

2018-2024年中国汽车用品行业市场现状分析及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国汽车用品行业市场现状分析及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201803/618261.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

汽车用品 (automobile accessories) 是指应用于汽车改装、汽车美容、汽车装饰等汽车电子及零部件的相关产品。汽车用品按功能分类，可分为保养类、装饰类、清洁类等。

中国汽车用品十大品牌企业 序列 品牌 公司名称 1 3M 3M中国有限公司 2 V-KOOL威固上海海晏威固国际贸易有限公司 3 Shell壳牌 壳牌 (中国) 有限公司 4 纽曼Newsmy湖南纽曼数码科技有限公司 5 任我游 北京合众思壮科技股份有限公司 6 征服者CONQUEROR 厦门瑞忆科技有限公司 7 卡仕达CASKA广东好帮手电子科技股份有限公司 8 铁将军steel-mate 铁将军汽车电子有限公司 9 Alpine阿尔派 阿尔派电子 (中国) 有限公司 10 保赐利BOTNY 广州保赐利化工有限公司

注：以上排名不分先后

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。

2013-2016年中国汽车用品行业产品生产总值

智研咨询发布的《2018-2024年中国汽车用品行业市场现状分析及投资前景预测报告》共九章。首先介绍了中国汽车用品行业市场发展环境、汽车用品整体运行态势等，接着分析了中国汽车用品行业市场运行的现状，然后介绍了汽车用品市场竞争格局。随后，报告对汽车用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车用品行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车用品产业有个系统的了解或者想投资中国汽车用品行业，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1章：中国汽车用品行业发展综述

1.1 汽车用品行业的相关概述

1.1.1 汽车用品的相关概念

1.1.2 汽车用品的产品分类

1.2 汽车用品行业政策环境分析

1.2.1 汽车用品相关政策解读

1.2.2 汽车用品相关标准分析

(1) 《汽车装饰用品安全通用要求》

(2) 中国标协汽车用品标准体系建设

(3) 《汽车美容装饰行业经营规范》

1.3 汽车用品行业经济环境分析

1.3.1 中国GDP增长分析

1.3.2 中国经济结构分析

1.3.3 居民可支配收入分析

1.3.4 居民汽车保有量分析

2010-2017国内汽车保有量（亿辆）

第2章：中国汽车用品行业发展状况

2.1 汽车制造行业发展状况分析

中国汽车制造业销售收入预测

2.1.1 汽车整车制造行业规模分析

2.1.2 2017年汽车市场产销情况分析

（1）汽车产销情况

（2）乘用车产销情况

（3）商用车产销情况

2.1.3 2017年重点汽车企业产销状况

（1）汽车销量排名前十位企业

（2）乘用车销量排名前十位企业

（3）商用车销量排名前十位企业

2.1.4 2017年重点汽车品牌产销状况

2.2 汽车用品行业发展状况分析

2.2.1 汽车用品发展现状分析

2.2.2 汽车用品行业规模分析

2.2.3 汽车用品行业利润分析

2.2.4 行业发展存在的问题分析

2.3 汽车用品行业区域市场分析

2.3.1 广东汽车用品发展状况分析

2.3.2 浙江汽车用品发展状况分析

2.3.3 北京汽车用品发展状况分析

2.3.4 上海汽车用品发展状况分析

2.4 汽车用品竞争状况分析

2.4.1 国际汽车用品竞争情况

（1）国际汽车市场发展概况

（2）国际汽车用品协会概况

2.4.2 汽车用品国际品牌竞争力分析

（1）日本澳德巴克斯（auto bacs）

- (2) 日本黄帽子公司
 - (3) 日本汽车网 (Auto Wave)
 - (4) 美国ROVER (罗孚) 汽车用品公司
 - (5) 韩国TAC (TAC SYSTEM)
- 2.4.3 国内汽车用品潜在威胁分析
 - 2.4.4 国内汽车用品竞争力缺陷分析
 - 2.4.5 国内汽车用品品牌格局分析

