

2012-2016年中国汽车配件 与汽车用品行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国汽车配件与汽车用品行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/peijian1211/N51984TUNL.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-11-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国汽车配件与汽车用品行业市场分析与投资前景研究报告》共九章。介绍了汽车配件与汽车用品行业相关概述、中国汽车配件与汽车用品产业运行环境、分析了中国汽车配件与汽车用品行业的现状、中国汽车配件与汽车用品行业竞争格局、对中国汽车配件与汽车用品行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车配件与汽车用品产业发展前景与投资预测。您若想对汽车配件与汽车用品产业有个系统的了解或者想投资汽车配件与汽车用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

当前全球汽车行业的消费比率为1：2，即消费一辆汽车，将带来双倍于其销售额的市场需求，这些造成许多可以覆盖整个汽车服务需求的专业场所不断建设。单一经营模式的传统汽配交易市场将逐渐淡出人们的视线，取而代之的是多功能、多元化的新型汽配城。新型汽配城是以汽配交易为中心、涵盖多种市场功能的经营复合体。这种“多位一体化”经营模式可以彻底改变传统汽配城只做汽配的单一经营状态。2008年中国汽车销售938万辆，2009年达到1364.48万辆。2008年全国民用汽车保有量达到6467万辆（包括三轮汽车和低速货车1492万辆），比上年末增长13.5%，其中私人汽车保有量4173万辆，增长18.1%，预计到2020年我国民用汽车保有量将高达1.4亿辆以上的规模，随着汽车普及率的提高和国内汽车市场的高速发展为汽配市场的发展奠定了良好的基础。2008年我国汽车配件销售额达到743亿元，2010年国内汽车后市场销售额达到1070亿元。

汽配行业利润丰厚，是行业中普通认同的事情，在一个完全成熟的国际化的汽车市场，有50%-60%的利润是在其服务领域中产生的。随着国内汽车市场的逐渐成熟，汽车产业链越来越长，中国汽车后市场的“类摩根时代”即将到来，这也意味着中国汽配新一轮的淘金热即将到来。汽车配件服务市场的主要分为两个部分：一个是普通维修配件的维修服务，一个是汽车用品的维修服务。2005年，整车产销量为570万辆。零部件产业中原厂配套(OEM)产值约在3400亿元左右；维修市场产值约900亿元，再加上汽车用品市场约420亿元，2005年整个汽配市场总量约为1320亿元。2006年达到1650亿，与此同时，由于中国汽配市场还处于初级阶段，国内汽配商利润率高达40%。未来汽配市场的增长速度会略高于汽车零部件制造行业的增长速度（行业普遍认为大约为20%），比较合适的速度约为25%，因此以2005年1320亿为基数的话，到2010年汽配市场总量大约为4000亿元。随着中国经济的复苏，中国新车销量位居世界第一，汽车保有量也超过1亿辆，已经成为世界最大汽车消费市场，2011年我国汽车用品市场总量将达到4300亿元，汽车用品行业经销企业超过10万多家，2012年汽车用品

