

# 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场分析 预测及市场盈利预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场分析预测及市场盈利预测报告》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/202001/828400.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

零部件 19Q1 增速环比改善 19 年 Q1

零部件收入同比+4.91%，归母净利润同比-12.54%。零部件深度国产替代趋势下，2017Q4 零部件行业营收与净利基数均较高，2018Q4 营收增速收窄主要系下游乘用车行业竞争压力加大，采购有所放缓，行业净利大幅下滑主要因为部分零部件公司 Q4 出现较大幅度亏损。19 年 Q1 零部件行业收入和业绩增速环比均有改善，主要是因为车企降本压力加大，深度国产替代正进行中。在零部件行业重点公司中，华域汽车 19 年 Q1 营收同比-11.62%，归母净利润-36.61%；潍柴动力 19 年 Q1 营收同比+15.3%，归母净利润同比+34.99%；福耀玻璃 19 年 Q1 营收同比+3.91%，归母净利润同比+7.72%；星宇股份 19 年 Q1 营收同比+21.21%，归母净利润同比+30.15%。虽然受下游需求低迷影响，零部件行业 Q1 业绩表现不佳，但随着深度国产替代进行，以及电动化和智能化发展加速，在细分行业具有领导地位的零部件公司有望受益。建议关注 Q1 业绩表现较好的标的潍柴动力、天成自控、星宇股份、福耀玻璃。受益电动化、智能化有估值提升空间的标的华域汽车、拓普集团。

19Q1主要零部件公司营收情况

19Q1主要零部件公司归母净利情况

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场分析预测及市场盈利预测报告》共十一章。首先介绍了中国互联网+汽车零部件行业市场发展环境、互联网+汽车零部件整体运行态势等，接着分析了中国互联网+汽车零部件行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+汽车零部件市场竞争格局。随后，报告对互联网+汽车零部件做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+汽车零部件行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+汽车零部件产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+汽车零部件行业，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：

第一章 中国互联网+汽车零部件行业发展综述

第一节 “互联网+汽车零部件”概念界定

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

## 第二节 “互联网+汽车零部件”行业的内涵

### 第三节 本报告的研究范围

## 第二章 汽车零部件所属行业发展现状与前景分析

### 第一节 汽车零部件所属行业概况

#### 一、汽车零部件行业概念及分类

#### 二、全球汽车零部件所属行业概况

#### 三、中国汽车零部件所属行业概况

2010-2017年，我国汽车零部件制造行业销售收入呈持续增长态势。2017年，汽车零部件制造行业销售收入达37392亿元，同比增长8.20%；预计2018年，汽车零部件销售收入将超过4万亿，达到40047亿元。

