

2018年中国汽车车灯行业分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国汽车车灯行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/332063332063.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

汽车产品升级可以弥补年降带来的毛利率下降。产品的电子化升级是汽车智能化必然的选择，产品的升级可以给零部件公司带来较好的议价能力，并且年降较少，可以保证毛利率。沿着产品升级中电子化的产品将获得较高溢价的逻辑，我们认为车灯是一个产品升级且单品价值量较高的零部件。

汽车车灯是一个不断发展的产品。汽车车灯从最早期的煤油灯发展到卤素大灯为主导，后续又不断有氙灯、LED 灯、激光大灯实现了产品更新升级，其单车价值量也不断提高。并且随着市场保有量的提高，车灯后市场将有较好表现。我们分析车灯生产商星宇股份以及国内自主车灯的渗透率，此细分领域行业增速快于汽车行业整体销量增速。LED 车灯市占率 16 年相对于 15 年获得了 33%以上的增长。

表：零部件企业近一年并购重组情况

图：LED 车灯市占率逐年提高

国内车灯市场大多被外资占据。其中日本小糸占国内市场份额的 30%以上，目前已经被华域汽车收购，星宇股份国内市场占有率 8%，目前公司的 LED 车灯占公司车灯产品比重已经达到 20%以上。公司未来产品为 AFS 自适应大灯。

图：2016 年国内车灯市场占有率分布

车灯市场是由于产品升级超越汽车行业整体增速的细分领域。未来车灯会逐渐向 LED、激光大灯渗透，智能化车灯是实现无人驾驶的必要条件。如果单车配套全部为 LED 灯，预计单车配套价格将和卤素大灯有较大差别，包括尾灯、阅读灯、雾灯等，由于单只 LED 大灯在 1000 元以上，单车配套价格将超过 2500 元，假设我国汽车销量达到 3000 万辆，车灯全部转变 LED 的潜在市场空间在 750 亿左右。同时，随着保有量的增加，车灯销量不完全受制于前装市场。车灯市场将是一个超越行业增速的细分领域。

星宇股份：国内汽车车灯龙头，受益一汽大众强产品周期。

产品结构向上，毛利率回升。公司产品结构中 90%以上为车灯类产品，近 9 年净利润增速达到 21%，公司自 2011 年毛利率逐步下滑，主要系公司为了开拓新客户，很多订单是从客户小灯开始做起，随着产品结构的调整，2017 年开始毛利率止跌回升。

客户升级，未来有望放量。公司拿到奔驰、大众订单，公司最大客户是一汽大众，2018 年有望随着大众新产品周期获得较好的销量，公司作为民营自主的车灯零部件厂商，未来有望从自主渗透中抢占车灯四大家族的份额。公司 17-19 年估值 30 倍、22 倍、18 倍，推荐评级。

图：星宇股份营业收入及增速（单位：亿）

图：星宇股份净利润及增速（单位：亿） 观研天下发布的《2018 年中国汽车车灯行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮

助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及汽车车灯交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、汽车车灯T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国汽车车灯行业发展概述

第一节 汽车车灯行业发展情况概述

- 一、汽车车灯行业相关定义
- 二、汽车车灯行业基本情况介绍
- 三、汽车车灯行业发展特点分析

第二节 中国汽车车灯行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车车灯行业产业链条分析
- 三、中国汽车车灯行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国汽车车灯行业生命周期分析

- 一、汽车车灯行业生命周期理论概述
- 二、汽车车灯行业所属的生命周期分析

第四节 汽车车灯行业经济指标分析

- 一、汽车车灯行业的赢利性分析
- 二、汽车车灯行业的经济周期分析
- 三、汽车车灯行业附加值的提升空间分析

第五节 国中汽车车灯行业进入壁垒分析

- 一、汽车车灯行业资金壁垒分析
- 二、汽车车灯行业技术壁垒分析
- 三、汽车车灯行业人才壁垒分析
- 四、汽车车灯行业品牌壁垒分析
- 五、汽车车灯行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球汽车车灯行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车车灯行业发展历程回顾

