

2017-2022年中国汽车用品 市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2017-2022年中国汽车用品市场现状分析及投资前景研究报告》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/report/W45043HVRE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-10-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国汽车用品市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了汽车用品行业相关概述、中国汽车用品产业运行环境、分析了中国汽车用品行业的现状、中国汽车用品行业竞争格局、对中国汽车用品行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车用品产业发展前景与投资预测。您若想对汽车用品产业有个系统的了解或者想投资汽车用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016年中国汽车用品行业产品生产总值突破8500亿元，达到8625亿元，同比增长了1500亿元左右。

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 汽车用品行业发展综述 1

第一节 汽车用品行业定义及特征 1

一、行业定义 1

二、行业产品分类 1

三、行业特征分析 1

第二节 汽车用品行业统计标准 2

一、统计部门和统计口径 2

二、行业主要统计方法介绍 2

三、行业涵盖数据种类介绍 3

第三节 汽车用品行业经济指标分析 4

一、赢利性 4

二、成长速度 4

三、附加值的提升空间 4

四、进入壁垒 / 退出机制 5

五、风险性 6

六、行业周期 6

第二章 中国汽车用品行业发展环境分析 7

第一节 经济环境分析 7

一、国家宏观经济环境 7

1、居民人均GDP增长 7

2、居民收入增长情况 10

二、行业宏观经济环境 10

第二节 政策环境分析 11

一、行业法规及政策 11

二、行业发展规划 19

第三节 技术环境分析 19

一、主要生产技术分析 19

二、技术发展趋势分析 21

第三章 “十三五”期间经济环境分析 22

第一节 “十三五”期间世界经济发展趋势 22

一、“十三五”期间世界经济将逐步恢复增长 22

二、“十三五”期间经济全球化曲折发展 22

三、“十三五”期间新能源与节能环保将引领全球产业 23

四、“十三五”期间跨国投资再趋活跃 23

五、“十三五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济 24

六、“十三五”期间美元地位继续削弱 24

七、“十三五”期间世界主要新兴经济体大幅提升 25

第二节 “十三五”期间我国经济面临的形势 26

一、“十三五”期间我国经济将长期趋好 26

二、“十三五”期间我国经济将围绕三个转变 26

三、“十三五”期间我国工业产业将全面升级 26

四、“十三五”期间我国以绿色投资前景为基调 29

第三节 “十三五”期间我国对外经济贸易预测 30

一、“十三五”期间我国劳动力结构预测 30

二、“十三五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测 31

三、“十三五”期间我国自主创新结构预测 35

四、“十三五”期间我国产业体系预测 36

五、“十三五”期间我国产业竞争力预测 36

六、“十三五”期间我国经济国家化预测 37

- 七、“十三五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测 39
- 八、“十三五”期间人民币区域化和国际化预测 42
- 九、“十三五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测 45
- 十、“十三五”期间我国中小企业面临的外需环境预测 46

第三章 国际汽车用品行业发展分析及经验借鉴 49

第一节 全球汽车用品市场总体情况分析 49

- 一、全球汽车用品行业的发展特点 49
- 二、全球汽车用品市场结构 49
- 三、全球汽车用品行业发展分析 49
- 四、全球汽车用品行业竞争格局 49
- 五、全球汽车用品市场区域分布 50

第二节 美国汽车用品行业发展经验借鉴 50

- 一、美国汽车用品行业发展历程分析 50
- 二、美国汽车用品行业运营模式分析 51
- 三、美国汽车用品行业发展趋势预测 51
- 四、美国汽车用品行业对中国的启示 52

第三节 日本汽车用品行业发展经验借鉴 52

- 一、日本汽车用品行业发展历程分析 52
- 二、日本汽车用品行业运营模式分析 52
- 三、日本汽车用品行业发展趋势预测 53
- 四、日本汽车用品行业对中国的启示 53

