2026-2031年中国汽车玻璃行业市场深度调研与发展前景研究报告

报告简介

汽车玻璃市场通常被分为OEM市场和AM市场。OEM是指为汽车整车生产提供配套服务的市场，通常和整车生产企业合作关系确立后维持相当长的时间;AM主要满足售后汽车玻璃由于破损而产生的更换需求，相对分散，市场大小主要取决于汽车保有量，企业的市场占有率主要取决于价格。

目前我国已经成为世界第一大汽车生产国和新车消费市场，并保持着较快的增长速度，为我国汽车玻璃企业提供了较大的市场空间。由于我国汽车普及率还比较低，随中国经济的发展，扩大内需政策的出台，居民收入的增长，消费能力的提升，校车安全管理条例的实施以及新能源技术的成熟和应用，中国汽车工业及为汽车工业提供配套的本行业还有很大的发展空间。此外，国际汽车厂商因本国生产成本过高而把生产厂转移到低成本的国家，直接增加了我国汽车玻璃的需求规模。同时，国际汽车厂商实施零部件采购全球化策略，国际汽车玻璃采购比例不断上升，为国内具有技术研发和成本优势的汽车玻璃生产企业提供了更大的市场空间。

汽车玻璃依托汽车而生，汽车生产量大的区域通常产生大的汽车玻璃生产商，世界(包括中国在内)汽车玻璃行业呈现寡头垄断格局，目前国际前四大企业分别是旭硝子、板硝子、福耀玻璃和圣戈班，占据全球60%以上的市场份额。中国是全球三大新兴汽车市场(印度、俄罗斯、中国)之一，对于新兴市场来说，一般GDP每增长一个百分点，汽车工业会增长2到3个百分点，从总体趋势看，中国经济仍处在上升周期，汽车工业保持稳定增长趋势。近几年汽车工业的迅猛发展，带动了相关配套行业的发展，其中一直具有产品高附加值的汽车玻璃，更是受益匪浅。目前中国正以较低成本优势和技术优势承接国际汽车产业的转移，这将增加国内汽车玻璃市场规模。未来国内消费升级和产业转移驱动带来的出口增长将会增加国内汽车玻璃需求。与此同时，为降低制造成本，国际大汽车制造商正在采取全球生产、全球采购、全球销售的市场策略，随着该策略的实施，劳动力成本较高的汽车玻璃制造业将向中国等发展中国家转移。总体来看，随着汽车消费能力和保有量的快速增长，以及汽车产能的转移和国际汽车厂商零部件全球化

采购，我国汽车玻璃需求进一步加大，行业总体处于上升阶段。

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，对我国汽车玻璃行业及各子行业的发展状况、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，并重点分析了我国汽车玻璃行业发展状况和特点，以及中国汽车玻璃行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球汽车玻璃行业发展态势作了详细分析，并对汽车玻璃行业进行了趋向研判，是汽车玻璃行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前汽车玻璃行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业市场调研

第一章 中国汽车玻璃产品品牌市场实地调研

第一节 中国汽车玻璃产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、汽车玻璃产品品牌平均价格趋势分析

三、2026-2031年中国汽车玻璃产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国汽车玻璃产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对汽车玻璃产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对汽车玻璃产品品牌价格的影响

第三节 中国汽车玻璃产品品牌市场消费状况分析

一、中国汽车玻璃产品品牌市场消费结构

二、中国汽车玻璃产品品牌市场消费特点

三、影响中国汽车玻璃产品品牌市场消费因素

第二章 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌市场结构调研

第一节 中国汽车玻璃市场主要品牌发展分析

一、中国汽车玻璃市场主要品牌所占市场份额

二、中国汽车玻璃市场各品牌新动向监测

第二节 中国汽车玻璃市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国汽车玻璃市场品牌发展新特色分析

第二部分 产业区域调研

第三章 中国汽车玻璃行业区域市场需求状况预测

第一节 华北地区汽车玻璃市场需求状况

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第二节 2021-2026年东北地区汽车玻璃市场规模研究

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第三节 华东地区汽车玻璃行业前景展望

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第四节 华南地区汽车玻璃市场需求预测

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第五节 华中地区汽车玻璃行业发展潜力分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第六节 西南地区汽车玻璃市场规模预测

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第七节 西北地区汽车玻璃行业发展预测

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年汽车玻璃行业发展前景预测

第三部分 产业深度调研

第四章 2021-2026年中国汽车玻璃行业需求用户调研结果

第一节 2021-2026年汽车玻璃行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节 2021-2026年中国汽车玻璃行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌上游市场调查情况

