

2015-2020年中国汽车用品行业投资分析及前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国汽车用品行业投资分析及前景预测报告》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/201510/348348.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

汽车用品是指汽车在使用过程中延伸的产品系列，主要包括汽车电子、电器产品（如车载导航仪、车载影音、车载冰箱），汽车安全系统（防盗器、倒车雷达），汽车美容养护用品（润滑油、车蜡），及汽车饰品（座椅座垫、汽车香水、装饰类工艺品）等。

作为汽车后市场的三大板块之一，汽车用品市场也是目前发展最快、前景最好的行业之一。近年伴随着我国汽车工业的井喷式发展，汽车用品行业发展速度一日千里，2014年中国汽车用品市场销售额已达到6800亿元。

2010-2014年中国汽车用品市场销售额（亿元）

资料来源：中国汽车

从汽车用品区域市场版图来看，目前我国汽车用品市场已形成六大区域市场及中心城市，区域市场格局已基本成型。六大区域市场分别是以广州为中心的珠三角区域市场；以上海为中心的长三角区域市场；以北京为中心的环渤海区域市场；以哈尔滨为中心的东北区域市场；以成都为中心的中西部区域市场；以乌鲁木齐为中心的西北区域市场。

近年来中国政府逐渐重视汽车用品行业，积极推进汽车用品的产业化，鼓励汽车用品行业特别是技术含量高的汽车电子产业的技术创新，政府也在逐步完善汽车用品行业的相关法规及标准，为汽车用品企业的发展提供有序的竞争环境。同时汽车用品企业也应不断自主创新，引进和培养专业人才，抓住汽车用品行业的发展机遇。

根据汽车发达国家的经验，汽车后市场的利润可占整个汽车产业利润总和的60%-70%，而汽车用品作为汽车后市场的三大板块之一，盈利空间也相当广阔。中国汽车用品行业的发展潜力很大，未来几年，汽车用品市场将进入高增长的阶段。

产业信息网发布的《2015-2020年中国汽车用品行业投资分析及前景预测报告》共九章。首先介绍了中国汽车用品行业的概念，接着分析了中国汽车用品行业发展环境，然后对中国汽车用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 汽车用品相关概述

1.1 汽车用品的定义及分类

1.1.1 汽车用品的概念

1.1.2 汽车电子的定义及分类

1.1.3 汽车护理的概念及分类

1.2 汽车电子、电器类产品介绍

1.2.1 车载导航系统的分类

1.2.2 车载无线电通讯器的主要类型

1.2.3 汽车防盗器的种类

1.2.4 车载冰箱产品特点介绍

1.3 其他汽车用品

1.3.1 汽车隔热防爆膜的功能

1.3.2 车蜡的种类

1.3.3 汽油添加剂分类

1.3.4 汽车饰品的布置原则及选购方案

第二章 2012-2014年汽车用品市场发展分析

2.1 中国汽车用品行业整体综述

2.1.1 国内汽车用品市场发展特征

2.1.2 中国汽车用品行业消费特点

2.1.3 汽车用品市场销售渠道分析

2.1.4 中国汽车用品超市异军突起

2.2 2012年中国汽车用品市场发展回顾

2.2.1 2012年中国汽车用品市场整体概况

2.2.2 2012年中国汽车用品行业发展特点

2.2.3 2012年汽车用品业标准化建设推进

2.3 2013-2014年中国汽车用品市场发展分析

2.3.1 2013年中国汽车用品市场发展规模(ZY XH)