第二节 全球汽车车灯行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车车灯行业地区市场分析

- 一、亚洲汽车车灯行业市场现状分析
- 二、亚洲汽车车灯行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲汽车车灯行业市场前景分析

第四节 北美汽车车灯行业地区市场分析

- 一、北美汽车车灯行业市场现状分析
- 二、北美汽车车灯行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美汽车车灯行业市场前景分析

第五节 欧盟汽车车灯行业地区市场分析

- 一、欧盟汽车车灯行业市场现状分析
- 二、欧盟汽车车灯行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟汽车车灯行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界汽车车灯行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球汽车车灯行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国汽车车灯产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车车灯行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车车灯产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、汽车车灯环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国汽车车灯行业运行情况

第一节 中国汽车车灯行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车车灯行业市场规模分析

第三节 中国汽车车灯行业供应情况分析

第四节 中国汽车车灯行业需求情况分析

第五节 中国汽车车灯行业供需平衡分析

第六节 中国汽车车灯行业发展趋势分析

第五章 中国汽车车灯所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车车灯所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车车灯所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国汽车车灯所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国汽车车灯市场格局分析

第一节 中国汽车车灯行业竞争现状分析

一、中国汽车车灯行业竞争情况分析

二、中国汽车车灯行业主要品牌分析

第二节 中国汽车车灯行业集中度分析

一、中国汽车车灯行业市场集中度分析

二、中国汽车车灯行业企业集中度分析

第三节 中国汽车车灯行业存在的问题

第四节 中国汽车车灯行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车车灯行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国汽车车灯行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国汽车车灯行业消费特点

第二节 中国汽车车灯行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 汽车车灯行业成本分析

第三节 汽车车灯行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国汽车车灯行业价格现状分析

第五节 中国汽车车灯行业平均价格走势预测

一、中国汽车车灯行业价格影响因素

二、中国汽车车灯行业平均价格走势预测

三、中国汽车车灯行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国汽车车灯行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车车灯行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地汽车车灯市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车车灯市场规模分析

四、华东地区汽车车灯市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区汽车车灯市场规模分析

四、华中地区汽车车灯市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区汽车车灯市场规模分析

第九章 2015-2017年中国汽车车灯行业竞争情况

第一节 中国汽车车灯行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国汽车车灯行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车车灯行业竞争环境分析（汽车车灯T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车车灯行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国汽车车灯行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车车灯行业未来发展前景分析

- 一、汽车车灯行业国内投资环境分析
- 二、中国汽车车灯行业市场机会分析
- 三、中国汽车车灯行业投资增速预测

第二节 中国汽车车灯行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车车灯行业市场发展预测

- 一、中国汽车车灯行业市场规模预测

二、中国汽车车灯行业市场规模增速预测

三、中国汽车车灯行业产值规模预测

四、中国汽车车灯行业产值增速预测

五、中国汽车车灯行业供需情况预测

第四节中国汽车车灯行业盈利走势预测

一、中国汽车车灯行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车车灯行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国汽车车灯行业投资风险与营销分析

第一节 汽车车灯行业投资风险分析

一、汽车车灯行业政策风险分析

二、汽车车灯行业技术风险分析

三、汽车车灯行业竞争风险分析

四、汽车车灯行业其他风险分析

第二节 汽车车灯行业企业经营发展分析及建议

一、汽车车灯行业经营模式

二、汽车车灯行业销售模式

三、汽车车灯行业创新方向

第三节 汽车车灯行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国汽车车灯行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车车灯行业品牌战略分析

一、汽车车灯企业品牌的重要性

二、汽车车灯企业实施品牌战略的意义

三、汽车车灯企业品牌的现状分析

四、汽车车灯企业的品牌战略

五、汽车车灯品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车车灯行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车车灯行业战略综合规划分析

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

第十四章 2018-2024年中国汽车车灯行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车车灯行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国汽车车灯行业定价策略分析

第二节 中国汽车车灯行业营销渠道策略

一、汽车车灯行业渠道选择策略

二、汽车车灯行业营销策略

第三节 中国汽车车灯行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车车灯行业重点投资区域分析

二、中国汽车车灯行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/332063332063.html>