

2024-2030年中国汽车智能化行业分析与市场前景预测报告

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年中国汽车智能化行业分析与市场前景预测报告》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/202402/440437.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

目前来看，传统功能汽车正在从交通工具演变成连接大数据与数字生态系统的“超级智能终端”，并且，汽车智能化毫无疑问也是车企竞争的核心根本之一。而如何实现快速、准确、全面的响应？在去年的智博会上，多家企业展示了自动驾驶最新的技术，让诸多观众大开眼界。不过相比于去年的牛刀小试，随着5G将近，当满足智能驾驶对网络传输速度、响应时间、能耗和规模的各种要求。

4G网络和5G网络之间有什么差别？从网速来看，4G网络的最大加载速度8M/S，但实际上稳定网速只在4M/S左右。5G网络的理论下载速度可以达到每秒1.25G，华为5G已经能实现128M/S。而对于汽车智能化而言，“速度”一词几乎是无可避免的敏感词。所说的汽车智能化网络速度并不是指人机互联中娱乐系统的快慢，而是关于自动驾驶以及交通数据化的大数据服务中。

从产业背景来看，电动化、智能网联化、自动驾驶化是当前汽车技术发展的三大趋势，这三大技术趋势之间关联紧密（后文更详细提及）。其中，智能网联化即是指依靠互联网、物联网、云计算、人工智能等技术，实现“人-车-路-云”的广泛连接和智能化交互。

相比传统驾驶舱，智能驾驶舱通过搭载智能化/网联化的车载设备或服务，使得“人-车-路-云”之间的交互内容更加丰富、形式和过程更加便利，从而给予驾驶人和乘车人更佳的经验。从消费者的角度来看，当前的智能驾驶舱主要体现在中控大屏、数字化仪表及一些语音、视觉交互上，少数车型也装有HUD（Head-Up Display）、后座娱乐屏、电子后视镜等设备。

在技术实现层面，中控大屏、数字仪表、电子后视镜等交互屏需由安卓、QNX等操作系统驱动，而如HUD、人机交互等设备或服务也需要嵌入各类智能算法，且无论是操作系统还是各类智能算法软件，均需与底层芯片模组相结合方能发挥出应有的效能。作为操作系统技术厂商，上述内容均属于公司的核心能力范围，故而公司早在2014年便着手布局智能汽车业务，将其作为传统智能手机业务的自然拓展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国汽车智能化行业分析与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国汽车智能化行业市场发展环境、汽车智能化整体运行态势等，接着分析了中国汽车智能化行业市场运行的现状，然后介绍了汽车智能化市场竞争格局。随后，报告对汽车智能化做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车智能化行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车智能化产业有个系统的了解或者想投资中国汽车智能化行业，本报告是您不

可或缺的重要工具。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 汽车智能化行业发展综述

1.1 汽车智能化行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 汽车智能化行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 汽车智能化行业在国民经济中的地位

1.2.3 汽车智能化行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）汽车智能化行业生命周期

1.3 最近3-5年中国汽车智能化行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

第二章 汽车智能化行业运行环境分析

2.1 汽车智能化行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 汽车智能化行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 汽车智能化行业社会环境分析

2.3.1 汽车智能化产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 汽车智能化产业发展对社会发展的影响

2.4 汽车智能化行业技术环境分析

2.4.1 汽车智能化技术分析

2.4.2 汽车智能化技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国汽车智能化行业运行分析

3.1 我国汽车智能化行业发展状况分析

3.1.1 我国汽车智能化行业发展阶段

3.1.2 我国汽车智能化行业发展总体概况

2019年，国内多个城市开始部署应用5G技术，5G正式步入商用元年。结合当前工信部、各地方政府、运营商的目标来看，新一年国内5G基站的建设力度将大幅提高，2020年将成为中国5G的爆发年。而在海外，美、欧、日、韩、澳等多国也均已开始部署或即将部署。