第二部分 行业深度分析

第四章 中国汽车用品行业运行现状分析 54

第一节 中国汽车用品行业发展状况分析 54

- 一、中国汽车用品行业发展阶段 54
- 二、中国汽车用品行业发展总体概况 54
- 三、中国汽车用品行业发展特点分析 55

第二节 2014-2016年汽车用品行业发展现状 55

- 一、中国汽车用品行业市场规模 55
- 二、中国汽车用品行业发展分析 56

| | |
|--------------------------------|----|
| 三、中国汽车用品企业发展分析 | 58 |
| 第三节 2014-2016年汽车用品市场情况分析 | 58 |
| 一、中国汽车用品市场总体概况 | 58 |
| 二、中国汽车用品产品市场发展分析 | 58 |
| 三、中国汽车用品市场发展趋势分析 | 59 |
| | |
| 第五章 中国汽车用品市场供需形势分析 | 60 |
| 第一节 汽车用品行业生产分析 | 60 |
| 一、国内产品及原材料生产基地分布 | 60 |
| 二、产品及原材料产业集群发展分析 | 60 |
| 三、2013-2016年汽车用品重点细分产品市场规模情况分析 | 60 |
| 第二节 中国汽车用品市场供需分析 | 61 |
| 一、2014-2016年中国汽车用品行业供给情况 | 61 |
| 1、中国汽车用品行业供给分析 | 61 |
| 2、中国汽车用品行业产品产量分析 | 61 |
| 3、重点企业产能及占有份额 | 62 |
| 二、2014-2016年中国汽车用品行业需求情况 | 62 |
| 1、汽车用品行业需求市场 | 62 |
| 2、汽车用品行业客户结构 | 62 |
| 3、汽车用品行业需求的地区差异 | 63 |
| 三、2014-2016年中国汽车用品行业供需平衡分析 | 63 |
| 第三节 汽车用品产品市场应用及需求预测 | 63 |
| 一、汽车用品产品应用市场总体需求分析 | 63 |
| 二、2017-2023年汽车用品行业领域需求量预测 | 64 |
| 1、汽车用品行业需求产品市场格局预测 | 64 |
| 2、汽车用品行业需求产品功能预测 | 64 |
| 三、重点行业汽车用品产品需求分析预测 | 66 |
| | |
| 第六章 汽车用品行业进出口结构及面临的机遇与挑战 | 67 |
| 第一节 汽车用品行业进出口市场调研 | 67 |
| 一、汽车用品行业进出口综述 | 67 |
| 1、中国汽车用品进出口的特点分析 | 67 |