2.3.2 2013年中国汽车用品区域市场分析

2.3.3 2013年汽车用品细分市场表现对比

2.3.4 2014年我国汽车用品业新标准实施

2.4 2012-2014年部分地区汽车用品市场的发展

2.4.1 长三角汽车用品市场总体概况

2.4.2 浙江汽车用品行业发展综述

2.4.3 河南汽车用品市场发展前景可期

2.4.4 安徽实施我国首个汽车用品安全地方性标准

2.4.5 湖北将出台汽车养护美容标准

2.4.6 北京汽车用品市场发展优势及潜力

2.4.7 广州汽车用品行业亟需实现二次腾飞

2.4.8 青岛汽车用品市场发展透析

2.5 2012-2014年汽车用品行业品牌发展分析

2.5.1 汽车用品的品牌与连锁分析

2.5.2 2012年度中国汽车用品行业品牌排行

2.5.3 2013年度中国汽车用品行业品牌排行

2.5.4 从“山寨”旋风透视汽车用品的品牌建设

2.5.5 中国汽车用品行业亟需培育强势品牌

2.6 2012-2014年汽车用品的网络经营状况

2.6.1 汽车用品网络销售的优劣势

2.6.2 我国汽车用品电商市场发展态势

2.6.3 中国汽车用品网络交易存在的问题

2.6.4 打造汽车用品网店高端品牌的策略

2.7 汽车用品经销商的发展分析

2.7.1 经销商对汽车用品市场发展的重要性

2.7.2 汽车用品经销商的产品选择

2.7.3 汽车用品经销商终端建设的挑战及策略

2.7.4 汽车用品4S店运作优势及营销方案

2.7.5 汽车用品经销商未来的发展方向

2.8 中国汽车用品行业存在的问题及对策

2.8.1 我国汽车用品行业存在的主要问题

2.8.2 国内汽车用品城发展中面临的挑战

2.8.3 发展我国汽车用品行业的对策建议

2.8.4 汽车用品市场营销应向精细化转变

2.8.5 汽车用品价格竞争的原因及措施

2.8.6 汽车用品市场广告投放策略

第三章 2012-2014年汽车电子的发展

3.1 中国汽车电子市场发展综述

3.1.1 中国汽车电子产业持续稳定发展

3.1.2 中国汽车电子行业发展的驱动因素

3.1.3 中国汽车电子市场的发展特征

3.1.4 中国汽车电子产业发展的比较优势

3.1.5 我国新能源汽车电子产业亟待发展

3.2 2012-2014年中国汽车电子市场发展分析

3.2.1 中国汽车电子市场规模现状分析

3.2.2 2012年汽车电子制造商新品开动态

3.2.3 2013年我国汽车电子行业热点分析

- 3.2.4 2014年我国汽车电子业迎来新契机
- 3.3 2012-2014年汽车电子市场竞争结构分析
 - 3.3.1 中国汽车电子市场应用结构分析
 - 3.3.2 中国汽车电子市场品牌结构分析
 - 3.3.3 半导体企业竞相抢占汽车电子市场
 - 3.3.4 汽车电子市场重点厂商SWOT解析
 - 3.3.5 本土汽车电子适应国际化竞争的策略
- 3.4 汽车电子市场发展存在的问题
 - 3.4.1 中国汽车电子市场面临的挑战
 - 3.4.2 制约我国汽车电子行业发展的因素
 - 3.4.3 本土汽车电子企业自主创新能力有待加强
 - 3.4.4 中国汽车电子产业存在的主要问题
 - 3.4.5 我国汽车电子产业发展壮大的三大阻力
- 3.5 中国汽车电子市场发展策略及建议
 - 3.5.1 我国汽车电子产业发展壮大的基本对策
 - 3.5.2 促进中国汽车电子产业发展的战略措施
 - 3.5.3 中国汽车电子市场需合理布局
 - 3.5.4 打造本土汽车电子产业链需加强各方合作
 - 3.5.5 全球化趋势下我国汽车电子产业链的构建
 - 3.5.6 中国汽车电子产业专项规划的构思
- 第四章 2012-2014年汽车电子、电器产品的发展
 - 4.1 汽车音响
 - 4.1.1 中国汽车音响市场需求特征(ZY XH)
 - 4.1.2 我国汽车音响产业规模现状
 - 4.1.3 国内汽车音响市场发展热点
 - 4.1.4 中国汽车音响行业经营特点
 - 4.2 汽车导航系统
 - 4.2.1 汽车导航系统的应用技术概况
 - 4.2.2 中国汽车导航终端市场现状分析
 - 4.2.3 中国汽车导航市场发展的新趋势
 - 4.2.4 我国汽车导航市场需求及发展方向
 - 4.3 车载DVD
 - 4.3.1 中国车载DVD行业发展环境简析
 - 4.3.2 中国车载DVD市场发展综述
 - 4.3.3 车载DVD普及的问题分析

