

2017-2023年中国汽车用品市场深度调研与发展战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国汽车用品市场深度调研与发展战略咨询报告》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/201709/569441.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。

汽车是现代生活的必需品。越来越多的人拥有了自己的私家车，汽车用品或者说汽车保养用品也就成了车辆保养所必不可少的一部分。

智研咨询发布的《2017-2023年中国汽车用品市场深度调研与发展战略咨询报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 汽车用品行业发展综述

第一节 汽车用品行业的相关概述

一、汽车用品的相关概念

二、汽车用品的产品分类

第二节 汽车用品行业政策环境分析

一、汽车用品相关政策解读

1、《节能与新能源汽车产业“十二五”发展规划》

2、《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》

3、《缺陷汽车产品召回管理条例》

4、《关于促进我国汽车产品出口持续健康发展的意见》

5、《关于打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动方案的通知》

二、汽车用品相关标准分析

1、汽车用品近期标准政策

2、《汽车装饰用品安全通用要求》

3、中国标协汽车用品标准体系建设

4、《汽车美容装饰行业经营规范》

第三节 汽车用品行业经济环境分析

一、GDP增长情况分析

二、制造业情况分析

三、居民可支配收入分析

第四节 汽车用品行业社会环境分析

一、城市化水平不断提高

二、生活方式和价值观念的转变

1、生活方式的转变

2、价值观念的转变

三、消费结构和消费心理的变化

1、消费结构的变化

2、消费心理的变化

四、汽车文化逐渐形成

第五节 汽车用品产业环境分析

一、汽车制造业运营状况分析

1、汽车制造业工业总产值

2、汽车制造业销售收入

3、汽车制造业销售利润率

4、汽车制造业毛利率

5、汽车制造业总资产报酬率

二、汽车零部件制造业运营分析

1、零部件制造业工业总产值

2、零部件制造业销售收入

3、零部件制造业销售利润率

4、零部件制造业毛利率

5、零部件制造业总资产报酬率

三、汽车商品进出口市场分析

1、汽车商品进口分析

2、汽车商品出口分析

3、汽车零部件进口分析

4、汽车零部件出口分析

四、汽车后市场发展状况分析

1、汽车后市场发展历程

2、汽车后市场发展阶段

3、汽车后市场发展现状

4、汽车后市场渠道分析

5、汽车后市场发展规模

6、汽车后市场发展趋势

五、车联网市场发展分析

- 1、全球车联网市场规模
- 2、中国车联网市场规模
- 3、中国车联网前装市场规模
- 4、中国车联网后装市场规模
- 5、中国车联网应用市场现状

六、汽车改装市场发展分析

- 1、全球汽车改装市场规模
- 2、中国汽车改装市场结构
- 3、中国汽车改装发展趋势

七、中国汽车改装市场规模预测

第二部分 行业深度分析

第二章 汽车用品行业发展与需求

第一节 汽车用品行业发展状况分析

- 一、汽车用品发展现状分析
- 二、汽车用品行业规模分析
- 三、汽车用品行业利润分析
- 四、汽车用品市场结构分析

第二节 汽车用品竞争状况分析

- 一、汽车用品企业品牌格局分析
 - 1、国内汽车用品区域格局分析
 - 2、汽车用品新锐品牌竞争分析
 - 3、汽车用品知名品牌竞争分析
 - 4、汽车用品知名防爆膜品牌竞争
 - 5、汽车用品装饰品牌竞争
- 二、国内汽车用品竞争力缺陷分析
- 三、汽车用品国际品牌竞争力分析

第三节 全球汽车用品行业市场需求分析

- 一、全球汽车用品市场需求分析
 - 1、汽车后市场需求分析
 - 2、汽车制造业市场需求
- 二、汽车用品区域市场需求结构
- 三、主要国家汽车用品需求分析
 - 1、美国汽车用品需求与结构分析
 - 2、德国汽车用品需求与结构分析