市场总量预计将突破5500亿元。汽车配件与汽车用品市场前景广阔。

→报告目录

CONTENTS

第一部分 行业总体概貌

第一章 汽配行业概述 1

第一节 汽配行业定义和分类 1

一、汽配行业 1

二、汽配行业产品分类 2

三、中国汽配专业市场发展阶段 5

第二节 汽配行业流通的特点 6

一、需求特点 6

二、经营特点 7

三、汽车服务业的特点 7

第三节 中国汽配行业的基本特征 7

一、汽配行业的价值链 7

二、中国汽配行业的发展历程 8

三、中国汽配行业在行业生命周期中的阶段 11

四、中国汽配行业的成长趋势分析 11

五、中国汽配行业进入、退出分析 12

第四节 中国汽配行业现状及问题分析 13

一、汽配行业在汽车工业中占有重要地位 13

二、副厂配件是维修市场中主要产品 14

三、供求渠道复杂，价格混乱，流通效率低 14

四、营销手段落后，竞争主要的手段是价格 15

五、市场集中度低，经销商数量大，规模偏小，素质低 15

六、经营行为不规范，假冒伪劣配件充斥市场 16

七、汽配城与汽车配件交易会是汽配市场组织的主导形式 16

第五节 中国汽配相关行业分析 17

一、汽车市场趋势分析 17

二、08年总体汽车市场增速创近年新低 90

三、浙江汽车配件市场销售额趋势分析	91
四、二手车市场分析	92
第六节 国内汽车配件流通模式	96
一、国内配件供应链	96
二、国内汽车配件需求方格局	96
三、国内终端用户的需求格局	98
四、汽配城	98
五、国内汽车零配件流通领域的发展方向	99
第七节 汽车用品市场	100
一、全国汽车用品市场规模与趋势	100
二、长三角地区汽车用品市场规模与趋势	148
三、汽车用品市场的流通特点	149
四、汽车用品市场趋势	150
五、汽车用品行业发展模式分析	173
第二章 世界汽配行业发展状况	175
第一节 世界汽配行业发展特点	175
一、世界汽车行业的发展	175
二、全球汽配行业现状	179
第二节 日本汽配行业的发展状况	181
一、日本汽配市场特点	181
二、日本汽配市场发展构成及规模	182
三、日本汽配行业的运行模式	183
第三节 美国汽配行业的发展状况	184
一、美国汽配行业规模和特点	184
二、美国汽配市场运行模式	189
第二部分 行业结构与规模分析	
第三章 中国汽配市场流通分析	191
第一节 中国汽配市场概述	191
第二节 汽配市场流通模式概述	195
一、中国汽配市场产业链和流通渠道	195

二、中国汽配市场流通模式的分类定义	197
三、中国汽配市场流通企业情况	198
四、汽配市场的一般采购决策程序	200
第三节 传统的流通模式分析	208
一、传统的流通模式概述	208
二、我国汽配城发展现状分析	208
三、我国汽配城经营模式分析	210
四、我国汽配城增值服务分析	214
五、汽配城发展发向分析	215
六、案例--北京西郊汽配城质量监管措施	218
第四节 整车厂售后服务模式分析	223
一、整车厂的售后服务体系流通方式分析	223
二、供应商进入整车售后服务体系分析	223
三、流通商进入整车售后服务流通体系分析	224
四、我国整车售后服务体系现状	226
第五节 价值链垂直整合模式（连锁、大卖场、营销商）	228
一、价值链垂直整合模式概述	228
二、汽配连锁经营模式分析	228
三、汽配大卖场模式分析	230
四、汽配营销商模式分析	231
第六节 汽配市场品牌分析	233
第七节 进入汽配市场的各模式对企业要求的评价	234
第八节 汽配市场进货渠道分析	235
第四章 中国汽配市场需求（需求）分析	237
第一节 全国汽配需求特点分析	237
一、汽车保有量扩容迎来新一轮汽配城兴建高潮	237
二、汽车保有量分析	238
三、汽车配件单车需求情况	238
四、机械类零部件s是市场主流，电子产品发展潜力巨大	239
五、汽配市场中进口产品种类繁多，以高技术、高附加值产品为主	239
第二节 全国汽配需求规模预测	240

第三节 个人汽配消费特点和消费偏好分析	241
一、汽车维护保养观念已经深入人心	241
二、当前消费者对汽配的关注集中在价格方面	242
三、大多数车主选择4S店维修保养	242
四、大多数车主选择维修保养地点时，主要关注服务专业性和价格上	243
五、不同车主对维修终端的选择不同	244
六、中低端私人消费者将对汽配流通业带来新的变化	245
第五章 中国汽配市场供应分析	246
第一节 中国汽车零部件制造行业特点	246
一、当前我国汽车零部件行业需要变革	246
二、跨国汽车零部件企业在华投资不减	249
三、外资零部件制造企业纷纷进入中国	252
四、中国汽车零部件制造主要以配套市场为主	252
五、中国汽车零部件制造业很少以自主品牌进入市场	252
第二节 中国零部件制造分工协作的供应体系分析	253
一、一级零部件供应商同整车厂关系紧密	253
二、二级零部件供应商结构复杂	255
三、专业化、规模化的零部件供应商逐渐形成	255
第三节 汽车零部件制造行业竞争分析	257
一、零部件产值占整车的比重在上升	257
二、中国汽车零部件配套体系趋势	257
三、汽车零部件的出口战略分析	260
四、区域性制造优势已经体现	262
第四节 主要汽车零部件生产巨头分析	263
一、德尔福贸易（上海）有限公司	263
二、采埃孚销售服务（上海）有限公司	264
三、电装（中国）投资有限公司	264
四、博世boss	265
五、伟世通国际控股公司	266
六、辉门集团（美国纳斯达克柜台交易板市场代号：FDMLQ）	266
七、德国大陆集团	267

