

# 2021年中国行车记录仪市场调研报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国行车记录仪市场调研报告-市场运营态势与发展前景研究》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/533499533499.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

行车记录仪是车联网的一部分，随着科技产业进入新智能硬件第二轮创新，近年来行车记录仪销量已经出现跨越式增长，而这一轮创新与智能手机浪潮不同，新智能硬件是长尾市场，与互联网紧密结合，具备产品脉冲式成长产业趋势。新智能硬件时代的长尾效应增加投资机会，企业迎来高速增长，硬件厂商具备互联网0到1属性。伴随移动互联网而生的智能硬件，注定评判产品不会仅仅局限在硬件能力，嵌入式系统的完整度、与其他设备的生态整合能力、作为入口的数据采集结构化能力等都将成为考量因素，整体硬件复杂度提升。

而这一轮创新与智能手机浪潮不同，新智能硬件是长尾市场，与互联网紧密结合，具备产品脉冲式成长产业趋势。我们看到自2014年开始，创客开始得到广泛重视其产业本质就是新智能硬件长尾的创新模式，将是科技行业第三次工业革命！从产品出货量看，随着科技行业发展，每一次新的创新产品带来的产品需求都成倍增加，新智能硬件的总出货量会在未来超过手机平板，形成千亿规模市场。同时，长尾效应意味着产品种类之多会远超以往概念，其中网络盒子、行车记录仪只是最先快速增长的产品，传感器、芯片、软件平台等的快速迭代缩短硬件升级周期，产品型号、种类升级频率将大幅度提高。初创企业及平台生态链企业将最大限度满足人类各种需求，出现爆款产品的概率预计显著增加。

智能硬件出货量将远超之前产品 资料来源：公开资料整理

新智能硬件是伴随移动互联网而生的，注定产品评判不会仅仅局限在硬件能力，嵌入式系统的完整度、与其他设备的生态整合能力、作为入口的数据采集结构化能力等都将成为考量因素，整体硬件复杂度提升。据IDC统计，目前全球共有150亿台智能设备，而这个数值在2020年将会达到500亿台，而思科预计更为乐观，可能会达到750亿台。从CES Asia可以看出，进军智能硬件领域的主要是三类企业，互联网巨头、传统家电等硬件厂商、初创企业，但是大家强调的都是生态圈的建设，硬件入口概念已经深入人心。BAT及京东、360等作为平台提供商，对智能硬件产品的投资及生态整合起到至关重要的作用，平台能够提供完整SDK等，使开发的智能硬件快速切入已有生态圈。不同企业打造生态圈的方式不同，但是相同的是硬件的系统要求更高，带来的芯片计算能力及视频音频编解码需求增加。

行车记录仪产品目前可以大致分为智能后视镜、带显示屏CDR、无屏Wifi记录仪等，价格基本从高到低，预计智能后视镜将是未来的主流产品。新智能硬件时代的行车记录仪超出记录属性，成为车联网入口，通讯、语音识别、深度优化系统、自动雷达、Wifi连接、GPS、FM发射等成为高端配置，但是未来将快速普及。从产品发展看，目前智能后视镜已经开始逐步增加联网互动功能，大数据运用已经出现。行车记录仪整体市场空间巨大，预计国内将达到百亿规模，全球达到千亿市场，产品呈现高端多功能趋势，随着下游应用、互联网厂商切入，价格到甜蜜期，有望超预期。现在处在类似MP3和平板群雄乱战时刻，总体表现为品牌多，产品型号杂。从市场占有率看，大牌季度销量会占有40%以上份额，虽然收产品更替波动较大，但说明竞争进入白热化阶段，品牌集中度将持续提升。

行车记录仪能够记录汽车行驶全过程的视频图像和声音，不仅可以为交通事故责任确认提供证据，还可以记录驾车旅程的沿途风光。行车记录仪发源于台湾，除了台湾，韩国及俄罗斯等国家也非常热衷安装行车记录仪。

根据我们对于智能硬件的判断，一旦产品出现直击痛点的引爆点，传播效应会立即显现，预计未来销量大概率超预期。统计数据显示，2019年我国行车记录仪行业销量为3249万台，同比增长23.96%。预计2020销量将增至3931万台。具体数据如下图所示：

2015-2020年我国行车记录仪销量统计（万台）数据来源：汽车工业协会、观研天下数据中心整理

数据显示，2019年末全国民用汽车保有量26150万辆（包括三轮汽车和低速货车762万辆），比上年末增加2122万辆，其中私人汽车保有量22635万辆，增加1905万辆。民用轿车保有量14644万辆，增加1193万辆，其中私人轿车保有量13701万辆，增加1112万辆。相对于平板电脑市场，行车记录仪正处于快速增长的产业中前期，且汽车存量市场需求巨大，国内厂商崛起速度加快。而行车记录仪作为车联网的入口，可以充分集成wifi、倒车影像、语音识别、导航等多功能，拓展成汽车智能辅助驾驶系统是未来方向，360等互联网厂商的切入，即基于对行车记录仪市场空间的认可及战略入口的重视。