3、日本汽车用品需求与结构分析

4、韩国汽车用品需求与结构分析

5、印度汽车用品需求与结构分析

6、巴西汽车用品需求与结构分析

第四节 中国汽车用品市场需求分析

一、汽车后市场需求分析

二、汽车制造业需求分析

三、汽车用品需求结构分析

1、汽车后市场区域需求结构

2、汽车后市场车型需求结构

3、汽车制造业区域需求结构

4、汽车制造业车型需求结构

第五节 中国乘用车市场需求分析

一、乘用车总需求分析

1、乘用车需求规模

2、乘用车需求走势

二、轿车市场需求分析

1、轿车需求规模

2、轿车需求走势

三、MPV市场需求分析

1、MPV需求规模

2、MPV需求走势

四、SUV市场需求分析

1、SUV需求规模

2、SUV需求走势

五、交叉型乘用车市场需求分析

1、交叉型乘用车需求规模

2、交叉型乘用车需求走势

第六节 商用车市场需求分析

一、商用车总需求分析

1、商用车需求规模

2、商用车需求走势

二、大客市场去求分析

1、大客需求规模

2、大客需求走势

三、中客市场需求分析

1、中客需求规模

2、中客需求走势

四、轻客市场需求分析

1、轻客需求规模

2、轻客需求走势

五、重卡市场需求分析

1、重卡需求规模

2、重卡需求走势

六、中卡市场需求分析

1、中卡需求规模

2、中卡需求走势

七、轻卡市场需求分析

1、轻卡需求规模

2、轻卡需求走势

八、微卡市场需求分析

1、微卡需求规模

2、微卡需求走势

第三章 我国汽车用品行业整体运行指标分析

第一节 2014-2017年中国汽车用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014-2017年中国汽车用品行业产销情况分析

一、我国汽车用品行业工业总产值

二、我国汽车用品行业工业销售产值

三、我国汽车用品行业产销率

第三节 2014-2017年中国汽车用品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国汽车用品行业销售利润率