第3章：中国汽车用品营销模式分析

3.1 汽车用品营销渠道分析

3.1.1 汽车用品主要营销渠道分析

- (1) 汽配城及汽车用品店
- (2) 大型汽车用品超市
- (3) 汽车4S店
- (4) 网购汽车用品

3.1.2 “深度营销”理论导入解析

- (1) 深度营销简介
- (2) 汽车用品深度营销的必要性
- (3) 深度营销在行业中的应用

3.1.3 汽车用品渠道存在问题分析

3.2 4S店汽车用品营销模式分析

3.2.1 汽车4S店概念及发展历程

3.2.2 汽车4S店的发展现状分析

3.2.3 汽车4S店汽车用品经营现状

- (1) 4S店汽车用品经营形态
- (2) 4S店汽车用品营销部门

3.2.4 汽车4S店汽车用品销售情况

3.2.5 4S店汽车用品营销存在的问题

3.3 汽车用品展会情况分析

3.3.1 汽车用品展会现状分析

- (1) 展会泛滥展览公司混战
- (2) 脱离汽车展会自成一家
- (3) 适应行业品牌深化趋势

3.3.2 汽车用品主要展会分析

- (1) 广州九州汽车用品展 (AAITF)

- (2) 北京雅森CIAACE汽车用品展会
- (3) 郑州宏达汽车用品交易会
- (4) 上海歌华展会

第4章：中国汽车养护及美容市场分析

4.1 汽车养护市场分析

4.1.1 汽车养护市场发展简况

4.1.2 汽车养护市场需求分析

4.1.3 汽车养护市场利润分析

4.1.4 汽车养护市场品牌格局

4.1.5 汽车养护市场运营模式

- (1) 连锁经营模式

- (2) 4S店经营模式

4.1.6 汽车养护市场存在问题

4.1.7 汽车养护市场发展趋势

4.2 汽车美容市场分析

4.2.1 汽车美容市场概述

4.2.2 汽车美容市场需求分析

- (1) 需求规模

- (2) 需求结构

4.2.3 发达国家汽车美容市场

4.2.4 汽车美容市场发展特征

4.2.5 汽车美容市场经营模式

- (1) 汽车美容店

- (2) 汽车美容学校

- (3) 汽车美容连锁

4.2.6 汽车美容市场发展趋势

第5章：中国汽车装饰市场分析

5.1 汽车装饰相关知识概述

5.1.1 汽车装饰的概述及分类

5.1.2 汽车装饰的主要内容分析

- (1) 汽车车外装饰的主要内容

- (2) 汽车车内装饰的主要内容

5.2 汽车装饰竞争现状分析

5.2.1 汽车装饰的品牌竞争分析

5.2.2 汽车装饰同质化竞争分析

5.2.3 汽车装饰品价格竞争分析

5.3 汽车装饰投资前景分析

5.3.1 汽车装饰品行业的发展趋势

5.3.2 汽车装饰品行业的投资机会

第6章：中国汽车电子用品市场分析

6.1 车载导航系统市场分析

6.1.1 中国汽车导航产业发展现状

6.1.2 车载GPS导航市场机遇分析

6.1.3 车载GPS导航市场竞争分析

6.1.4 车载GPS导航市场发展趋势

6.1.5 全球汽车导航市场规模预测

6.2 车载娱乐系统市场分析

6.2.1 车载电视市场发展分析

6.2.2 汽车音响市场发展分析

6.2.3 汽车信息娱乐市场分析

6.2.4 车载DVD市场发展分析

6.2.5 车载MP3播放器发展分析

6.2.6 车载FM发射器发展分析

6.2.7 汽车娱乐系统市场增长预测

6.3 车载信息系统市场分析

6.3.1 车载信息系统发展现状分析

6.3.2 车载信息系统市场发展趋势

6.3.3 Telematics产业的市场分析

6.3.4 汽车内部电子信息系统分析

6.3.5 汽车内部电子信息系统分析

6.3.6 无线车载通信市场发展前景

6.3.7 智能交通车载信息系统发展方向

第7章：中国汽车用品消费市场分析

7.1 汽车用品消费市场特征分析

7.1.1 汽车用品整体消费特点

(1) 私家车消费趋于大众化

- (2) 汽车用品销售市场调整
- (3) 二三线城市成新兴市场
- (4) 南方汽车消费市场活跃

7.1.2 汽车用品消费群体比较

- (1) 消费群体年青化发展
- (2) 中年人消费额比较稳定
- (3) 女性汽车用品商机无限

7.2 汽车用品消费者关注情况分析

7.2.1 2017年汽车用品关键字搜索情况

- (1) 汽车用品行业关键字搜索分析
- (2) 汽车养护产品关键字搜索分析
- (3) 汽车精品关键字搜索情况分析