数据显示，2019年我国行车记录仪市场规模约93.79亿元，预计2020年将增长至114.56亿元。近几年我国行车记录仪市场规模情况如下图所示：

2015-2020年我国行车记录仪市场规模（亿元）数据来源：汽车工业协会、观研天下数据中心整理

从市场结构来看，目前智能后视镜仍将是主流产品，市场占比达到27%，其次是带显示屏的CDR产品，占比为23%。随着大屏幕智能手机的普及和流量资费的下降，无屏幕wifi记录仪也开始逐渐追赶前两者，市场占比达到20%。

专家指出，未来随着价格的降低和车联网技术的不断发展，大数据、云计算和AI技术在将会在汽车领域不断整合，带ADAS的智能记录仪普及率也将会迅速上升。

行车记录仪市场结构分析 数据来源：观研天下数据中心整理

目前行车记录仪产品销售渠道分为线上渠道和线下渠道（汽配城、4S店、电脑城等）。近年来随着我国电子商务市场的快速发展，线上渠道已经成长为我国行车记录仪最主要的渠道之一。

据统计2019年我国行车记录仪线上渠道销量为2103万台，预计2020年将增长至2737万台。

2015-2020年我国线上渠道销量统计（万台）数据来源：观研天下数据中心整理

近年来，行车记录仪电商也迎来市场利好。2019年我国行车记录仪线上渠道市场规模为61.85亿元，预计2020年我国行车记录仪线上渠道市场规模增长至80.07亿元。

2015-2020年我国线上渠道销售额统计（万台）数据来源：观研天下数据中心整理

行车记录仪行业在过去几年几经波折，许多行车记录仪、商家纷纷倒闭，不管是线上还是线下，如今互联网的春风又吹到行车记录仪行业，不但带来新的技术和产品，也许会给行车记录仪行业原有的销售渠道发生变化。电商的发展早些年可以说是风生水起，但对于现在而且是行车记录仪行业来讲，实际效果可能是差强人意，普通的电子商务模式无法解决安防产品线下安装、调试等问题，大众消费品电商模式与安防产品两者在消费模式上的差异太大。但互联网大潮不断向前席卷，这种安防行业也在不断改变、摸索，安防电商平台不断尝试着定制化的改变，例如线上线下结合，开线下实体安装门店等。

行车记录仪品牌厂商在国内各大主流B2C电商平台实现的产品销量增长主要取决于访客流量的提升，为引入流量，商家需向平台支付大量的营销推广费用，品牌知名度和销售排名的领先是建立在持续大规模营销投入的基础上的。线上高昂的品牌推广成本，在渠道层面形成了较高的市场准入门槛。

对于传统的行车记录仪硬件厂商来说，其盈利模式比较单一，主要是通过硬件来盈利。但是随着互联网厂商的杀入，已经将硬件的利润率打到了冰点，比如360、小米旗下的小蚁等。这也使得传统行车记录仪硬件厂商的日子越来越难过，所以这也迫使传统行车记录仪硬件厂商开始寻找新的商业模式，与软件信息企业合作或许是一个不错的选择。而对于传统行车记录仪行业来说，“软硬件生态共享、合作共赢”的策略或将引领行车记录仪行业变革。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国行车记录仪市场调研报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

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家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，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、PEST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 2017-2020年中国行车记录仪行业发展概述

#### 第一节 行车记录仪行业发展情况概述

##### 一、行车记录仪行业相关定义

##### 二、行车记录仪行业基本情况介绍

##### 三、行车记录仪行业发展特点分析

##### 四、行车记录仪行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售模式

##### 五、行车记录仪行业需求主体分析

#### 第二节 中国行车记录仪行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、行车记录仪行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

###### 1、沟通协调机制

###### 2、风险分配机制

###### 3、竞争协调机制

##### 四、中国行车记录仪行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国行车记录仪行业生命周期分析

##### 一、行车记录仪行业生命周期理论概述

##### 二、行车记录仪行业所属的生命周期分析

#### 第四节 行车记录仪行业经济指标分析

##### 一、行车记录仪行业的赢利性分析

##### 二、行车记录仪行业的经济周期分析

##### 三、行车记录仪行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国行车记录仪行业进入壁垒分析

##### 一、行车记录仪行业资金壁垒分析

- 二、行车记录仪行业技术壁垒分析
- 三、行车记录仪行业人才壁垒分析
- 四、行车记录仪行业品牌壁垒分析
- 五、行车记录仪行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球行车记录仪行业市场发展现状分析

### 第一节 全球行车记录仪行业发展历程回顾

### 第二节 全球行车记录仪行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲行车记录仪行业地区市场分析

- 一、亚洲行车记录仪行业市场现状分析
- 二、亚洲行车记录仪行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲行车记录仪行业市场前景分析