2、我国汽车用品行业成本费用利润率

3、我国汽车用品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国汽车用品行业资产负债比率

2、我国汽车用品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国汽车用品行业应收帐款周转率

2、我国汽车用品行业总资产周转率

3、我国汽车用品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国汽车用品行业总资产增长率

2、我国汽车用品行业利润总额增长率

3、我国汽车用品行业主营业务收入增长率

4、我国汽车用品行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第四章 汽车养护及美容市场分析

第一节 汽车养护市场分析

一、汽车养护市场发展简况

二、汽车养护市场需求分析

三、汽车养护市场利润分析

四、汽车养护市场品牌格局

五、汽车养护市场消费结构

六、汽车养护市场运营模式

七、汽车养护市场存在问题

第二节 汽车美容市场分析

一、汽车美容市场概述

二、汽车美容市场需求分析

1、需求规模

2、需求结构

三、发达国家汽车美容市场

四、汽车美容市场发展特征

五、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

六、汽车美容市场发展趋势

第五章 汽车装饰市场分析

第一节 汽车装饰相关知识概述

一、汽车装饰的概述及分类

二、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

三、国内外装饰市场发展分析

1、国外市场发展分析

2、国内市场发展分析

3、国内市场存在的问题

第二节 汽车装饰竞争现状分析

一、汽车装饰品牌竞争分析

1、市场品牌竞争状况

2、十大装饰连锁品牌

二、汽车装饰同质化竞争分析

三、汽车装饰价格竞争分析

第三节 汽车装饰投资前景分析

一、汽车装饰市场发展趋势

二、汽车装饰市场发展前景

三、汽车装饰市场投资策略

第六章 汽车电子用品市场分析

第一节 汽车电子行业发展分析

一、全球汽车电子行业发展

1、汽车电子占汽车价值比重

2、汽车电子市场规模分析

3、汽车电子市场区域竞争

4、汽车电子市场产品竞争

二、中国汽车电子行业发展

1、行业整体发展状况分析

2、汽车电子市场规模分析

三、中国汽车电子行业竞争格局

1、区域竞争格局分析

2、企业竞争格局分析

3、产品竞争格局分析

4、市场集中度分析

四、中国汽车电子行业发展趋势

五、中国汽车电子行业发展预测

第二节 车载导航系统市场分析

一、汽车导航市场发展现状

二、车载导航市场规模分析

1、前装车载导航设备市场规模

2、后装车载导航设备市场规模

三、车载导航市场普及率分析

四、导航市场品牌竞争分析

五、GPS导航市场分析

1、GPS导航设备市场总体状况

2、GPS导航设备品牌结构分析

3、GPS导航设备产品结构分析

4、GPS主流厂商分析

第三节 车载娱乐系统市场分析

一、车载电视市场发展分析

1、车载电视市场保有量分析

2、车载电视市场销售量分析

3、车载电视市场普及率分析

4、车载电视市场竞争分析

5、车载电视市场发展趋势

二、汽车音响市场发展分析

1、汽车音响市场规模分析

2、汽车音响市场集中度分析

3、汽车音响市场消费特点分析

三、车载DVD市场发展分析

1、车载DVD市场发展现状分析

2、车载DVD市场品牌竞争分析

3、车载DVD市场消费特点分析

四、车载MP3播放器与FM发射器发展分析

1、车载MP3播放器与FM发射器市场现状

2、车载MP3播放器与FM发射器市场区域分布

3、车载MP3播放器与FM发射器市场价格

五、汽车娱乐系统市场增长预测

第四节 车载信息系统市场分析

一、车载信息系统发展现状分析

二、车载信息系统市场发展趋势

三、汽车内部电子信息系统分析

四、Telematics产业的市场发展与前景

1、Telematics产业的市场发展

2、Telematics商业模式分析

3、Telematics市场发展前景

五、智能交通车载信息系统发展方向

第七章 汽车座椅市场分析

第一节 汽车座椅市场概述

一、汽车座椅的基本结构

二、汽车座椅的核心部件

三、汽车座椅国家标准

第二节 全球汽车座椅市场分析

一、汽车座椅市场规模走势

二、汽车座椅市场区域结构

三、汽车座椅企业竞争格局

四、汽车座椅市场发展趋势

第三节 中国汽车座椅市场发展

一、汽车座椅行业发展现状

1、外资品牌优势明显

2、自主品牌走低端路线

3、竞争同质化严重

二、汽车座椅行业规模分析

三、汽车座椅市场结构分析

四、汽车座椅行业存在问题

1、自主品牌实力弱

2、行业准入门槛低

3、整车与零部件配套关系亟待改善

第四节 儿童安全座椅市场分析

一、儿童安全座椅立法分析

二、儿童安全座椅合格率分析

三、儿童安全座椅普及率分析

四、儿童安全座椅市场生产现状

五、儿童安全座椅市场规模分析

1、儿童安全座椅企业规模

2、儿童安全座椅销售规模与结构

六、儿童安全座椅市场结构分析

七、儿童安全座椅销售渠道分析

八、儿童安全座椅市场价格

第八章 汽车用品消费市场分析

第一节 汽车用品消费市场特征分析

一、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

二、汽车用品消费群体比较

1、消费群体年青化发展

2、中年人消费水平相对较低

3、女性汽车用品商机无限

第二节 汽车用品消费者关注情况分析

一、汽车用品购买行为分析

1、需求呈现出实用性和功能性的特征

2、消费能力趋于稳定

二、汽车用品热点关注产品分析

三、不同产品受关注度分析

1、汽车养护产品关注度分析

2、汽车精品关注度分析

3、常规类用品关注度分析

4、安全性用品关注度分析

第三节 汽车用品消费者购买途径分析

一、传统销售方式仍然是市场主流

二、消费者选购汽车用品的考虑因素

三、消费者信息获取途径分析

第四部分 竞争格局分析

第九章 汽车用品产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国汽车用品产业集群发展特色分析

一、长江三角洲汽车用品产业发展特色分析

二、珠江三角洲汽车用品产业发展特色分析

三、环渤海地区汽车用品产业发展特色分析

四、闽南地区汽车用品产业发展特色分析

第二节 汽车用品重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
 - 2、行业区域集中度分析
 - 3、行业区域分布特点分析
 - 4、行业规模指标区域分布分析
 - 5、行业效益指标区域分布分析
 - 6、行业企业数的区域分布分析
- ## 二、汽车用品重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第十章 2017年汽车用品行业领先企业经营形势分析

第一节 北京朗智亿成汽车系统有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营状况优劣势分析

第二节 廊坊中德汽车座椅制造有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营状况优劣势分析

第三节 厦门金龙汽车座椅有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营状况优劣势分析

第四节 芜湖江森云鹤汽车座椅有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营状况优劣势分析

第五节 联合汽车电子有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营状况优劣势分析

第六节 天津富士通天电子有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营状况优劣势分析

第七节 延锋伟世通汽车电子有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营状况优劣势分析

第八节 深圳市元征科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营状况优劣势分析

第九节 天派电子（深圳）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营状况优劣势分析

第十节 深圳市航盛电子股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2017-2023年汽车用品行业前景及趋势预测