移动终端芯片迭代

相比于4G移动通信技术，5G具有高速率、低延迟、大容量、高可靠的特性，其技术原理与实现手段均显著不同。在终端芯片层面，5G不仅要求基带与射频芯片的设计发生重大改变，同时还将带动应用处理器芯片迭代升级。由于操作系统、底层硬件驱动、部分AI算法等软件需与芯片匹配——即根据不同的芯片设计进行优化方能发挥效能，所以芯片更新换代与公司业务高度相关。

截至近期，包括高通、华为、三星、MTK等在内的各移动终端芯片大厂均已有5G芯片推出。典型的基带芯片如高通骁龙X55、华为Balong5000、三星ExynosModem5100等，应用处理器芯片如高通骁龙865、华为麒麟990、三星Exynos980等。随着5G建设和应用在2020年大幅提速，预计各大厂商将推出更多芯片新品。

目前，智能驾驶舱仍属新兴事物，总体处于发展中前期，成长空间依然十分充裕。首先，从座舱内智能电子设备的渗透率来看，尽管新车型中智能中控屏已极为普及，预计装配率已达80%以上，但其中仍有约2成安装相对简单的Linux等系统，而非应用生态丰富、更具拓展性的安卓系统。粗略估计，存量汽车之中，中控屏采用安卓系统的约为4-5成，加之仍有部分老旧车型甚至尚未安装智能中控屏，因此IVI（车载信息娱乐系统，In-VehicleInfotainment）的

智能化替代仍需要至少数年方可完成，相应的业务成长机会依然存在。

另从同样具有代表性的数字仪表装配情况来看，虽然2017年开始在新车型中的渗透率快速提升，但至2018年仍仅为20%左右，即使2019年装配比例继续提升，也远未饱和。而如HUD、后座娱乐屏、流媒体后视镜等，更是因技术、成本、用户习惯等因素限制，现今渗透率均极低。故而，智能驾驶舱在更多车型/车辆中的继续渗透，是判断其成长空间充裕的首个逻辑。

在政策层面，智能网联/智能驾驶汽车是近年国产业发展支持的重点。如2018年12月《车联网（智能网联汽车）产业发展行动计划》提出，2020年目标为“车联网用户渗透率达到30%以上，新车驾驶辅助系统（L2）搭载率达到30%以上，联网车载信息服务终端的新车装配率达到60%以上”。另在2019年12月所发布的《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》（征求意见稿）之中，也提出“至2025年，智能网联汽车新车销量占比达到30%，高度自动驾驶智能网联汽车实现限定区域和特定场景商业化应用”的愿景。2020年2月，《智能汽车创新发展战略》正式出台，该文件对智能汽车发展的各个重要方面做出了全面规划，提出“到2025年，中国标准智能汽车的技术创新、产业生态、基础设施、法规标准、产品监管和网络安全体系基本形成”，“2035年到2050年，中国标准智能汽车体系全面建成、更加完善”的愿景。

3.1.3 我国汽车智能化行业发展特点分析

3.2 2024-2030年汽车智能化行业发展现状

3.2.1 2024-2030年我国汽车智能化行业市场规模

3.2.2 2024-2030年我国汽车智能化行业发展分析

3.2.3 2024-2030年中国汽车智能化企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2024-2030年重点省市市场分析

3.4 汽车智能化细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2024-2030年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 汽车智能化产品/服务价格分析

3.5.1 2024-2030年汽车智能化价格走势

3.5.2 影响汽车智能化价格的关键因素分析

（1）成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2024-2030年汽车智能化产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要汽车智能化企业价位及价格策略

第四章 我国汽车智能化所属行业整体运行指标分析

4.1 2024-2030年中国汽车智能化所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2024-2030年中国汽车智能化所属行业产销情况分析

4.2.1 我国汽车智能化所属行业工业总产值

4.2.2 我国汽车智能化所属行业工业销售产值

4.2.3 我国汽车智能化所属行业产销率

4.3 2024-2030年中国汽车智能化所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国汽车智能化行业供需形势分析