4.3.4 推动车载DVD市场发展的因素

4.4 车载电视

4.4.1 我国车载电视发展情况概述

4.4.2 我国车载电视推广运营状况

4.4.3 车载电视的SWOT剖析

4.4.4 车载电视行业前景广阔

4.5 汽车空调

4.5.1 中国汽车空调市场发展现状

4.5.2 国内汽车空调厂商发展概况

4.5.3 节能降耗带来汽车空调技术发展

4.5.4 新能源汽车空调研发带来新契机

4.6 车载冰箱

4.6.1 车载冰箱的主要类型及特点

4.6.2 中国车载冰箱市场发展综述

4.6.3 我国车载冰箱市场发展空间广阔

4.6.4 车载冰箱存在的缺点待改进

第五章 2012-2014年汽车安全用品的发展

5.1 汽车安全系统行业发展

5.1.1 汽车安全系统及其技术综述

5.1.2 中外汽车安全性标准比较

5.1.3 汽车安全对国内汽车企业的影响

5.1.4 中国汽车安全新技术的发展

5.1.5 汽车行人保护安全系统发展状况分析

5.1.6 汽车安全系统发展新趋势分析

5.2 汽车防盗器

5.2.1 汽车防盗器的发展应用概况

5.2.2 中国汽车防盗器行业发展概述

5.2.3 中国汽车防盗器进出口现状分析

5.2.4 中国汽车防盗器品牌需求概况

5.2.5 我国汽车防盗系统发展的反思

5.2.6 汽车防盗器市场的发展趋势

5.3 汽车倒车雷达

5.3.1 全球倒车雷达行业现状概述

5.3.2 我国倒车雷达市场发展现状

5.3.3 国内汽车倒车雷达市场的销售模式

5.3.4 促进倒车雷达行业迅速发展的因素

5.3.5 我国倒车雷达行业面临的问题

5.4 汽车安全气囊

5.4.1 汽车安全气囊的发展与应用

5.4.2 我国安全气囊市场格局分析

5.4.3 我国汽车安全气囊发展的影响因素

5.4.4 我国将完善汽车安全气囊产品标准

5.4.5 车外安全气囊成为发展趋势

5.5 汽车防爆膜

5.5.1 汽车防爆膜的发展与应用概述

5.5.2 我国汽车防爆膜行业发展概况

5.5.3 中国汽车防爆膜市场流通渠道分析

5.5.4 国内汽车防爆膜市场亟待进一步规范

5.6 中国汽车安全系统发展存在的问题

5.6.1 汽车安全系统的使用误区

5.6.2 中国汽车安全系统发展与国外的差距

5.6.3 中国汽车安全技术研发有待建立交通事故数据库

第六章 2012-2014年汽车美容养护用品的发展

6.1 汽车美容养护产品的发展概况

6.1.1 汽车美容养护行业概述

6.1.2 中国汽车养护品市场发展综述

6.1.3 中国汽车美容养护市场发展规模(ZY XH)