2010-2018年中国汽车零部件制造行业销售收入及增长（单位：亿元，%）

#### 四、中国汽车零部件行业所处周期

### 第二节 全球及我国汽车零部件行业发展前景展望

#### 一、全球汽车零部件行业发展趋势展望

#### 二、我国汽车零部件行业发展趋势展望

#### 三、我国汽车零部件行业发展前景展望

### 第三节 中国汽车零部件行业产业链发展趋势

#### 一、中国汽车零部件行业产业链

#### 二、汽车零部件产业链利润分布

#### 三、汽车零部件上游产业链分析

#### 四、下游产业——汽车零部件机构分析

## 第三章 互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

### 第一节 传统汽车零部件行业的痛点与缺陷

#### 一、汽车零部件行业痛点及根源

#### 二、汽车零部件营销受极大约束

#### 三、缺少精准营销的平台

### 第二节 移动互联网有望重构汽车零部件行业生态

#### 一、移动汽车零部件助力解决行业痛点

#### 二、互联网催生渠道价值

#### 三、汽车零部件服务商的发展趋势

### 第三节 产业链升级：互联网汽车零部件推动行业科学化、市场化

#### 一、精准营销改善行业痛点

#### 二、互联网汽车零部件推动产业链升级

#### 三、互联网汽车零部件模式的核心思路

## 四、互联网汽车零部件未来趋势

### 第四章 中国互联网+汽车零部件行业发展背景

#### 第一节 中国互联网+汽车零部件行业政策背景分析

##### 一、行业管理体制分析

##### 二、行业发展规划分析

##### 三、行业政策动向分析

##### 四、政策环境对行业的影响

#### 第二节 中国互联网+汽车零部件行业经济背景分析

##### 一、宏观经济环境分析

##### 二、国际宏观经济运行分析

##### 三、国内宏观经济运行分析

##### 四、宏观经济发展对行业的影响

#### 第三节 关联产业发展背景

##### 一、中国电子商务发展状况分析

##### 二、中国大数据产业发展状况分析

##### 三、中国互联网产业发展状况分析

##### 四、关联产业发展对行业的影响

#### 第四节 中国互联网+汽车零部件行业技术背景分析

##### 一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析

##### 二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析

##### 三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析

##### 四、互联网相关技术对行业的影响总结

### 第五章 中国互联网+汽车零部件行业发展现状分析

#### 第一节 中国互联网+汽车零部件行业市场发展阶段分析

##### 一、对互联网+汽车零部件行业发展阶段的研究

##### 二、中国互联网+汽车零部件行业细分阶段发展特点

#### 第二节 互联网给汽车零部件行业带来的冲击和变革分析

##### 一、互联网时代汽车零部件行业大环境变化分析

##### 二、互联网给汽车零部件行业带来的突破机遇分析

##### 三、互联网给汽车零部件行业带来的挑战分析

##### 四、互联网+汽车零部件行业融合创新机会分析

#### 第三节 中国互联网+汽车零部件行业市场发展现状分析

##### 一、中国互联网+汽车零部件行业投资布局分析

###### (1) 中国互联网+汽车零部件行业投资切入方式

###### (2) 中国互联网+汽车零部件行业投资规模分析

(3) 中国互联网+汽车零部件行业投资业务布局

二、汽车零部件行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国互联网+汽车零部件行业市场规模分析

四、中国互联网+汽车零部件行业竞争格局分析

(1) 中国互联网+汽车零部件行业参与者结构

(2) 中国互联网+汽车零部件行业竞争者类型

(3) 中国互联网+汽车零部件行业市场占有率

第六章 中国互联网+汽车零部件行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

一、商业模式的定义及与其他模式的比较

二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+汽车零部件行业市场定位创新分析

一、中国汽车零部件行业消费者特征分析

二、中国汽车零部件行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对汽车零部件行业市场定位的变革分析

四、互联网下汽车零部件行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+汽车零部件行业价值主张创新分析

一、中国汽车零部件行业主要的客户价值主张要素分析

二、互联网+汽车零部件行业价值主张创新策略分析

(1) 汽车零部件行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 汽车零部件行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 汽车零部件行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、互联网+汽车零部件行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+汽车零部件行业渠道通路创新分析

一、中国汽车零部件行业渠道通路的主要类别及特点分析

(1) 价值传递通路的定义及特点

(2) 产品销售渠道的定义及特点

(3) 现有渠道通路特点的优势及不足

(4) 互联网对渠道通路的改造分析

二、互联网对汽车零部件行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+汽车零部件行业网络媒体汽车零部件宣传策略分析

四、互联网+汽车零部件行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+汽车零部件行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国互联网+汽车零部件行业客户关系创新分析