- 八、海拉--今天的构思，明天的汽车 268
- 九、李尔集团 269
- 十、上海天合汽车安全系统有限公司 269

第三部分 典型行业行为和典型企业分析

第六章 中国汽配市场企业经营分析 271

第一节 汽配行业的经营管理分析 271

一、汽配市场渠道的趋于多元，消费主体转变为个人消费者 271

二、汽车维修养护服务企业的经营管理 271

三、汽配流通企业的经营管理 273

第二节 企业扩张行为分析 277

一、横向扩张 277

二、纵向扩张 277

第三节 北京汽车用品市场 278

一、天隆北方汽车用品市场 278

二、西郊雅森汽车用品市场 278

三、六里桥汽车用品市场 279

四、西国贸汽车基地 279

五、恋日汽车用品一条街 280

第七章 典型企业案例分析 281

第一节 国外汽配企业分析 281

一、美国成功流通商案例ATUOZONE 281

二、美国成功流通商案例NAPA - 世界最大的汽车零部件经销商 282

三、日本成功流通商案例AUTOBACS 283

第二节 国内汽配企业分析 284

一、北京中汽联合汽配连锁有限公司 284

二、上海德朗汽车零部件制造有限公司 284

三、北京众义达快修连锁市场进入策略 285

第三节 北京汽车服务市场汇总 286

第四部分 行业影响因素和发展趋势

第八章 汽配行业影响因素分析	289
第一节 宏观经济环境影响分析	289
一、国民经济持续快速发展，商用车配件需求发展迅速	289
二、人均可支配收入稳步提高，乘用车配件市场将迅速扩大	289
三、钢铁汽车业振兴规划	289
第二节 行业政策分析	291
一、汽配市场行业管理需要加强	291
二、《汽车贸易政策》将对汽配流通产生影响	294
三、汽车产业振兴规划培育汽车消费市场	295
四、汽车产业调整和振兴规划细则	295
第三节 技术因素分析	303
第九章 汽配行业发展趋势	310
第一节 汽配行业变化趋势	310
一、消费群体发生变化	310
二、“大3S”汽配城模式将会得到发展	310
三、品牌将主导市场	313
四、经营呈现体多元化发展	313
五、国外著名汽车零部件企业全面进入国内汽配市场	314
六、国内汽配市场呈现多功能化发展趋势	315
第二节 汽配营销的变化趋势	317
一、汽配市场营销模式的变化趋势	317
二、汽配营销提高客户满意度途径	321
第三节 经营模式和流通渠道的变化	322
一、经营模式变革的模式	322
二、汽配城在一定时期内占重要地位	324
三、快修和连锁网络的发展尚需时日	327
四、4S垄断地位将下降	327
五、竞争格局将发生变化，独立市场份额增大	328

图表目录

图表：汽配行业的范围	1
------------	---

图表：汽车维修配件分类	4
图表：1998 - 2008年我国汽车产量趋势状况	6
图表：汽车配件价值链	8
图表：普通汽配行业模式的价值链	8
图表：行业生命周期的判断	11
图表：《汽车配件营销企业经营管理规范》汽车配件营销企业资质划分指标	13
图表：2008年1-12月汽车产量全国合计	20
图表：2008年1-12月汽车产量北京市合计	20
图表：2008年1-12月汽车产量天津市合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量河北省合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量山西省合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量内蒙古合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量辽宁省合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量吉林省合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量黑龙江合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量上海市合计	21
图表：2008年1-12月汽车产量江苏省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量浙江省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量安徽省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量福建省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量江西省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量山东省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量河南省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量湖北省合计	22
图表：2008年1-12月汽车产量湖南省合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量广东省合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量广西区合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量海南省合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量重庆市合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量四川省合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量贵州省合计	23
图表：2008年1-12月汽车产量云南省合计	23

图表：2008年1-12月汽车产量陕西省合计	24
图表：2008年1-12月汽车产量甘肃省合计	24
图表：2008年1-12月汽车产量新疆区合计	24
图表：2009年1-12月汽车产量全国合计	24
图表：2009年1-12月汽车产量北京市合计	24
图表：2009年1-12月汽车产量天津市合计	24
图表：2009年1-12月汽车产量河北省合计	24
图表：2009年1-12月汽车产量山西省合计	24
图表：2009年1-12月汽车产量内蒙古合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量辽宁省合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量吉林省合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量黑龙江合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量上海市合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量江苏省合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量浙江省合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量安徽省合计	25
图表：2009年1-12月汽车产量福建省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量江西省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量山东省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量河南省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量湖北省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量湖南省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量广东省合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量广西区合计	26
图表：2009年1-12月汽车产量海南省合计	27
图表：2009年1-12月汽车产量重庆市合计	27
图表：2009年1-12月汽车产量四川省合计	27
图表：2009年1-12月汽车产量云南省合计	27
图表：2009年1-12月汽车产量陕西省合计	27
图表：2009年1-12月汽车产量甘肃省合计	27
图表：2009年1-12月汽车产量新疆区合计	27
图表：2009年1-3月轿车销量前十位品牌排名	35

