

2024-2030年中国汽车后视镜行业发展态势与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国汽车后视镜行业发展态势与投资战略报告》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.cction.com/report/202311/419783.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国汽车后视镜行业发展态势与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 后视镜行业概况 15 1.1 后视镜产品概述 15 1.1.1 后视镜产品的概述 15 1.1.2 后视镜产品的分类 15 1.2 中国汽车后视镜市场现状分析 15 1.2.1 中国汽车后视镜市场情况 15 1.2.2 各主要汽车生产国后视镜市场情况 16 1.3 后视镜上游行业分析 17 1.3.1 塑料市场情况分析 17 1.3.2 镜子市场情况分析 18 1.3.3 电线市场情况分析 19 1.3.4 钢丝市场情况分析 19 1.4 后视镜下游行业发展分析 20 1.4.1 汽车工业总体情况 20 1.4.2 汽车工业走势 22 1.4.3 未来汽车企业走势分析 31 1.4.4 乘用车市场增长分析 38 1.5 汽车零部件业发展分析 40 1.5.1 国 排放与变速器技术路线之争 40 1.5.2 世贸裁定中国进口零部件关税败诉 41 1.5.3 外资开始进入商用车领域的零部件配套 42 1.5.4 新能源汽车给零部件行业带来新的发展机会 42 1.5.5 金融风暴下零部件产业格局在改变 42 1.5.6 行业相关政策、法规、标准分析 43 1.5.7 轮胎特保案美国的真正目的或在中国汽车业 49 1.5.8 中方拟对美汽车双反调查 52 1.6 后视镜行业发展环境 53 1.6.1 世界汽车零部件工业发展现状 53 1.6.2 世界汽车零部件工业发展趋势 58 1.6.3 国外汽车公司进入中国情况 61 1.6.4 未来几年国内汽车零部件产业发展走势分析 64 第二章 后视镜市场供求分析 66 2.1 中国汽车后视镜市场 66 2.1.1 后视镜配套市场总量规模 66 2.1.2 后视镜售后市场总量规模 67 2.1.3 后视镜各季度市场情况 68 2.2 中国后视镜市场发展潜力 69 2.3 乘用车后视镜配套市场分析 70 2.3.1 乘用车后视镜市场配套特点 70 2.3.2 轿车后视镜配套市场情况 73 2.3.3 suv后视镜配套市场情况 76 2.3.4 mpv后视镜配套市场情况 79 2.4 商用车后视镜配套市场分析 82 2.4.1 商用车后视镜配套市场特点 82 2.4.2 客车配套机会 82 2.4.3 货车配套机会 84 2.5 中国汽车后视镜售后市场概况 90 2.6 乘用车售后市场用后视镜器市场分析 90 2.6.1 乘用车用后视镜器售后市场分析 90 2.6.2 乘用车后视镜器售后市场发展趋势 91 2.7 商用车车售后市场用后视镜器市场分析 91 2.7.1 商用车用后视镜器售后市场分析 91 2.7.2 商用车用后视镜器售后市场发展趋势 92 2.8 客车售后市场用后视镜器市场分析 93 2.8.1 客车用后视镜器售后市场空间 93 2.8.2 客车用后视镜器售后市场发展趋势 93 第三章 中国后视镜市场竞争状况 95 3.1 中国后视镜市场竞争主体分析 95 3.1.1 生产厂商数量 95 3.1.2 生产厂商规模状况 95 3.1.3 生产厂商企业类型集中度分析 95 3.1.4 生产厂商区域集中度分析 97 3.2 中国后视镜生产厂商产品技术分析 99 3.2.1 主要生产厂商技术发展现状 99 3.2.2 后视镜技术发展趋势 100 3.3 中国后视镜市场份额 105 3.3.1 各类型产品市场份额 105 3.3.2 各厂商市场份额 105 3.3.3 各厂商产品市场份额 106 3.4 中国后视镜市场竞争格局分析 106 3.4.1 后视镜市场整体格局