7.2.2 不同汽车用品消费者关注度分析

- (1) 常规类汽车用品消费者关注度分析
- (2) 安全性的汽车用品消费者关注度分析

7.3 汽车用品消费者购买途径分析

7.3.1 传统销售方式仍然是市场主流

7.3.2 消费者选购汽车用品的考虑因素

第8章：中国汽车用品主要企业经营分析（企业可自选）

8.1 广州市标榜汽车用品实业有限公司经营情况分析

- 8.1.1 企业发展简况分析
- 8.1.2 企业经营情况分析
- 8.1.3 企业产品结构及产品动向
- 8.1.4 企业销售渠道与网络
- 8.1.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.1.6 企业最新发展动向分析

8.2 上海海晏威固国际贸易有限公司经营情况分析

- 8.2.1 企业发展简况分析
- 8.2.2 企业经营情况分析
- 8.2.3 企业产品结构及产品动向
- 8.2.4 企业销售渠道与网络
- 8.2.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.6 企业最新发展动向分析

8.3 宁波居易纺织工艺品有限公司经营情况分析

- 8.3.1 企业发展简况分析
- 8.3.2 企业经营情况分析
- 8.3.3 企业产品结构与产品动向
- 8.3.4 企业销售渠道与网络
- 8.3.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.3.6 企业最新发展动向分析
- 8.4 厦门彰泰隔热膜有限公司经营情况分析
- 8.4.1 企业发展简况分析
- 8.4.2 企业经营情况分析
- 8.4.3 企业产品结构与产品动向
- 8.4.4 企业销售渠道与网络
- 8.4.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.4.6 企业最新发展动向分析
- 8.5 开封牧宝皮业有限公司经营情况分析
- 8.5.1 企业发展简况分析
- 8.5.2 企业经营情况分析
- 8.5.3 企业产品结构与产品动向
- 8.5.4 企业销售渠道与网络
- 8.5.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.5.6 企业最新发展动向分析
- 8.6 上海俊达汽车装饰有限公司经营情况分析
- 8.6.1 企业发展简况分析
- 8.6.2 企业经营情况分析
- 8.6.3 企业产品结构与产品动向
- 8.6.4 企业销售渠道与网络
- 8.6.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.6.6 企业最新发展动向分析
- 8.7 广州车邦汽车用品制造有限公司经营情况分析
- 8.7.1 企业发展简况分析
- 8.7.2 企业经营情况分析
- 8.7.3 企业产品结构与产品动向
- 8.7.4 企业销售渠道与网络
- 8.7.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.7.6 企业最新发展动向分析
- 8.8 深圳市鸿达通贸易有限公司经营情况分析

- 8.8.1 企业发展简况分析
- 8.8.2 企业经营情况分析
- 8.8.3 企业产品结构与产品动向
- 8.8.4 企业销售渠道与网络
- 8.8.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.8.6 企业最新发展动向分析
- 8.9 温岭市奥宝汽车用品有限公司经营情况分析
- 8.9.1 企业发展简况分析
- 8.9.2 企业经营情况分析
- 8.9.3 企业产品结构与产品动向
- 8.9.4 企业销售渠道与网络
- 8.9.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.9.6 企业最新发展动向分析
- 8.10 浙江车百汇汽车用品有限公司经营情况分析
- 8.10.1 企业发展简况分析
- 8.10.2 企业经营情况分析
- 8.10.3 企业产品结构与产品动向
- 8.10.4 企业销售渠道与网络
- 8.10.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.10.6 企业最新发展动向分析

