

2018-2023年中国汽车配件 与汽车用品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

《2018-2023年中国汽车配件与汽车用品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/report/S027168J36.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-05-18

【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

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国汽车配件与汽车用品市场分析与投资前景研究报告》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。

报告目录：

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 中国汽配相关行业调研	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、二手车市场调研	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—2016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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/S027168J36.html>