106 3.4.2 后视镜市场区域格局 107 3.4.3 后视镜市场竞争格局走势 107 3.5 中国汽车后视镜进口分析 109 3.6 中国汽车后视镜出口分析 111 3.7 中国汽车后视镜进出口情况分析 116 3.7.1 进出口概况分析 116 3.7.2 国内各进出口情况 116 3.7.3 不同性质企业进出口情况 117 3.7.4 进出口洲别 118 第四章 汽车后视镜行业区域分析 120 4.1 我国汽车后视镜企业区域分析 120 4.1.1 汽车后视镜行业经济指标分析 120 4.1.2 汽车后视镜行业营运能力分析 120 4.2 上海汽车后视镜行业发展状况分析 121 4.2.1 上海汽车后视镜行业经济指标分析 121 4.2.2 上海汽车后视镜行业营运能力分析 121 4.2.3 上海汽车后视镜行业产销分析 122 4.3 福建省汽车后视镜行业发展状况分析 122 4.3.1 福建省汽车后视镜行业经济指标分析 122 4.3.2 福建省汽车后视镜行业营运能力分析 123 4.3.3 福建省汽车后视镜行业产销分析 124 4.4 江苏省汽车后视镜行业发展状况分析 124 4.4.1 江苏省汽车后视镜行业经济指标分析 124 4.4.2 江苏省汽车后视镜行业营运能力分析 124 4.4.3 江苏省汽车后视镜行业产销分析 125 4.5 浙江省汽车后视镜行业发展状况分析 125 4.5.1 浙江省汽车后视镜行业经济指标分析 125 4.5.2 浙江省汽车后视镜行业盈利能力分析 126 4.5.3 浙江省汽车后视镜行业产销分析 127 第五章 国内主要竞争厂商分析 128 5.1 涉福耐克汽车光学系统(北京)有限公司 128 5.1.1 企业基本信息 128 5.1.2 企业财务分析 128 5.1.3 企业生产分析 129 5.1.4 采购及配套情况 129 5.1.5 组织管理 130 5.2 天津光盈汽车镜有限公司 131 5.2.1 企业基本信息 131 5.2.2 企业财务分析 131 5.2.3 企业生产分析 132 5.2.4 采购及配套情况 132 5.2.5 组织管理 133 5.3 长春富奥梅克朗汽车镜有限公司 134 5.3.1 企业基本信息 134 5.3.2 企业生产分析 134 5.2.3 企业财务分析 134 5.3.4 采购与配套情况 135 5.3.5 组织管理 136 5.4 吉林一汽实业东光汽车镜有限公司 137 5.4.1 企业基本信息 137 5.4.2 企业财务情况 137 5.4.3 生产情况 138 5.4.4 配套情况 139 5.4.5 组织管理 139 5.5 吉林东光瑞宝车灯有限公司 141 5.5.1 企业基本信息 141 5.5.2 企业财务分析 141 5.5.3 生产情况 142 5.5.4 企业采购及配套情况 142 5.5.5 组织管理 143 5.6 麦格纳唐纳利(上海)汽车系统有限公司 144 5.6.1 企业基本信息 144 5.5.2 企业财务分析 144 5.6.2 企业生产分析 145 5.6.3 采购及配套情况 146 5.6.4 营销情况 146 5.6.5 组织管理 147 第六章 国际汽车后视镜生产商 179 6.1 麦格纳集团(magna) 179 6.1.1 企业概况 179 6.1.2 主要产品 179 6.1.3 中国分公司情况 180 6.1.4 发展战略 180 6.2 涉福耐克(schefenacker) 183 6.2.1 企业概况 183 6.2.2 主要产品 183 6.2.3 中国分支机构 183 6.2.4 发展战略 184 6.3 法可赛(ficosa) 185 6.3.1 企业概况 185 6.3.2 产品概况 185 6.3.3 中国分公司 185 6.3.4 发展战略 185 6.4 市光工业株式会社(ichikon) 187 6.4.1 企业背景 187 6.4.2 产品概况 187 6.4.3 中国分公司 187 6.4.4 发展战略 187 6.5 日本开明堂(murakami kaimeido) 188 6.5.1 企业背景 188 6.5.2 产品情况 188 6.5.3 中国分公司概况 188 6.5.4 发展战略 188 6.6 镜泰柯斯(gentex) 189 6.6.1 企业背景 189 6.6.2 产品情况 189 6.6.3 中国分公司情况 189 6.6.4 发展战略 189 第七章 汽车后视镜行业投资行为分析 191 7.1 中国后视镜市场发展趋势 191 7.1.1 规模扩大促进集中度提高 191 7.1.2 整车的发展推动技术

进步 193 7.1.3 竞争加剧催生营销的创新 193 7.1.4 电子商务迅速渗透营销领域 194 7.1.5 汽车后视镜行业发展模式分析 194 7.2 汽车后视镜投资机会分析 195 7.2.1 配套市场 195 7.2.2 售后市场 196 7.2.3 出口市场 196 7.3 汽车后视镜投资前景与防范 197 7.3.1 经营环境风险 197 7.3.2 新产品投入风险 197 7.3.3 出口产品风险 197 7.4 汽车后视镜投资建议与分析 198 7.4.1 精益化的发展战略 198 7.4.2 自主研发的贯彻实施问题 199 7.4.3 企业营销策略分析 199

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/419783.html>