

2020-2026年中国互联网+汽车零配件行业市场深度评估及发展规模预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+汽车零配件行业市场深度评估及发展规模预测报告》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/202001/826987.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

中国汽车零部件行业的稳步发展之下，我国汽车零部件的进出口得到良好发展。2015年受到全球经济低迷与传统出口市场萎缩的影响，我国汽车零部件进出口金额有所下滑;2018年虽然受到中美贸易摩擦的影响，但是中国汽车零配件保持了稳步增长，进口金额为2309.5亿元，出口金额为3307.42亿元，贸易顺差为1318.2亿元。2016-2018年，我国汽车零部件保持良好发展趋势，长期处于贸易顺差状态。

2014-2018年中国汽车零配件进口金额情况走势

2014-2018年中国汽车零配件出口金额情况走势

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+汽车零部件行业市场深度评估及发展规模预测报告》共八章。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：

第一章电子商务与“互联网+”

第一节电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

(一) 电子商务分类

(二) 电子商务功能

(三) 电商运营模式

六、电子商务规模分析

第二节“互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章互联网环境下汽车零配件行业的机会与挑战

第一节中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节互联网环境下汽车零配件行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击汽车零配件行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

四、互联网促进汽车零配件行业技术进步

第三节互联网汽车零配件行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变汽车零配件厂商商业模式

三、互联网导致汽车零配件行业利益重新分配

四、互联网改变汽车零配件行业格局

第四节汽车零配件与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、互联网技术对行业支撑作用

三、电商黄金发展期机遇分析

第三章汽车零配件所属行业发展现状分析

第一节汽车所属行业发展现状分析

一、中国汽车产销情况

(一) 中国汽车产量情况

(二) 中国汽车销量情况

二、民用汽车保有量情况

第二节汽车零配件行业发展现状分析

一、汽车零配件行业产业政策分析

二、汽车零配件行业发展现状分析

我国汽车产业规模已连续9年稳居世界第一，未来产销量的世界份额从目前的30%水平上还将进一步提升，尽管汽车消费市场转冷，但我国汽车零部件领域创新要素已经形成一定积累，创新环境逐步向好，相关财政和产业政策不断优化、发明专利数量稳步提升，产业链条不断完善，故整体行业长期向好的势头不变，同时汽车零部件行业作为我国构筑汽车整体竞争力的重要组成部分，仍拥有较大的发展机遇。

受累于汽车产业的整体宏观环境低迷，汽车零部件利润水平也出现下降的趋势。2014年，我国汽车零部件板块利润达21.31%，至2019年上半年则下降至19.63%。目前中国零部件企业的现状，一方面是受整车企业“拖累”；另一方面也由于中国自主品牌产品升级，运用更多高质量进口零部件。

2014-2019年H1中国汽车零部件板块利润水平情况走势

三、汽车零配件行业主要企业分析

四、汽车零配件行业市场规模分析

第三节汽车零配件行业市场前景分析

一、汽车零配件行业发展机遇分析

二、汽车零配件行业市场规模预测

三、汽车零配件行业发展前景分析

第四章汽车零配件所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节汽车零配件电商所属行业市场规模与渗透率

一、汽车零配件电商总体开展情况

二、“互联网+汽车零部件”的模式

三、汽车零配件电商交易规模分析

四、汽车零配件电商渠道渗透率分析

第二节汽车零配件电商所属行业盈利能力分析

一、汽车零配件电子商务发展特点

二、汽车零配件电子商务发展有利因素

三、汽车零配件电子商务发展制约因素

四、汽车零配件电商行业经营成本分析

五、汽车零配件电商行业盈利模式分析

六、汽车零配件电商行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

一、汽车零配件电商行业市场空间测算

二、汽车零配件电商市场规模预测分析

三、汽车零配件电商发展趋势预测分析

第五章 汽车零配件企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 汽车零配件企业转型电商构建分析

一、汽车零配件电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、汽车零配件企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

第二节 汽车零配件企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 汽车零配件企业转型电商平台选择分析

一、汽车零配件企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、汽车零配件企业电商平台选择策略

第六章汽车零配件行业电子商务运营模式分析

第一节汽车零配件电子商务B2B模式分析

一、汽车零配件电子商务B2B市场概况

二、汽车零配件电子商务B2B盈利模式

三、汽车零配件电子商务B2B运营模式

四、汽车零配件电子商务B2B的供应链

五、汽车零配件电子商务B2B经营策略

第二节汽车零配件电子商务B2C模式分析

一、汽车零配件电子商务B2C市场概况

二、汽车零配件电子商务B2C盈利模式

三、汽车零配件电子商务B2C物流模式

四、汽车零配件电商B2C发展趋势

五、汽车零配件电商B2C企业案例

第三节汽车零配件电子商务O2O模式分析

一、汽车零配件电子商务O2O市场概况

二、汽车零配件电子商务O2O优势分析

三、汽车零配件电子商务O2O瓶颈分析

四、汽车零配件电子商务O2O潜在风险

五、重点O2O电商企业发展分析

第四节汽车零配件电子商务其他模式分析

第七章汽车零配件主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节诸葛修车网

一、网站发展基本概述

二、网站主要产品分析

三、网站覆盖区域分析

四、网站访问次数分析

五、企业经营状况分析

六、网站发展策略分析

第二节北迈网

一、网站发展基本概述

二、网站主要服务分析

三、网站用户注册分析

四、网站覆盖区域分析

五、网站最新发展动向

第三节途虎养车网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主要服务分析
- 三、网站覆盖区域分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站最新发展动向

第四节康众汽配

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主营产品分析
- 三、网站覆盖区域分析
- 四、网站最新发展动态

第五节中驰车福

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站主要服务分析
- 三、网站覆盖区域分析
- 四、网站竞争优势分析

第八章汽车零部件企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY GXH)

第一节汽车零部件企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节汽车零部件企业相关电商物流行业分析

- 一、汽车零部件企业电商自建物流分析
 - (一) 电商自建物流的优势分析
 - (二) 电商自建物流的负面影响

二、汽车零部件企业电商外包物流分析

第三节汽车零部件企业电商市场策略分析

- 一、选择合适的平台
- 二、电商化总策略 (ZY GXH)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202001/826987.html>