5.1 汽车智能化行业供给分析

5.1.1 2024-2030年汽车智能化行业供给分析

5.1.2 2024-2030年汽车智能化行业供给变化趋势

5.1.3 汽车智能化行业区域供给分析

5.2 2024-2030年我国汽车智能化行业需求情况

5.2.1 汽车智能化行业需求市场

5.2.2 汽车智能化行业客户结构

5.2.3 汽车智能化行业需求的地区差异

5.3 汽车智能化市场应用及需求预测

5.3.1 汽车智能化应用市场总体需求分析

(1) 汽车智能化应用市场需求特征

(2) 汽车智能化应用市场需求总规模

5.3.2 2024-2030年汽车智能化行业领域需求量预测

(1) 2024-2030年汽车智能化行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2024-2030年汽车智能化行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业汽车智能化产品/服务需求分析预测

第六章 汽车智能化行业产业结构分析

6.1 汽车智能化产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国汽车智能化行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国汽车智能化行业产业链分析

7.1 汽车智能化行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 汽车智能化上游行业分析

7.2.1 汽车智能化产品成本构成

7.2.2 2024-2030年上游行业发展现状

7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对汽车智能化行业的影响

7.3 汽车智能化下游行业分析

7.3.1 汽车智能化下游行业分布

7.3.2 2024-2030年下游行业发展现状

7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对汽车智能化行业的影响

第八章 我国汽车智能化行业渠道分析及策略

8.1 汽车智能化行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对汽车智能化行业的影响

8.1.3 主要汽车智能化企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 汽车智能化行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 汽车智能化行业营销策略分析

8.3.1 中国汽车智能化营销概况

8.3.2 汽车智能化营销策略探讨

8.3.3 汽车智能化营销发展趋势

第九章 我国汽车智能化行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 汽车智能化行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 汽车智能化行业企业间竞争分析

9.1.3 汽车智能化行业集中度分析

9.1.4 汽车智能化行业SWOT分析

9.2 中国汽车智能化行业竞争格局综述

9.2.1 汽车智能化行业竞争概况

(1) 中国汽车智能化行业竞争格局

(2) 汽车智能化行业未来竞争格局和特点

(3) 汽车智能化市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国汽车智能化行业竞争力分析

(1) 我国汽车智能化行业竞争力剖析

(2) 我国汽车智能化企业市场竞争的优势

(3) 国内汽车智能化企业竞争能力提升途径

9.2.3 汽车智能化市场竞争策略分析

第十章 汽车智能化行业企业经营形势分析

10.1 日海智能科技股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 广东翔天汽车智能化有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 山东元齐新动力科技有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 深圳华一汽车科技有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 海森健康咨询管理（深圳）有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

第十一章 2024-2030年汽车智能化行业投资前景

11.1 2024-2030年汽车智能化市场发展前景

11.1.1 2024-2030年汽车智能化市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年汽车智能化市场发展前景展望

11.1.3 2024-2030年汽车智能化细分行业发展前景分析

11.2 2024-2030年汽车智能化市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2030年汽车智能化行业发展趋势

11.2.2 2024-2030年汽车智能化市场规模预测

11.2.3 2024-2030年汽车智能化行业应用趋势预测

11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2030年中国汽车智能化行业供需预测

11.3.1 2024-2030年中国汽车智能化行业供给预测

11.3.2 2024-2030年中国汽车智能化行业需求预测

11.3.3 2024-2030年中国汽车智能化供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年汽车智能化行业投资机会

12.1 汽车智能化行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2024-2030年汽车智能化行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

第十三章 汽车智能化行业投资战略研究

13.1 汽车智能化行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国汽车智能化品牌的战略思考

13.2.1 汽车智能化品牌的重要性

13.2.2 汽车智能化实施品牌战略的意义

13.2.3 汽车智能化企业品牌的现状分析

13.2.4 我国汽车智能化企业的品牌战略

13.2.5 汽车智能化品牌战略管理的策略

13.3 汽车智能化经营策略分析

13.3.1 汽车智能化市场细分策略

13.3.2 汽车智能化市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 汽车智能化新产品差异化战略

13.4 汽车智能化行业投资战略研究

13.4.1 2022年汽车智能化行业投资战略

13.4.2 2024-2030年汽车智能化行业投资战略

13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 汽车智能化行业研究结论

14.2 汽车智能化行业投资价值评估

14.3 汽车智能化行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/440437.html>