第9章：中国汽车用品发展趋势及前景预测(ZYGXH)

- 9.1 汽车用品行业投资风险分析
- 9.2 汽车用品行业国家政策风险
- 9.3 汽车用品行业市场竞争风险
- 9.4 汽车用品行业企业经营风险
- 9.5 汽车用品行业投资特性分析
- 9.6 汽车用品行业进入壁垒分析
- 9.7 汽车用品行业盈利模式分析
- 9.8 汽车用品行业盈利因素分析
- 9.9 汽车用品行业投资机会及建议
- 9.10 汽车用品行业投资潜力分析
- 9.11 汽车用品行业投资机会及建议
- 9.12 汽车用品市场发展前景预测
- 9.13 汽车用品市场发展趋势分析

9.14 汽车用品市场发展前景预测(ZYGXH)

图表目录：

图表1：汽车用品行业细分产品结构

图表2：2009-2017年中国GDP增长情况（单位：%）

图表3：2009-2017年中国三大产业占比情况变化（单位：%）

图表4：2009-2017年中国城乡居民人均收入及其增长情况（单位：元，%）

图表5：2009-2017年中国民用汽车保有量变化（单位：万辆）

图表6：2004-2017年汽车整车制造行业企业数量及从业人数变化情况（单位：家，人）

图表7：2004-2017年汽车整车制造行业资产负债规模及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表8：2009-2017年汽车产销量变化情况（单位：万辆，%）

图表9：2009-2017年乘用车产销量变化情况（单位：万辆，%）

图表10：2009-2017年商用车产销量变化情况（单位：万辆）

图表11：2017年汽车生产企业前十家销量排名（单位：万辆）

图表12：2017年乘用车生产企业前十家销量排名（单位：万辆）

图表13：2017年商用车生产企业前十家销量排名（单位：万辆）

图表14：2017年前十位轿车品牌销量排名（单位：万辆）

图表15：2017年汽车用品行业十大评选20强区域分布图（单位：%）

图表16：2017年汽车用品行业十大品牌20强广东和浙江比较（单位：%）

图表17：2017年汽车用品行业十大潜力品牌浙江和广东比较（单位：%）

图表18：2017年汽车用品行业十大新锐品牌20强浙江和广东比较（单位：%）

图表19：2017年汽车用品行业十大知名品牌20强区域分布图（单位：%）

图表20：2017年汽车用品行业十大新锐品牌20强区域分布图（单位：%）

图表21：2017年汽车用品行业十大潜力品牌20强区域分布图（单位：%）

图表22：4S店汽车用品经营模式（单位：%）

图表23：4S店汽车用品销售负责人情况（单位：%）

图表24：4S店汽车用品经营负责部门情况（单位：%）

图表25：4S店汽车用品伴随汽车销售的比例（单位：%）

图表26：4S店汽车用品消费额（单位：元，%）

图表27：4S店汽车用品年消费额（单位：万元，%）

图表28：各种类汽车用品在4S店的销售情况（单位：万元，%）

图表29：2009-2017年中国汽车信息娱乐市场销售额与预测（单位：百万美元，%）

图表30：2009-2017年中国Telematics产业结构（单位：%）

图表31：不同年龄段车主汽车用品年均消费额比较（单位：元）

图表32：2017年份汽车用品行业关键字搜索情况分析（单位：%）

图表33：2017年份汽车养护产品关键字搜索情况分析（单位：%）

图表34：2017年份汽车精品关键字搜索情况分析（单位：%）

图表35：消费者购买汽车用品种类意向分析（单位：%）

图表36：消费者购买汽车用品种类意向分析（单位：%）

图表37：消费者选购汽车用品的途径分析（单位：%）

图表38：消费者选购汽车用品的考虑因素分析（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201803/618261.html>