6.1.4 中国汽车美容养护市场特征分析

6.1.5 汽车养护品市场急需发展环保产品

6.1.6 影响汽车美容市场发展的主要问题

6.2 车用润滑油市场分析

6.2.1 全球润滑油市场需求现状分析

6.2.2 中国润滑油市场及消费特点

6.2.3 2012年我国润滑油市场发展分析

6.2.4 2013年我国润滑油市场发展分析

6.2.5 2014年我国润滑油行业发展态势

6.2.6 汽车业发展带动国内润滑油市场高端化

6.3 汽油添加剂产品简述

6.3.1 汽油添加剂的作用

6.3.2 国内汽油添加剂主要产品介绍

6.3.3 PKP高清洁汽油添加剂技术通过鉴定

6.3.4 我国汽油添加剂市场问题较多

6.4 其他汽车养护用品介绍

6.4.1 汽车镀膜提升汽车美容养护技术

6.4.2 汽车防冻液市场发展概述

6.4.3 汽车纳米镀膜技术进展

第七章 2012-2014年汽车装饰用品行业的发展

7.1 汽车饰品行业概况

7.1.1 汽车饰品市场主要产品介绍

7.1.2 我国汽车饰品市场规模分析

7.1.3 我国汽车饰品市场特征分析

7.1.4 消费者对汽车饰品的偏好分析

7.1.5 汽车饰品市场卡通装饰渐受欢迎

7.1.6 汽车环保饰品市场分析

7.2 汽车饰品不同材质分析

7.2.1 汽车饰品合成革的研发现状

7.2.2 汽车内饰纺织品行业发展状况

7.2.3 植绒织物汽车内饰材料的特点和优势

7.3 汽车香水市场发展状况

7.3.1 汽车香水分类简介

7.3.2 我国汽车香水市场的发展

7.3.3 车用香水市场监管尚属空白

7.3.4 汽车香水市场治理困难的原因分析(ZY XH)

7.3.5 广东汽车香水市场特点分析

7.4 汽车饰品行业存在的问题

7.4.1 劣质饰品污染车内危害健康

7.4.2 汽车内饰面料市场亟需创新

7.4.3 汽车饰品市场期待净化

7.4.4 汽车饰品企业期盼行业标准

第八章 2012-2014年汽车用品重点企业经营分析

8.1 深圳市元征科技股份有限公司

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 经营现状分析

8.1.3 产品研发动态

8.1.4 企业战略动向

8.1.5 未来前景展望

8.2 深圳赛格股份有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 经营效益分析

8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.2.5 未来前景展望

8.3 启明信息技术股份有限公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 经营效益分析

8.3.3 业务经营分析

8.3.4 财务状况分析

8.3.5 未来前景展望

8.4 北京四维图新科技股份有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 经营效益分析

8.4.3 业务经营分析

8.4.4 财务状况分析

8.4.5 未来前景展望

8.5 深圳航盛电子股份有限公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 企业发展阶段

8.5.3 经营战略解析

8.5.4 企业合作动向

8.5.5 产业链战略动态

8.6 其它企业介绍

8.6.1 华阳集团有限公司

8.6.2 深圳华强信息产业有限公司

8.6.3 肇庆市神盾科技发展有限公司

8.6.4 辽宁和昌华宝汽车电子有限公司

第九章 汽车用品行业前景及趋势分析

9.1 中国汽车用品行业前景展望

9.1.1 中国汽车用品行业发展前景乐观

9.1.2 未来中国汽车用品市场区域布局探析

9.1.3 汽车用品行业生产及销售发展方向

9.1.4 未来汽车用品企业的发展趋势(ZY XH)

9.1.5 2015-2020年中国汽车用品行业规模预测

9.2 汽车用品主要产品市场发展预测

9.2.1 中国汽车电子行业增长空间广阔

9.2.2 我国汽车美容养护市场趋势分析

9.2.3 我国汽车内饰产品发展趋势分析

9.2.4 中国车载导航系统市场前景广阔

9.2.5 中国车载电视行业发展潜力巨大

图表目录：（部分）

图表1 不同种类防盗器价格比较

图表2 2013年汽车用品分区域销量统计情况

图表3 2013年各类汽车用品销量及环比2012年增降幅

图表4 2013年汽车用品行业电子商务渠道销售占比

图表5 中国汽车电子市场应用结构比例图

图表6 中国汽车电子市场品牌结构比例图

图表7 汽车电子市场重点厂商评价——博世

图表8 博世SWOT分析

图表9 汽车电子市场重点厂商评价——德国大陆

图表10 德国大陆SWOT分析

图表11 汽车电子市场重点厂商评价——电装

图表12 电装SWOT分析

图表13 汽车电子市场重点厂商评价——德尔福

图表14 德尔福SWOT分析

图表15 汽车电子市场重点厂商评价——伟世通

图表16 伟世通SWOT分析

图表17 汽车电子市场重点厂商评价——法雷奥

图表18 法雷奥SWOT分析

图表19 汽车电子市场重点厂商评价——天合集团

图表20 天合SWOT分析

图表21 汽车电子市场重点厂商评价——莫比斯

图表22 现代莫比斯SWOT分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201510/348348.html>