- 2、中国汽车用品进出口地区分布状况 67
- 3、中国汽车用品进出口的贸易方式及经营企业分析 67
- 4、中国汽车用品进出口政策与国际化经营 68

二、汽车用品行业出口市场调研 70

1、2014-2016年行业出口整体情况 70

2、2014-2016年行业出口总额分析 70

三、汽车用品行业进口市场调研 70

1、2014-2016年行业进口整体情况 70

2、2014-2016年行业进口总额分析 70

第二节 中国汽车用品出口面临的挑战及对策 71

一、中国汽车用品出口面临的挑战 71

二、汽车用品行业进出口前景 72

三、汽车用品行业进出口发展建议 72

第七章 汽车用品市场竞争格局及集中度分析 74

第一节 汽车用品行业国际竞争格局分析 74

一、国际汽车用品市场发展状况 74

二、国际汽车用品市场竞争格局 74

三、国际汽车用品市场发展趋势分析 74

四、国际汽车用品重点企业竞争力分析 75

第二节 汽车用品行业国内竞争格局分析 75

一、国内汽车用品行业市场规模分析 75

二、国内汽车用品行业竞争格局分析 76

第三节 汽车用品行业集中度分析 76

一、企业集中度分析 76

二、区域集中度分析 76

三、市场集中度分析 76

第三部分 竞争格局分析

第八章 汽车用品行业区域市场调研 78

第一节 行业总体区域结构特征分析 78

一、行业区域结构总体特征 78

| | |
|------------------|----|
| 二、行业区域集中度分析 | 78 |
| 三、行业区域分布特点分析 | 78 |
| 四、行业规模指标区域分布分析 | 78 |
| 五、行业效益指标区域分布分析 | 79 |
| 六、行业企业数的区域分布分析 | 79 |
| 第二节 华东地区汽车用品行业调研 | 79 |
| 一、行业发展现状分析 | 79 |
| 二、市场规模情况分析 | 80 |
| 三、市场需求情况分析 | 80 |
| 四、行业趋势预测分析 | 80 |
| 第三节 华南地区汽车用品行业调研 | 81 |
| 一、行业发展现状分析 | 81 |
| 二、市场规模情况分析 | 82 |
| 三、市场需求情况分析 | 82 |
| 四、行业趋势预测分析 | 82 |
| 第四节 华中地区汽车用品行业调研 | 83 |
| 一、行业发展现状分析 | 83 |
| 二、市场规模情况分析 | 83 |
| 三、市场需求情况分析 | 84 |
| 四、行业趋势预测分析 | 84 |
| 第五节 华北地区汽车用品行业调研 | 84 |
| 一、行业发展现状分析 | 84 |
| 二、市场规模情况分析 | 85 |
| 三、市场需求情况分析 | 85 |
| 四、行业趋势预测分析 | 85 |
| 第六节 东北地区汽车用品行业调研 | 86 |
| 一、行业发展现状分析 | 86 |
| 二、市场规模情况分析 | 87 |
| 三、市场需求情况分析 | 87 |
| 四、行业趋势预测分析 | 87 |
| 第七节 西部地区汽车用品行业调研 | 88 |
| 一、行业发展现状分析 | 88 |

| | |
|------------|----|
| 二、市场规模情况分析 | 88 |
| 三、市场需求情况分析 | 88 |
| 四、行业趋势预测分析 | 88 |

第九章 中国汽车用品行业生产企业经营分析 90

第一节 江苏惠民汽车配件制造有限公司 90

| | |
|-------------|----|
| 一、企业发展概况 | 90 |
| 二、企业经营状况分析 | 90 |
| 三、企业产品结构分析 | 90 |
| 四、企业技术水平分析 | 90 |
| 五、企业盈利能力分析 | 91 |
| 六、企业销售渠道与网络 | 91 |

第二节 北京市汽车修理公司 91

| | |
|------------|----|
| 一、企业发展概况分析 | 91 |
| 二、企业业务结构分析 | 91 |
| 三、企业发展规模分析 | 92 |
| 四、企业经营情况分析 | 92 |
| 五、企业服务网点分析 | 93 |
| 六、企业竞争优势分析 | 93 |
| 七、企业最新发展动向 | 94 |
| 八、企业投资前景分析 | 94 |

第三节 上海幼狮高级轿车修理有限公司 95

| | |
|------------|----|
| 一、企业发展概况分析 | 95 |
| 二、企业业务结构分析 | 96 |
| 三、企业技术水平分析 | 97 |
| 四、企业经营情况分析 | 97 |
| 五、企业服务网点分析 | 97 |
| 六、企业竞争优势分析 | 97 |
| 七、企业最新发展动向 | 99 |
| 八、企业投资前景分析 | 99 |