一、中国汽车零部件行业客户关系的类别及关系成本分析

- (1) 汽车零部件行业客户关系的类别分析
- (2) 汽车零部件行业客户关系成本分析
- 二、中国互联网+汽车零部件行业客户关系创新路径分析
- 三、中国互联网+汽车零部件行业客户关系创新优秀案例
- 第六节 中国互联网+汽车零部件行业收入来源创新分析
  - 一、中国汽车零部件行业收入的主要来源渠道及特点
  - 二、中国互联网+汽车零部件行业收入来源的创新分析
  - 三、中国互联网+汽车零部件行业收入来源创新优秀案例
- 第七节 中国互联网+汽车零部件行业合作伙伴创新分析
  - 一、中国汽车零部件行业主要的合作伙伴及其特点分析
  - 二、互联网如何改变汽车零部件行业合作伙伴结构
  - 三、互联网下汽车零部件行业新增合作伙伴的特点
  - 四、互联网下汽车零部件行业新增合作伙伴优秀案例
- 第八节 中国互联网+汽车零部件行业成本机构优化分析
  - 一、中国汽车零部件行业主要成本结构及特点分析
  - 二、互联网如何改变汽车零部件行业成本结构
  - 三、互联网下汽车零部件行业成本结构的优化路径
  - 四、互联网下汽车零部件行业成本结构优化优秀案例
- 第九节 国外互联网+汽车零部件行业商业模式创新经验
  - 一、国外互联网+汽车零部件行业商业模式优秀案例剖析
    - (1) 案例一
      - 1) 案例一基本信息分析
      - 2) 案例一经营情况分析
      - 3) 案例一盈利模式分析
      - 4) 案例一商业模式评价
    - (2) 案例二
      - 1) 案例二基本信息分析
      - 2) 案例二经营情况分析
      - 3) 案例二盈利模式分析
      - 4) 案例二商业模式评价
    - (3) 案例三
      - 1) 案例三基本信息分析
      - 2) 案例三经营情况分析
      - 3) 案例三盈利模式分析
      - 4) 案例三商业模式评价

