

2021-2027年中国汽车配件 与汽车用品市场深度评估与投资前景评估报告

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

《2021-2027年中国汽车配件与汽车用品市场深度评估与投资前景评估报告》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/202107/227829.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《2021-2027年中国汽车配件与汽车用品市场深度评估与投资前景评估报告》共八章。首先介绍了汽车配件与汽车用品行业市场发展环境、汽车配件与汽车用品整体运行态势等，接着分析了汽车配件与汽车用品行业市场运行的现状，然后介绍了汽车配件与汽车用品市场竞争格局。随后，报告对汽车配件与汽车用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车配件与汽车用品行业发展趋势与投资预测。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。

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：

第一部分行业总体概貌

第一章汽配行业概述

第一节汽配行业定义和分类

一、汽配行业

二、汽配行业产品分类

三、中国汽配专业市场发展阶段

第二节汽配行业流通的特点

一、需求特点

二、经营特点

三、汽车服务业的特点

第三节中国汽配行业的基本特征

一、汽配行业的价值链

二、中国汽配行业的发展历程

三、中国汽配行业在行业生命周期中的阶段

四、中国汽配行业的成长趋势分析

五、中国汽配行业进入、退出分析

第四节中国汽配行业现状及问题分析

一、汽配行业在汽车工业中占有重要地位

- 二、副厂配件是维修市场中主要产品
- 三、供求渠道复杂，价格混乱，流通效率低
- 四、营销手段落后，竞争主要的手段是价格
- 五、市场集中度低，经销商数量大，规模偏小，素质低
- 六、经营行为不规范，假冒伪劣配件充斥市场
- 七、汽配城与汽车配件交易会是汽配市场组织的主导形式

第五节中国汽配相关行业分析

- 一、汽车市场趋势分析
- 二、总体汽车市场增速
- 三、浙江汽车配件市场销售额趋势分析
- 四、二手车市场分析

第六节国内汽车配件流通模式

- 一、国内配件供应链
- 二、国内汽车配件需求方格局
- 三、国内终端用户的需求格局
- 四、汽配城
- 五、国内汽车零配件流通领域的发展方向

第七节汽车用品市场

- 一、全国汽车用品市场规模与趋势
- 二、长三角地区汽车用品市场规模与趋势
- 三、汽车用品市场的流通特点
- 四、汽车用品市场趋势
- 五、汽车用品行业发展模式分析

第二章世界汽配行业发展状况

第一节世界汽配行业发展特点

- 一、世界汽车行业的发展
- 二、全球汽配行业现状

第二节日本汽配行业的发展状况

- 一、日本汽配市场特点
- 二、日本汽配市场发展构成及规模
- 三、日本汽配行业的运行模式

第三节美国汽配行业的发展状况

一、美国汽配行业规模和特点

二、美国汽配市场运行模式

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

第一节中国汽配市场概述

第二节汽配市场流通模式概述

一、中国汽配市场产业链和流通渠道

二、中国汽配市场流通模式的分类定义

三、中国汽配市场流通企业情况

四、汽配市场的一般采购决策程序

第三节传统的流通模式分析

一、传统的流通模式概述

二、我国汽配城发展现状分析

三、我国汽配城经营模式分析

四、我国汽配城增值服务分析

五、汽配城发展发向分析

六、案例--北京西郊汽配城质量监管措施

第四节整车厂售后服务模式分析

一、整车厂的售后服务体系流通方式分析

二、供应商进入整车售后服务体系分析

三、流通商进入整车售后服务流通体系分析

四、我国整车售后服务体系现状

第五节价值链垂直整合模式（连锁、大卖场、营销商）

一、价值链垂直整合模式概述

二、汽配连锁经营模式分析

三、汽配大卖场模式分析

四、汽配营销商模式分析

第六节汽配市场品牌分析

第七节进入汽配市场的各模式对企业要求的评价

第八节汽配市场进货渠道分析

第四章中国汽配市场需求（需求）分析

第一节全国汽配需求特点分析

- 一、汽车保有量扩容迎来新一轮汽配城兴建高潮
- 二、汽车保有量分析
- 三、汽车配件单车需求情况
- 四、机械类零部件是市场主流，电子产品发展潜力巨大
- 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

第二节全国汽配需求规模预测

第三节个人汽配消费特点和消费偏好分析

- 一、汽车维护保养观念已经深入人心
- 二、当前消费者对汽配的关注集中在价格方面
- 三、大多数车主选择4S店维修保养
- 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
- 五、不同车主对维修终端的选择不同
- 六、中低端私人消费者将对汽配流通业带来新的变化

第五章中国汽配市场供应分析

第一节中国汽车零部件制造行业特点

- 一、当前我国汽车零部件行业需要变革
- 二、跨国汽车零部件企业在华投资不减
- 三、外资零部件制造企业纷纷进入中国
- 四、中国汽车零部件制造主要以配套市场为主
- 五、中国汽车零部件制造业很少以自主品牌进入市场

第二节中国零部件制造分工协作的供应体系分析

- 一、一级零部件供应商同整车厂关系紧密
- 二、二级零部件供应商结构复杂
- 三、专业化、规模化的零部件供应商逐渐形成

第三节汽车零部件制造行业竞争分析

- 一、零部件产值占整车的比重在上升
- 二、中国汽车零部件配套体系趋势
- 三、汽车零部件的出口战略分析

四、区域性制造优势已经体现

第四节主要汽车零部件生产巨头分析

一、德尔福贸易（上海）有限公司

二、采埃孚销售服务（中国）有限公司

三、电装（中国）投资有限公司

四、博世BOSS

五、伟世通国际控股公司

六、辉门集团（美国纳斯达克柜台交易板市场代号：FDMLQ）

七、德国大陆集团

八、海拉--今天的构思，明天的汽车

九、李尔集团

十、上海天合汽车安全系统有限公司

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

第一节汽配行业的经营管理分析

一、汽配市场渠道的趋于多元，消费主体转变为个人消费者

二、汽车维修养护服务企业的经营管理

三、汽配流通企业的经营管理

第二节企业扩张行为分析

一、横向扩张

二、纵向扩张

第三节北京汽车用品市场

一、天隆北方汽车用品市场

二、西郊雅森汽车用品市场

三、六里桥汽车用品市场

四、西国贸汽车基地

五、恋日汽车用品一条街

第七章典型企业案例分析

第一节国外汽配企业分析

一、美国成功流通商案例ATUOZONE

二、美国成功流通商案例NAPA - 世界最大的汽车零部件经销商

三、日本成功流通商案例AUTOBACS

第二节国内汽配企业分析

一、北京中汽联合汽配连锁有限公司

二、上海德朗汽车零部件制造有限公司

三、小拇指汽修科技股份有限公司市场进入策略

第三节北京汽车服务市场汇总

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

第一节宏观经济环境影响分析

一、国民经济持续快速发展，商用车配件需求发展迅速

二、人均可支配收入稳步提高，乘用车配件市场将迅速扩大

三、钢铁汽车业振兴规划

第二节行业政策分析

一、汽配市场行业管理需要加强

二、《汽车贸易政策》将对汽配流通产生影响

三、汽车产业振兴规划培育汽车消费市场

四、汽车产业调整和振兴规划细则

第三节技术因素分析

部分图表目录：

图表：汽配行业的范围

图表：汽车维修配件分类

图表：1998 - 2019年我国汽车产量趋势状况

图表：汽车配件价值链

图表：普通汽配行业模式的价值链

图表：行业生命周期的判断

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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/227829.html>