第四节 北京首汽汽车修理有限公司 100

| | |
|------------|-----|
| 一、企业发展概况分析 | 100 |
|------------|-----|

| | |
|----------------------|-----|
| 二、企业业务结构分析 | 100 |
| 三、企业经营情况分析 | 101 |
| 四、企业服务网点分析 | 101 |
| 五、企业竞争优势分析 | 101 |
| 六、企业最新发展动向 | 101 |
| 七、企业投资前景分析 | 102 |
| 第五节 北京车爵仕汽车用品有限公司 | 102 |
| 一、企业发展概况分析 | 102 |
| 二、企业业务结构分析 | 102 |
| 三、企业经营情况分析 | 103 |
| 四、企业技术实力分析 | 103 |
| 五、企业直营连锁分析 | 103 |
| 六、企业竞争优势分析 | 103 |
| 七、企业品牌加盟动向 | 103 |
| 八、企业最新发展动向 | 104 |
| 第六节 深圳市联盟九九汽车有限公司 | 105 |
| 一、企业发展概况分析 | 105 |
| 二、企业业务结构分析 | 105 |
| 三、企业特色产品分析 | 106 |
| 四、企业经营情况分析 | 108 |
| 五、企业连锁加盟分析 | 108 |
| 六、企业培训业务分析 | 108 |
| 七、企业常用设备分析 | 108 |
| 八、企业最新发展动向 | 109 |
| 第七节 奇星(国际)汽车改装部品有限公司 | 109 |
| 一、企业发展概况分析 | 109 |
| 二、企业业务结构分析 | 109 |
| 三、企业技术实力分析 | 110 |
| 四、企业经营情况分析 | 110 |
| 五、企业改装案例分析 | 110 |
| 六、企业竞争优势分析 | 110 |
| 七、企业最新发展动向 | 111 |

| | |
|---------------------|-----|
| 八、企业投资前景分析 | 111 |
| 第八节 山东蓬翔汽车有限公司 | 112 |
| 一、企业发展概况分析 | 112 |
| 二、企业业务结构分析 | 112 |
| 三、企业产品结构分析 | 113 |
| 四、企业经营情况分析 | 113 |
| 五、企业生产设备分析 | 114 |
| 六、企业竞争优势分析 | 114 |
| 七、企业最新发展动向 | 114 |
| 八、企业投资前景分析 | 114 |
| 第九节 一汽解放青岛汽车有限公司 | 115 |
| 一、企业发展概况分析 | 115 |
| 二、企业业务结构分析 | 115 |
| 三、企业产品结构分析 | 116 |
| 四、企业经营情况分析 | 116 |
| 五、企业营销网络分析 | 116 |
| 六、企业最新发展动向 | 116 |
| 第十节 广东好帮手电子科技股份有限公司 | 117 |
| 一、企业发展概况分析 | 117 |
| 二、企业业务结构分析 | 118 |
| 三、企业产品结构分析 | 118 |
| 四、企业经营情况分析 | 118 |
| 五、企业营销网络分析 | 118 |
| 六、企业服务体系分析 | 118 |
| 七、企业竞争优势分析 | 119 |
| 八、企业最新发展动向 | 119 |

