

2020年中国汽车用品市场前景研究报告- 行业规模现状与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汽车用品市场前景研究报告-行业规模现状与发展趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/501172501172.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

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、行业监管体系

二、行业相关标准

三、行业发展政策及规划

四、行业发展重点政策及规划解读

五、政策环境对汽车用品行业发展的影响分析

第三节 汽车用品行业经济环境分析

一、宏观经济现状

二、宏观经济展望

三、行业发展与宏观经济发展相关性分析

第四节 汽车用品行业社会环境分析

一、中国人口环境及结构分析

二、中国城市化水平不断提高

三、中国居民可支配收入与支出水平分析

四、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

五、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

六、汽车文化逐渐形成

第五节 汽车用品行业技术环境分析

一、汽车用品关键技术分析

二、汽车用品行业专利申请及获得情况

(1) 专利申请

(2) 专利公开

(3) 热门申请人

(4) 热门技术

三、汽车用品技术发展趋势

四、技术环境对汽车用品行业发展的影响分析

第二章 全球汽车用品行业发展状况分析

第一节 全球汽车用品行业发展现状分析

一、全球汽车用品行业发展概况

二、全球汽车用品市场规模分析

(1) 全球汽车用品市场需求分析

汽车后市场需求分析

汽车制造业市场需求

(2) 汽车用品区域市场需求结构

产量区域结构

销量区域结构

三、全球汽车用品竞争格局分析

四、全球汽车用品最新技术进展

第二节 主要国家汽车用品行业发展潜力分析

一、美国汽车用品需求现状及增长潜力分析

(1) 美国汽车用品的下游需求现状分析

(2) 美国汽车用品的需求增长潜力分析

二、德国汽车用品需求与结构分析

(1) 德国汽车用品下游需求现状

(2) 德国汽车用品的需求增长潜力分析

三、日本汽车用品需求与结构分析

(1) 日本汽车用品下游需求现状

(2) 日本汽车用品的需求增长潜力分析

四、韩国汽车用品需求与结构分析

(1) 韩国汽车用品下游需求现状

(2) 韩国汽车用品的需求增长潜力分析

五、印度汽车用品需求与结构分析

(1) 印度汽车用品下游需求现状

(2) 印度汽车用品的需求增长潜力分析

六、巴西汽车用品需求与结构分析

(1) 巴西汽车用品下游需求现状

(2) 巴西汽车用品的需求增长潜力分析

第三节 汽车用品国际品牌竞争力分析

一、日本澳德巴克斯 (auto bacs)

二、日本黄帽子公司

三、日本汽车网 (Auto Wave)

四、美国ROVER (罗孚) 汽车用品公司

五、韩国TAC (TAC SYSTEM)