### 第四节 北美行车记录仪行业地区市场分析

- 一、北美行车记录仪行业市场现状分析
- 二、北美行车记录仪行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美行车记录仪行业市场前景分析

### 第五节 欧洲行车记录仪行业地区市场分析

- 一、欧洲行车记录仪行业市场现状分析
- 二、欧洲行车记录仪行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲行车记录仪行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界行车记录仪行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球行车记录仪行业市场规模预测

## 第三章 中国行车记录仪产业发展环境分析

### 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、全社会消费品行车记录仪总额
- 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 中国行车记录仪行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国行车记录仪产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国行车记录仪行业运行情况

### 第一节 中国行车记录仪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 中国行车记录仪行业市场规模分析

### 第三节 中国行车记录仪行业供应情况分析

### 第四节 中国行车记录仪行业需求情况分析

### 第五节 我国行车记录仪行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

### 第六节 中国行车记录仪行业供需平衡分析

### 第七节 中国行车记录仪行业发展趋势分析

## 第五章 中国行车记录仪所属行业运行数据监测

### 第一节 中国行车记录仪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 中国行车记录仪所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

### 第三节 中国行车记录仪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 2017-2020年中国行车记录仪市场格局分析

### 第一节 中国行车记录仪行业竞争现状分析

#### 一、中国行车记录仪行业竞争情况分析

#### 二、中国行车记录仪行业主要品牌分析

### 第二节 中国行车记录仪行业集中度分析

#### 一、中国行车记录仪行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国行车记录仪行业市场集中度分析

### 第三节 中国行车记录仪行业存在的问题

### 第四节 中国行车记录仪行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国行车记录仪行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国行车记录仪行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国行车记录仪行业消费市场动态情况

### 第二节 中国行车记录仪行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 行车记录仪行业成本结构分析

### 第四节 行车记录仪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

### 第五节 中国行车记录仪行业价格现状分析

### 第六节 中国行车记录仪行业平均价格走势预测

#### 一、中国行车记录仪行业价格影响因素

- 二、中国行车记录仪行业平均价格走势预测
- 三、中国行车记录仪行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国行车记录仪行业区域市场现状分析

### 第一节 中国行车记录仪行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区行车记录仪市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区行车记录仪市场规模分析
- 四、华东地区行车记录仪市场规模预测

#### 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、华中地区行车记录仪市场规模分析
- 四、华中地区行车记录仪市场规模预测

#### 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、华南地区行车记录仪市场规模分析
- 四、华南地区行车记录仪市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国行车记录仪行业竞争情况

### 第一节 中国行车记录仪行业竞争结构分析（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 中国行车记录仪行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国行车记录仪行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境

### 三、社会环境

### 四、技术环境

## 第十章 行车记录仪行业企业分析（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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国行车记录仪行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国行车记录仪行业未来发展前景分析

一、行车记录仪行业国内投资环境分析

二、中国行车记录仪行业市场机会分析

三、中国行车记录仪行业投资增速预测

### 第二节 中国行车记录仪行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国行车记录仪行业市场发展预测

一、中国行车记录仪行业市场规模预测

二、中国行车记录仪行业市场规模增速预测

三、中国行车记录仪行业产值规模预测

四、中国行车记录仪行业产值增速预测

五、中国行车记录仪行业供需情况预测

### 第四节 中国行车记录仪行业盈利走势预测

一、中国行车记录仪行业毛利润同比增速预测

二、中国行车记录仪行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国行车记录仪行业投资风险与营销分析

### 第一节 行车记录仪行业投资风险分析

一、行车记录仪行业政策风险分析

二、行车记录仪行业技术风险分析

三、行车记录仪行业竞争风险

四、行车记录仪行业其他风险分析

### 第二节 行车记录仪行业应对策略

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 2021-2026年中国行车记录仪行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国行车记录仪行业品牌战略分析

一、行车记录仪企业品牌的重要性

二、行车记录仪企业实施品牌战略的意义

三、行车记录仪企业品牌的现状分析

四、行车记录仪企业的品牌战略

五、行车记录仪品牌战略管理的策略

### 第二节 中国行车记录仪行业市场重点客户战略实施

- 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 中国行车记录仪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
- 第四节 行车记录仪行业竞争力提升策略

- 一、行车记录仪行业产品差异性策略
- 二、行车记录仪行业个性化服务策略
- 三、行车记录仪行业的促销宣传策略
- 四、行车记录仪行业信息智能化策略
- 五、行车记录仪行业品牌化建设策略
- 六、行车记录仪行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国行车记录仪行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国行车记录仪行业产品策略分析

- 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 中国行车记录仪行业营销渠道策略

- 一、行车记录仪行业渠道选择策略
- 二、行车记录仪行业营销策略

### 第三节 中国行车记录仪行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国行车记录仪行业重点投资区域分析
- 二、中国行车记录仪行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/533499533499.html>