## 二、国外互联网+汽车零部件行业商业模式创新经验借鉴

### 第七章 中国汽车零部件行业企业电商战略规划及模式选择

#### 第一节 中国汽车零部件行业企业电商战略规划分析

##### 一、汽车零部件企业电商如何正确定位

##### 二、汽车零部件电商核心业务确定策略

##### 三、汽车零部件企业电商化组织变革策略

#### 第二节 中国汽车零部件行业典型电商发展模式总体分析

##### 一、中国电子商务主流模式分析

##### 二、B2B电商模式及其优劣势分析

###### (1) B2B电商模式的特点

###### (2) B2B电商模式的适用范围

###### (3) B2B电商模式的优秀案例

###### (4) B2B电商模式的优劣势

##### 三、B2C电商模式及其优劣势分析

###### (1) B2C电商模式的特点

###### (2) B2C电商模式的适用范围

###### (3) B2C电商模式的优秀案例

###### (4) B2C电商模式的优劣势

##### 四、C2C电商模式及其优劣势分析

###### (1) C2C电商模式的特点

###### (2) C2C电商模式的适用范围

###### (3) C2C电商模式的优秀案例

###### (4) C2C电商模式的优劣势

##### 五、O2O电商模式及其优劣势分析

###### (1) O2O电商模式的特点

###### (2) O2O电商模式的适用范围

###### (3) O2O电商模式的优秀案例

###### (4) O2O电商模式的优劣势

##### 六、中国汽车零部件行业最优电商模式的选择

#### 第三节 中国汽车零部件行业企业电商切入模式及发展路径

##### 一、模式一

###### (1) 模式一的特点及优劣势

###### (2) 模式一的业务布局分析

###### (3) 模式一的渠道通路分析

###### (4) 模式一的收入来源分析



(5) 模式一的关键资源能力分析

(6) 模式一的经营风险分析

(7) 模式一的优秀案例分析

## 二、模式二

(1) 模式二的特点及优劣势

(2) 模式二的业务布局分析

(3) 模式二的渠道通路分析

(4) 模式二的收入来源分析

(5) 模式二的关键资源能力分析

(6) 模式二的经营风险分析

(7) 模式二的优秀案例分析

## 三、模式三

(1) 模式三的特点及优劣势

(2) 模式三的业务布局分析

(3) 模式三的渠道通路分析

(4) 模式三的收入来源分析

(5) 模式三的关键资源能力分析

(6) 模式三的经营风险分析

(7) 模式三的优秀案例分析

## 第四节 中国汽车零部件行业移动电商切入路径及典型产品

### 一、中国汽车零部件行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网趋势分析

### 二、中国汽车零部件行业移动电商市场发展现状

### 三、中国汽车零部件行业移动电商市场切入路径

### 四、中国汽车零部件行业移动电商典型产品形式

### 五、中国汽车零部件行业移动电商发展趋势及前景

## 第八章 中国互联网+汽车零部件商业模式创新优秀案例剖析

### 第一节 案例一

#### 一、案例一基本信息分析

#### 二、案例一经营情况分析

#### 三、案例一产品服务分析

#### 四、案例一盈利模式分析

#### 五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

## 第二节 案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

## 第三节 案例三

一、案例三基本信息分析

二、案例三经营情况分析

三、案例三产品服务分析

四、案例三盈利模式分析

五、案例三渠道通路分析

六、案例三合作伙伴分析

七、案例三融资情况分析

八、案例四商业模式评价

## 第四节 案例四

一、案例四基本信息分析

二、案例四经营情况分析

三、案例四产品服务分析

四、案例四盈利模式分析

五、案例四渠道通路分析

六、案例四合作伙伴分析

七、案例四融资情况分析

八、案例四商业模式评价

## 第五节 案例五

一、案例五基本信息分析

二、案例五经营情况分析

三、案例五产品服务分析

四、案例五盈利模式分析

五、案例五渠道通路分析

六、案例五合作伙伴分析

七、案例五融资情况分析

八、案例五商业模式评价

第九章 中国重点企业互联网+汽车零部件投资布局分析

第一节 企业一

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+汽车零部件投资布局

四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析

五、企业最新发展动向

第二节 企业二

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+汽车零部件投资布局

四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析

五、企业最新发展动向

第三节 企业三

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+汽车零部件投资布局

四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析

五、企业最新发展动向

第四节 企业四

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+汽车零部件投资布局

四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析

五、企业最新发展动向

第五节 企业五

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业互联网+汽车零部件投资布局

四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析

五、企业最新发展动向