第四节 全球汽车用品行业发展前景预测

一、全球汽车用品行业发展趋势

二、全球汽车用品市场前景预测

第三章 汽车用品行业发展现状与市场供求分析

第一节 汽车用品行业发展概述

一、汽车用品行业发展历程分析

二、汽车用品行业发展特征分析

第二节 汽车用品行业发展因素分析

一、行业发展驱动因素总结及分析

(1) 外部驱动因素总结及分析

(2) 内部驱动因素总结及分析

二、行业发展制约因素总结及分析

(1) 外部制约因素总结及分析

(2) 内部制约因素总结及分析

第三节 汽车用品行业市场供给分析

一、汽车用品企业数量规模

二、汽车用品行业产量规模

三、汽车用品主要产品出口分析

(1) 出口规模及均价

(2) 出口产品结构

(3) 主要出口国家分布

第四节 汽车用品行业市场需求分析

一、汽车用品主要产品销量规模

二、汽车用品行业销售收入规模

三、汽车用品进口市场分析

(1) 进口规模及均价

(2) 进口产品结构

(3) 主要进口国家分布

四、汽车用品市场消费特征分析

(1) 汽车用品整体消费特点

私家车消费趋于大众化

汽车用品销售市场调整

二三线城市成新兴市场

南方汽车消费市场活跃

(2) 汽车用品消费群体比较

消费群体年青化发展

中年人消费水平相对较低

女性汽车用品商机无限

五、中国汽车用品消费者行为特征分析

(1) 汽车用品购买行为分析

基本消费状态

购买能力

(2) 汽车用品热点关注产品分析

(3) 不同产品受关注度分析

汽车养护产品关注度分析

汽车精品关注度分析

常规类用品关注度分析

安全性用品关注度分析

(4) 汽车用品消费者购买途径分析

传统销售方式仍然是市场主流

消费者选购汽车用品的考虑因素

消费者信息获取途径分析

第五节 汽车用品行业的供需现状总结及未来价格走势分析

一、汽车用品行业供需现状总结

二、汽车用品行业价格走势分析

第四章 汽车用品行业竞争状态及竞争格局分析

第一节 汽车用品行业投资、兼并与重组分析

一、汽车用品行业投资现状

二、汽车用品行业兼并与重组

(1) 兼并与重组现状

(2) 兼并与重组动因

(3) 兼并与重组案例

(4) 兼并与重组趋势

第二节 汽车用品行业竞争状态分析

一、行业现有竞争者分析

二、行业潜在进入者威胁

三、行业替代品威胁分析

四、行业供应商议价能力分析

五、行业购买者议价能力分析

六、行业竞争情况总结

第三节 汽车用品行业的细分产品市场竞争格局

第四节 汽车用品行业下游需求市场竞争格局

第五节 汽车用品行业的企业/品牌竞争格局分布

第五章 汽车用品行业营销模式分析

第一节 汽车用品营销渠道分析

一、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

二、“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

三、汽车用品渠道存在问题分析

第二节 4S店汽车用品营销模式分析

一、汽车4S店概念及发展历程

二、汽车4S店的发展现状分析

三、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

四、汽车4S店汽车用品销售情况

(1) 整车销售伴随汽车用品销售的比例

(2) 4S店消费者对汽车用品平均消费额

(3) 4S店集团汽车用品年消费额

(4) 4S店汽车用品各类产品结构

五、4S店汽车用品营销存在的问题

第三节 汽车用品展会情况分析

一、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

二、汽车用品主要展会分析

第四节 汽车用品电子商务营销分析

一、电子商务市场发展分析

(1) 电子商务市场发展规模

(2) 电商网民规模与网购普及率

(3) 电子商务市场竞争分析

(4) 移动电子商务市场发展规模

(5) 移动电子商务市场竞争分析

(6) 中国电子商务行业发展趋势

(7) 中国电子商务行业前景预测

二、汽车电子商务市场发展分析

(1) 国外汽车电子商务市场发展

(2) 汽车电子商务商业模式分析

(3) 汽车电子商务应用实例分析

(4) 汽车电子商务的发展前景预测

三、汽车用品电子商务市场发展

(1) 汽车用品网购偏好

(2) 汽车用品网购规模

(3) 汽车用品主要网购产品

(4) 汽车用品电子商务发展建议

第六章 汽车用品细分产品的市场需求前景分析

第一节 汽车用品细分产品发展概述

第二节 汽车电子用品

一、汽车电子用品的定义及分类

二、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

三、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

四、中国汽车电子细分产品市场

(1) 车载导航系统市场分析

汽车导航市场发展现状

车载导航市场规模分析

车载导航市场普及率分析

导航市场品牌竞争分析

GPS导航市场分析

(2) 车载娱乐系统市场分析

车载电视市场发展分析

汽车音响市场发展分析

车载DVD市场发展分析

车载MP3播放器与FM发射器发展分析

汽车娱乐系统市场增长预测

(3) 车载信息系统市场分析

车载信息系统发展现状分析

车载信息系统市场发展趋势

汽车内部电子信息系统分析

Telematics产业的市场发展与前景

智能交通车载信息系统发展方向

(4) 中国汽车电子行业竞争格局

区域竞争格局分析

企业竞争格局分析

产品竞争格局分析

市场集中度分析

五、中国汽车电子行业发展趋势

六、中国汽车电子行业发展预测

第三节 汽车装饰用品

一、汽车装饰用品定义及分类

二、汽车装饰用品的供给及需求分析

三、汽车装饰用品的竞争格局分析

四、汽车装饰用品行业发展趋势

五、汽车装饰用品行业市场前景预判

第四节 汽车美容用品

一、汽车美容用品定义及分类

二、汽车美容用品的供给及需求分析

三、汽车美容用品的竞争格局分析

四、汽车美容用品行业发展趋势

五、汽车美容用品行业市场前景预判

第五节 汽车养护用品

- 一、汽车养护用品定义及分类
- 二、汽车养护用品的供给及需求分析
- 三、汽车养护用品的竞争格局分析
- 四、汽车养护用品行业发展趋势
- 五、汽车养护用品行业市场前景预判

第六节 汽车改装用品

- 一、汽车改装用品定义及分类
- 二、汽车改装用品的供给及需求分析
- 三、汽车改装用品的竞争格局分析
- 四、汽车改装用品行业发展趋势
- 五、汽车改装用品行业市场前景预判