第一节 2017-2023年汽车用品市场发展前景

一、2017-2023年汽车用品市场发展潜力

二、2017-2023年汽车用品市场发展前景展望

三、2017-2023年汽车用品细分行业发展前景分析

第二节 2017-2023年汽车用品市场发展趋势预测

一、2017-2023年汽车用品行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2017-2023年汽车用品市场规模预测

1、汽车用品行业市场容量预测

2、汽车用品行业销售收入预测

三、2017-2023年汽车用品行业应用趋势预测

四、2017-2023年细分市场发展趋势预测

第三节 2017-2023年中国汽车用品行业供需预测

- 一、2017-2023年中国汽车用品行业供给预测
- 二、2017-2023年中国汽车用品行业产量预测
- 三、2017-2023年中国汽车用品市场销量预测
- 四、2017-2023年中国汽车用品行业需求预测
- 五、2017-2023年中国汽车用品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2023年汽车用品行业投资机会与风险防范

第一节 汽车用品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、汽车用品行业投资现状分析
 - 1、汽车用品产业投资经历的阶段
 - 2、2014-2017年汽车用品行业投资状况回顾
 - 3、2014-2017年中国汽车用品行业风险投资状况
 - 4、2017-2023年我国汽车用品行业的投资态势

第二节 2017-2023年汽车用品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、汽车用品行业投资机遇

第三节 2017-2023年汽车用品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国汽车用品行业投资建议

- 一、汽车用品行业未来发展方向
- 二、汽车用品行业主要投资建议
- 三、中国汽车用品企业融资分析
 - 1、中国汽车用品企业IPO融资分析
 - 2、中国汽车用品企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 2017-2023年汽车用品行业面临的困境及对策

第一节 汽车用品行业面临的困境

第二节 汽车用品企业面临的困境及对策

- 一、重点汽车用品企业面临的困境及对策
 - 1、重点汽车用品企业面临的困境
 - 2、重点汽车用品企业对策探讨
- 二、中小汽车用品企业发展困境及策略分析
 - 1、中小汽车用品企业面临的困境
 - 2、中小汽车用品企业对策探讨

三、国内汽车用品企业的出路分析

第三节 中国汽车用品行业存在的问题及对策

- 一、中国汽车用品行业存在的问题
- 二、汽车用品行业发展的建议对策
 - 1、把握国家投资的契机
 - 2、竞争性战略联盟的实施
 - 3、企业自身应对策略
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、重点客户战略管理
 - 4、重点客户管理功能

第四节 中国汽车用品市场发展面临的挑战与对策

第十四章 汽车用品行业发展战略研究

第一节 汽车用品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国汽车用品品牌的战略思考

一、汽车用品品牌的重要性

二、汽车用品实施品牌战略的意义

三、汽车用品企业品牌的现状分析

四、我国汽车用品企业的品牌战略

五、汽车用品品牌战略管理的策略

第三节 汽车用品经营策略分析

一、汽车用品市场细分策略

二、汽车用品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车用品新产品差异化战略

第四节 汽车用品行业投资战略研究

一、2017-2023年汽车用品行业投资战略

二、2017-2023年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 汽车用品行业研究结论及建议

第二节 汽车用品子行业研究结论及建议

第三节 汽车用品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：汽车用品行业生命周期

图表：汽车用品行业产业链结构

图表：2014-2017年全球汽车用品行业市场规模

图表：2014-2017年中国汽车用品行业市场规模

图表：2014-2017年汽车用品行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国汽车用品市场占全球份额比较

图表：2014-2017年汽车用品行业工业总产值

图表：2014-2017年汽车用品行业销售收入

图表：2014-2017年汽车用品行业利润总额

图表：2014-2017年汽车用品行业资产总计

- 图表：2014-2017年汽车用品行业负债总计
- 图表：2014-2017年汽车用品行业竞争力分析
- 图表：2014-2017年汽车用品市场价格走势
- 图表：2014-2017年汽车用品行业主营业务收入
- 图表：2014-2017年汽车用品行业主营业务成本
- 图表：2014-2017年汽车用品行业销售费用分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业管理费用分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业财务费用分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业销售毛利率分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业销售利润率分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业成本费用利润率分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业总资产利润率分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业产能分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业产量分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业需求分析
- 图表：2014-2017年汽车用品行业进口数据
- 图表：2014-2017年汽车用品行业出口数据
- 图表：2014-2017年汽车用品行业集中度
- 略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/569441.html>