智能后视镜品牌竞争格局

二、智能后视镜日韩品牌分析

三、智能后视镜欧美品牌分析

四、智能后视镜国内品牌分析

第四章 中国智能后视镜市场供需形势分析

第一节 2019-2023年智能后视镜产量统计

第二节 2019-2023年智能后视镜销量统计

第三节 2019-2023年智能后视镜进出口分析

第五章 智能后视镜品牌需求与消费者偏好调查

第一节 智能后视镜消费者接受度调查

一、智能后视镜普及度调查分析

二、消费者了解智能后视镜功能

三、消费者对智能后视镜接受度

第二节 智能后视镜消费者偏好调查

一、消费者购买智能后视镜的渠道

二、消费者购买智能后视镜的价格

三、消费者智能后视镜品牌认知度

四、消费者购买智能后视镜考虑因素

第六章 中国智能后视镜市场销售渠道及策略分析

第一节 智能后视镜销售渠道分析

一、智能后视镜直销模式

二、智能后视镜代理销售模式

三、智能后视镜网络销售模式

第二节 渠道建设与管理策略分析

第七章 智能后视镜行业品牌竞争与企业经营分析

第一节 普诺得PRTDT

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第二节 锐准

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第三节 包黑子

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第四节 卡仕达

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第五节 纽曼

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第六节 仙人指路

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第七节 科维

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第八节 捷渡

一、企业发展概况

二、企业产品简介

三、企业竞争优势分析

四、企业经营情况分析

五、企业发展战略分析

第八章 2024-2029年中国智能后视镜行业前景分析

第一节 2024-2029年中国智能后视镜市场前景分析

一、智能后视镜市场前景分析

二、智能后视镜市场需求预测

三、智能后视镜市场规模预测

第二节 2024-2029年中国智能后视镜投资机会分析

一、智能后视镜行业投资环境

二、智能后视镜行业投资特征

三、智能后视镜投资利润水平

四、智能后视镜投资机会分析

第三节 智能后视镜行业投资风险及控制策略分析

一、2024-2029年智能后视镜行业市场风险及控制策略

二、2024-2029年智能后视镜行业政策风险及控制策略

三、2024-2029年智能后视镜行业经营风险及控制策略

四、2024-2029年智能后视镜行业技术风险及控制策略

五、2024-2029年智能后视镜行业竞争风险及控制策略

第九章 智能后视镜行业发展战略研究

第一节 智能后视镜行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国智能后视镜品牌的战略思考

一、智能后视镜品牌的重要性

二、智能后视镜实施品牌战略的意义

三、智能后视镜企业品牌的现状分析

四、我国智能后视镜企业的品牌战略

五、智能后视镜品牌战略管理的策略

第三节 智能后视镜经营策略分析

一、智能后视镜市场细分策略

二、智能后视镜市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、智能后视镜新产品差异化战略

第四节 中道泰和智能后视镜行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

图表目录

图表：智能后视镜的功能

图表：智能后视镜技术特征

图表：2019-2023年中国重点品牌产品及价格情况表

图表：智能后视镜相关标准情况分析

图表：厂家直销模式优劣情况分析

图表：网络销售模式优劣情况分析

图表：2019-2023年中国智能后视镜市场规模分析

图表：2019-2023年中国智能后视镜需求规模分析

图表：2019-2023年中国智能后视镜产量情况分析

图表：2019-2023年中国智能后视镜进口情况分析

图表：2019-2023年中国智能后视镜出口情况分析

图表：消费者使用不同的智能后视镜类型情况分析

图表：消费者了解智能后视镜的渠道分析

图表：消费者对智能后视镜的品牌认知度情况

图表：消费者对智能后视镜的品牌满意度情况

图表：消费者购买智能后视镜考虑的因素

图表：消费者购买智能后视镜价格情况

图表：消费者购买智能后视镜渠道比例

图表：2024-2029年中国智能后视镜产量预测

图表：2024-2029年中国智能后视镜销售预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170221/50006.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)