第四部分 趋势预测展望

第十章 2017-2022年汽车用品行业前景及趋势预测 120

第一节 2017-2022年汽车用品市场趋势预测 120

| | |
|----------------|-----|
| 一、汽车用品市场发展潜力 | 120 |
| 二、汽车用品市场趋势预测展望 | 120 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 三、汽车用品细分行业趋势预测分析 | 120 |
| 第二节 2017-2022年汽车用品市场发展趋势预测 | 121 |
| 一、汽车用品行业发展趋势分析 | 121 |
| 1、技术发展趋势分析 | 121 |
| 2、产品发展趋势分析 | 121 |
| 二、汽车用品行业市场规模预测 | 122 |
| 1、汽车用品行业市场规模预测 | 122 |
| 2、汽车用品行业销售收入预测 | 122 |
| 三、汽车用品行业细分市场发展趋势预测 | 123 |
| | |
| 第十一章 2017-2022年汽车用品行业投资机会与风险防范 | 125 |
| 第一节 中国汽车用品行业投资特性分析 | 125 |
| 一、汽车用品行业进入壁垒分析 | 125 |
| 二、汽车用品行业盈利模式分析 | 125 |
| 三、汽车用品行业盈利因素分析 | 126 |
| 第二节 中国汽车用品行业投资情况分析 | 127 |
| 一、汽车用品行业总体投资及结构 | 127 |
| 二、汽车用品行业投资规模情况 | 127 |
| 三、汽车用品行业投资项目分析 | 127 |
| 第三节 中国汽车用品行业投资前景 | 127 |
| 一、汽车用品行业供求风险 | 127 |
| 二、汽车用品行业关联产业风险 | 128 |
| 三、汽车用品行业产品结构风险 | 130 |
| 第四节 汽车用品行业投资机会 | 132 |
| 一、产业链投资机会 | 132 |
| 二、细分市场投资机会 | 132 |
| 三、重点区域投资机会 | 133 |
| 四、汽车用品投资机遇 | 133 |
| | |
| 第五部分 投资前景研究 | |
| 第十二章 汽车用品行业投资前景研究 | 135 |
| 第一节 汽车用品行业投资前景研究 | 135 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 一、战略综合规划 | 135 |
| 二、技术开发战略 | 135 |
| 三、业务组合战略 | 139 |
| 四、区域战略规划 | 141 |
| 五、产业战略规划 | 151 |
| 六、营销品牌战略 | 152 |
| 七、竞争战略规划 | 155 |
| 第二节 对中国汽车用品品牌的战略思考 | 159 |
| 一、汽车用品品牌的重要性 | 159 |
| 二、汽车用品实施品牌战略的意义 | 160 |
| 三、汽车用品企业品牌的现状分析 | 161 |
| 四、中国汽车用品企业的品牌战略 | 162 |
| 五、汽车用品品牌战略管理的策略 | 164 |
| 第三节 市场的重点客户战略实施 | 168 |
| 一、实施重点客户战略的必要性 | 168 |
| 二、合理确立重点客户 | 169 |
| 三、对重点客户的营销策略 | 170 |
| 四、强化重点客户的管理 | 176 |
| 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 | 178 |
| 第四节 行业应对策略 | 179 |
| 一、把握国家投资的契机 | 179 |
| 二、竞争性战略联盟的实施 | 183 |
| 三、企业自身应对策略 | 184 |
| 第五节 汽车用品行业经营策略分析 | 185 |
| 一、汽车用品市场细分策略 | 185 |
| 二、汽车用品市场创新策略 | 186 |
| 三、品牌定位与品类规划 | 187 |
| 四、汽车用品新产品差异化战略 | 189 |
| 第六节 汽车用品行业投资规划建设研究 | 193 |
| 一、2016年汽车用品行业投资规划建设 | 193 |
| 二、2017-2023年汽车用品行业投资规划建设 | 193 |
| 三、2017-2023年细分行业投资规划建设 | 196 |

图表目录：

| | |
|-------------------------------|-----|
| 图表：2013-2016年中国中国汽车用品行业市场规模 | 56 |
| 图表：2013-2016年中国汽车影音设备市场规模 | 60 |
| 图表：2013-2016年中国汽车用品行业产品生产值 | 61 |
| 图表：2016年中国车主有关购买汽车用品的调查表 | 62 |
| 图表：2016年中国车主对各种汽车用品需求度 | 64 |
| 图表：2016年中国消费者认为最不值得购买的产品 | 65 |
| 图表：2014-2016年中国机动车辆用其他座椅的出口情况 | 70 |
| 图表：2014-2016年中国机动车辆用其他座椅的进口情况 | 70 |
| 图表：2013-2016年中国中国汽车用品行业市场规模 | 75 |
| 图表：2013-2016年华东地区汽车用品市场规模 | 80 |
| 图表：2013-2016年华南地区汽车用品市场规模 | 82 |
| 图表：2013-2016年华中地区汽车用品市场规模 | 83 |
| 图表：2013-2016年华北地区汽车用品市场规模 | 85 |
| 图表：2013-2016年东北地区汽车用品市场规模 | 87 |
| 图表：2013-2016年东北地区汽车用品市场规模 | 88 |
| 图表：深圳市联盟九九汽车有限公司企业经营情况分析 | 108 |
| 图表：奇星（国际）汽车改装部品有限公司企业经营情况分析 | 110 |
| 图表：广东好帮手电子科技股份有限公司企业业务分析 | 118 |
| 图表：2017-2023年中国汽车用品行业市场规模预测 | 122 |
| 图表：2017-2023年中国汽车用品行业销售收入预测 | 123 |
| 图表：区域发展投资调研流程图 | 148 |
| 图表：区域SWOT战略分析图 | 149 |
| 图表：四种基本的品牌战略 | 168 |

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/W45043HVRE.html>