图表：2009年3月轿车销量前十位品牌排名	35
图表：2004-2008年乘用车市场销量趋势情况	36
图表：乘用车03-08年表现对比分析	36
图表：2005-2008年汽车及零部件进出口走势	39
图表：2007-2008年中国汽车及零部件逐季走势	40
图表：2008年我国各地区汽车进口增速走势图	42
图表：2008年我国汽车整车进口数量逐季走势	43
图表：2008年我国汽车月度进口量及增速走势图	43
图表：2008年我国汽车整车各车型进口走势	44
图表：2008年我国热点车型季度进口量走势对比	45
图表：2008年我国进口轿车排量趋势分析	46
图表：2008年我国进口SUV排量走势	47
图表：2008年我国轿车进口报价分析	48
图表：2008年我国轿车进口结构分析	49
图表：2008年我国汽车进口地区所占份额表	50
图表：2008年我国SUV分排量进口报价分析	51
图表：2008年我国SUV分国别进口量分析	52
图表：2008年我国SUV分国别进口价格变动分析	52
图表：2008年我国乘用车进口情况分析	54
图表：2008年汽车整车出口总体走势分析	55
图表：2007-2008年汽车整车出口走势图	55
图表：2008年汽车整车出口结构特征分析	56
图表：2008年各车型整车出口价格趋势分析	57
图表：2008年我国汽车出口热点车型分析	58
图表：2008年我国轿车出口热点排量分析	59
图表：2008年我国轿车出口目标市场分析	60
图表：2008年我国轿车出口目标市场价格变动分析	60
图表：2008年我国SUV出口热点排量走势分析	62
图表：2008年我国SUV出口热点市场走势分析	63
图表：2008年我国SUV出口热点市场销量变动分析	64
图表：2008年我国SUV出口地区价格走势分析	64
图表：2008年我国货车出口热点车型分析	65

图表：2008年我国货车出口热点价格分析	67
图表：2008年我国客车出口热点车型分析	68
图表：2008年我国客车出口热点地区分析	69
图表：2008年我国客车出口地区价格分析	70
图表：2008年我国汽车企业的乘用车与商用车出口情况	71
图表：2008年我国汽车企业轿车出口情况	71
图表：2005-2008年汽车零部件进出口季度对比	72
图表：2008年汽车零部件进出口结构对比	73
图表：乘用车03-08年表现对比分析	90
图表：中国汽车厂家04-08年销售走势	91
图表：2008年二手车分车型销量	93
图表：2008年二手车分地区销量	94
图表：2000-2012年中国二手车市场交易规模预测	95
图表：中国汽车零配件市场供应链	96
图表：2002-2010年全国汽车用品市场规模	105
图表：2009年1-8月汽车电子电器及零部件进出口金额变化图	113
图表：2009年1-9月国际采购商通过盖世汽车网采购热门电子电器产品的频次	114
图表：2000-2007年世界汽车产量增长情况	175
图表：2003-2008年各大洲汽车产量变化情况	176
图表：2003-2008年各大洲汽车产量变化情况	177
图表：2004-2008年各大洲汽车增长量变化情况	177
图表：2003-2008年全球主要国家汽车产量变化情况	178
图表：2004-2008全球主要国家汽车产量增长率变化情况	179
图表：2008年以来全球零部件供应商重要破产相关事件	180
图表：2009年以来全球零部件供应商重要破产相关事件	181
图表：日本汽配市场规模	183
图表：日本汽配行业运营模式	184
图表：中国汽配市场产业链	195
图表：我国汽配市场流通企业类型	198
图表：汽配市场一般采购流程	200
图表：传统流通模式的价值链	208
图表：汽配城交易额占汽配城的份额	209

图表：2006-2010年全国汽车配件市场规模	214
图表：汽配城交易额占汽配城的份额	214
图表：汽配城的增值服务	215
图表：2005-2008中国乘用车保有量	239
图表：2006-2010年汽车零部件及配件制造业销售产值	240
图表：2006-2010年全国汽车配件市场规模	241
图表：车主对维修店的选择	243
图表：车主初次选择维修地点看中的因素	243
图表：车主选择固定维修地点看重的因素	244
图表：不同类型车主一般选择的维修体系	244
图表：国内汽车零部件一级供应商	254
图表：美国成功流通商案例ATUOZONE分析	281
图表：美国成功流通商案例NAPA分析	282
图表：日本成功流通商案例AUTOBACS分析	283
图表：2008年开业的多功能汽配城一览	315
略.....	

本报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、国家工业和信息化部、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中国汽车配件用品市场协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及汽车配件与汽车用品专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国汽车配件与汽车用品的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对汽车配件与汽车用品市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据汽车配件与汽车用品行业的发展轨迹对汽车配件与汽车用品未来的发展趋势作了审慎的判断，为汽车配件与汽车用品产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明汽车配件与汽车用品行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/peijian1211/N51984TUNL.html>