## 第十章 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场发展趋势预测

### 第一节 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场趋势预测分析

#### 一、中国互联网+汽车零部件行业市场增长动力分析

#### 二、中国互联网+汽车零部件行业市场发展瓶颈剖析

#### 三、中国互联网+汽车零部件行业市场发展趋势分析

### 第二节 2020-2026年中国汽车零部件行业电商发展现状及趋势分析

#### 一、中国汽车零部件行业电商总体开展情况

#### 二、中国汽车零部件行业电商交易规模分析

#### 三、中国汽车零部件行业电商产品服务品类

#### 四、中国汽车零部件行业电商盈利情况分析

#### 五、中国汽车零部件行业电商市场现存问题

#### 六、中国汽车零部件行业电商市场趋势分析

#### 七、中国汽车零部件行业电商市场规模预测

## 第十一章 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场投资机会及建议（ZY GXH）

### 第一节 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业投资特性及风险

#### 一、互联网+汽车零部件行业投资壁垒分析

##### （1）政策壁垒

##### （2）技术壁垒

##### （3）市场壁垒

#### 二、互联网+汽车零部件行业投资特性分析

#### 三、互联网+汽车零部件行业投资前景分析

### 第二节 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业投融资现状及趋势

#### 一、中国互联网+汽车零部件行业投资现状及趋势

##### （1）中国互联网+汽车零部件行业投资主体结构

##### （2）各投资主体核心资源分析

##### （3）各投资主体投资方式分析

##### （4）各投资主体投资规模分析

##### （5）2019年主要投资事件分析

##### （6）各投资主体投资前景分析

#### 二、中国互联网+汽车零部件行业融资现状及趋势

##### （1）中国互联网+汽车零部件行业融资主体构成

##### （2）各融资主体核心资源分析

##### （3）各融资主体融资方式分析

##### （4）各融资主体融资规模分析

##### （5）2019年主要融资事件及用途

## （6）各融资主体融资趋势分析

### 第三节 2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业投资机会及建议

#### 一、中国互联网+汽车零部件行业投资机会分析

#### 二、关于互联网+汽车零部件行业的投资建议（ZY GXH）

图表目录：

图表：汽车零部件分类

图表：大汽车零部件市场分类

图表：中国汽车零部件市场消费者的性别分布

图表：中国汽车零部件市场消费者的年龄分布

图表：中国汽车零部件市场消费者的职业分布

图表：中国汽车零部件市场消费者的学历分布

图表：中国汽车零部件市场消费者收入分布

图表：中国汽车零部件市场消费者的地域分布

图表：中国汽车零部件行业前景

图表：汽车零部件客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：汽车零部件行业产业链

图表：汽车零部件产业是一个交叉产业

图表：我国汽车零部件市场地域分布特点

图表：汽车零部件行业痛点溯源

图表：汽车零部件行业获客渠道

图表：移动汽车零部件助力解决行业痛点

图表：新兴汽车零部件平台一览

图表：汽车零部件价值链——移动汽车零部件的作用

图表：互联网汽车零部件平台信息

图表：汽车零部件行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：汽车零部件行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网汽车零部件产业链格局

图表：汽车零部件宣传方式在进化

图表：互联网汽车零部件平台商业模式比较

图表：国内互联网汽车零部件平台比较

图表：整形汽车零部件医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+汽车零部件”项目的类型分布

图表：“互联网+汽车零部件”项目的地域分布

图表：“互联网+汽车零部件”项目的融资方式分布

- 图表：“互联网+汽车零部件”项目的阶段分布
- 图表：互联网+汽车零部件行业发展规划汇总表
- 图表：互联网+汽车零部件行业主要政策汇总表
- 图表：政策环境对行业的影响分析表
- 图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测
- 图表：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势
- 图表：2020-2026年中国电商交易规模预测
- 图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率
- 图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率
- 图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度
- 图表：关联产业发展对行业的影响总结表
- 图表：互联网相关技术对行业的影响总结表
- 图表：中国互联网+汽车零部件行业发展阶段
- 图表：主要企业互联网+汽车零部件行业投资切入角度
- 图表：2015-2019年中国互联网+汽车零部件行业主要投资事件
- 图表：中国互联网+汽车零部件行业投资业务布局
- 图表：2015-2019年中国互联网+汽车零部件行业市场规模发展趋势
- 图表：中国互联网+汽车零部件行业主要的市场参与者
- 图表：中国互联网+汽车零部件行业市场增长动力
- 图表：中国互联网+汽车零部件行业市场发展瓶颈
- 图表：2015-2019年中国汽车零部件行业电商交易规模
- 图表：中国汽车零部件行业电商产品服务品类
- 图表：中国汽车零部件行业电商市场现存问题
- 图表：2020-2026年中国汽车零部件行业电商市场规模预测
- 图表：商业模式与其它模式的区别
- 图表：商业模式与其它模式的联系
- 图表：商业模式框架图
- 图表：中国汽车零部件行业消费者特征
- 图表：中国汽车零部件行业企业主流的市场定位
- 图表：中国汽车零部件行业主要的客户价值主张要素
- 图表：汽车零部件行业企业利用互联网升级产品使用体验的策略
- 图表：汽车零部件行业企业利用互联网改善个性化服务体验的策略
- 图表：汽车零部件行业企业利用互联网节约客户成本的策略
- 图表：汽车零部件行业价值传递通路的特点
- 图表：汽车零部件行业产品销售渠道的特点

图表：中国汽车零部件行业现有渠道通路的优劣势

图表：中国汽车零部件行业客户关系的分类

图表：中国汽车零部件行业主要的收入来源渠道

图表：中国汽车零部件行业主要合作伙伴类别

图表：中国汽车零部件行业主要成本结构分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202001/828400.html>