第一节 2021-2026年中国汽车玻璃产品原材料生产情况调查

一、中国汽车玻璃产品原材料产量调查分析

二、中国汽车玻璃产品原材料生产区域结构调查

三、2026-2031年中国汽车玻璃产品原材料生产规模预测

第二节 中国汽车玻璃产品原材料价格走势调查

一、中国汽车玻璃产品原材料历年价格趋势调查

二、汽车玻璃产品原材料未来走势预测

三、汽车玻璃产品原材料价格走势对企业影响

1、短期影响分析研究

2、长期影响分析研究

3、产品原材料成本敏感度

第三节 2021-2026年中国汽车玻璃产品生产现状概况

一、2021-2026年中国汽车玻璃产品生产规模调查

二、2021-2026年中国汽车玻璃产品生产结构调查

三、2026-2031年中国汽车玻璃产品产量预测

第六章 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第四部分 产业渠道调研

第七章 2026-2031年中国汽车玻璃行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国汽车玻璃行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要汽车玻璃行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌销售渠道模式研究

一、2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌渠道销售现状调查

二、2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌营销渠道调研

三、2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌渠道发展机遇

四、2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌发展策略

五、2021-2026年渠道策略及营销策略运作案例分析

六、2026-2031年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 2021-2026年中国汽车玻璃产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、汽车玻璃产品品牌营销的发展之道

三、中国汽车玻璃品牌市场营销渠道探讨

第九章 2021-2026年中国汽车玻璃行业竞争对手渠道模式

第一节 汽车玻璃市场渠道情况

第二节 汽车玻璃竞争对手渠道模式

第三节 汽车玻璃直营代理分布情况

第五部分 产业发展态势

第十章 2021-2026年中国汽车玻璃行业竞争力与发展态势研究

第一节 2021-2026年中国汽车玻璃行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 2021-2026年中国汽车玻璃企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 2021-2026年中国汽车玻璃行业竞争力分析

一、2021-2026年汽车玻璃行业竞争分析

二、2021-2026年中外汽车玻璃产品竞争力比较分析

三、2021-2026年中国汽车玻璃市场竞争格局分析

四、2021-2026年国内主要汽车玻璃企业动向研究

第四节 2026-2031年汽车玻璃行业竞争态势展望

第十一章 中国汽车玻璃行业重点企业经营分析

第一节 福耀玻璃工业集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第二节 深圳信义汽车玻璃有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第三节 上海福华玻璃有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第四节 深圳奔迅汽车玻璃有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第五节 秦皇岛海燕安全玻璃有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第六节 长春皮尔金顿安全玻璃公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第七节 山西利虎安全玻璃有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第八节 常州市工业技术玻璃厂

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第九节 杭州安全玻璃有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第十节 河北通用玻璃工业有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第十二章 中国汽车玻璃行业供需预测与发展趋势

第一节 2026-2031年中国汽车玻璃行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2026-2031年汽车玻璃行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2026-2031年汽车玻璃行业总资产预测

第四节 2026-2031年汽车玻璃行业工业总产值预测

第五节 2026-2031年汽车玻璃行业销售收入预测

第六节 2026-2031年中国汽车玻璃行业盈利能力预测

第六部分 产业投资策略

第十三章 2026-2031年中国汽车玻璃行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国汽车玻璃行业SWOT模型分析

第二节 中国汽车玻璃行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2026-2031年中国汽车玻璃行业投资风险预警

一、风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国汽车玻璃行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国汽车玻璃项目行业可行性分析研究

第十四章 汽车玻璃行业投资战略研究

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 对中国汽车玻璃行业品牌的战略思考

一、汽车玻璃行业品牌的重要性

二、汽车玻璃行业实施品牌战略的意义

三、汽车玻璃行业企业品牌的现状分析

四、中国汽车玻璃行业企业的品牌战略

五、汽车玻璃行业品牌战略管理的策略

第三节 汽车玻璃行业经营策略分析

一、汽车玻璃行业市场细分策略

二、汽车玻璃行业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车玻璃行业新产品差异化战略

第四节 汽车玻璃行业投资战略研究

一、2021-2026年汽车玻璃行业投资战略

二、2026-2031年汽车玻璃行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：2021-2026年中国汽车玻璃市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2021-2026年中国汽车玻璃市场各品牌新动向监测数据

图表：2021-2026年中国汽车玻璃市场品牌排名调查情况

图表：2021-2026年中国汽车玻璃品牌按照销售额排名

图表：2021-2026年中国汽车玻璃品牌按市场份额排名

图表：2021-2026年中国汽车玻璃品牌按品牌知名度排名

图表：2021-2026年中国汽车玻璃品牌按消费者认可度排名

图表：2021-2026年中国汽车玻璃行业市场规模调研

图表：2021-2026年全球汽车玻璃行业市场规模调研

图表：2021-2026年中国汽车玻璃重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国汽车玻璃行业销售数据统计

图表：2021-2026年中国汽车玻璃行业利润走势表

图表：2021-2026年中国汽车玻璃行业资产数据情况

图表：2021-2026年中国汽车玻璃行业进口数据统计

图表：2021-2026年中国汽车玻璃行业出口数据统计

图表：2021-2026年中国汽车玻璃品牌竞争力前十名排名

图表：2021-2026年中国汽车玻璃品牌发展潜力前十名排名

图表：2021-2026年中国消费者收入水平调查

图表：2021-2026年中国消费者信心指数数据

把握投资 决策经营！

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

报告编号：55753

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170319/55753.shtml

在线订购：点击这里