第七节 汽车安全用品

- 一、汽车安全用品定义及分类
- 二、汽车安全用品的供给及需求分析
- 三、汽车安全用品的竞争格局分析
- 四、汽车安全用品行业发展趋势
- 五、汽车安全用品行业市场前景预判

第八节 汽车维修工具

- 一、汽车维修工具定义及分类
- 二、汽车维修工具的供给及需求分析
- 三、汽车维修工具的竞争格局分析
- 四、汽车维修工具行业发展趋势
- 五、汽车维修工具行业市场前景预判

第七章 汽车用品下游需求场景的市场增长潜力分析

第一节 汽车用品下游需求场景发展概述

第二节 汽车制造业发展对汽车用品的需求增长潜力分析

- 一、汽车制造业发展现状
 - (1) 中国汽车产销整体情况
 - (2) 中国分车型汽车产销情况
 - 二、汽车制造业发展前景
 - 三、汽车制造业对汽车用品的需求规模测算
 - 四、汽车制造业对汽车用品的需求增长潜力分析
- ### 第三节 汽车后市场发展对汽车用品的需求增长潜力分析

- 一、汽车后市场及其细分市场的发展现状
- 二、汽车后市场的发展前景
- 三、汽车后市场对汽车用品的需求规模测算
- 四、汽车后市场对汽车用品的需求增长潜力分析
- 第八章 汽车用品行业企业分析（随数据更新有调整）
 - 第一节 汽车用品主要企业发展概述
 - 第二节 汽车用品领先企业案例分析
 - 一、广州市标榜汽车用品实业有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产品服务分析
 - （3）企业发展现状分析
 - （4）企业竞争优势分析
 - 二、广州车邦汽车用品制造有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产品服务分析
 - （3）企业发展现状分析
 - （4）企业竞争优势分析
 - 三、温岭市奥宝汽车用品有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产品服务分析
 - （3）企业发展现状分析
 - （4）企业竞争优势分析
 - 四、深圳车仆汽车用品发展有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产品服务分析
 - （3）企业发展现状分析
 - （4）企业竞争优势分析
 - 五、延锋伟世通汽车电子有限公司
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产品服务分析
 - （3）企业发展现状分析
 - （4）企业竞争优势分析
 - 六、深圳市航盛电子股份有限公司
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

七、芜湖安道拓云鹤汽车座椅有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

八、厦门金龙汽车座椅有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

九、上海海晏威固国际贸易有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十、伊士曼(中国)投资管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十一、开封牧宝皮业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十二、深圳市赛格导航科技股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十三、广东好帮手电子科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十四、长春一汽富维汽车零部件股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十五、北京合众思壮科技股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第九章 汽车用品行业区域市场需求增长潜力分析

第一节 汽车用品行业区域市场需求概况

第二节 重点省市汽车用品市场需求增长潜力测算

一、北京市汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算

(3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

二、上海市汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算

(3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

三、广东省汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算

(3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

四、浙江省汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算

(3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

五、江苏省汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算

(3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

六、山东省汽车用品市场需求增长潜力分析

- (1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析
- (2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算
- (3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

七、四川省汽车用品市场需求增长潜力分析

- (1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析
- (2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算
- (3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

八、河南省汽车用品市场需求增长潜力分析

- (1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析
- (2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算
- (3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

九、福建省汽车用品市场需求增长潜力分析

- (1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析
- (2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算
- (3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

十、河北省汽车用品市场需求增长潜力分析

- (1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析
- (2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算
- (3) 汽车制造业及汽车后市场对汽车用品市场的需求增长潜力分析

第十章 汽车用品行业发展前景预测与投资建议

第一节 汽车用品行业发展前景预测

一、行业生命周期分析

二、行业发展驱动因素

三、行业市场容量预测

四、行业发展趋势预测

- (1) 行业整体趋势预测
- (2) 产品发展趋势预测
- (3) 市场竞争趋势预测

第二节 汽车用品行业投资特性分析

一、行业投资主体分析

- (1) 行业投资主体构成
- (2) 各主体投资切入方式
- (3) 各主体投资优势分析

二、行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 渠道壁垒

(3) 资本壁垒

(4) 技术壁垒

三、行业投资风险预警

(1) 汽车用品行业国家政策风险

(2) 汽车用品行业市场竞争风险

(3) 汽车用品行业企业经营风险

第三节 汽车用品行业投资价值与投资机会

一、行业投资价值分析

二、行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

第四节 汽车用品行业投资策略与建议

一、行业投资策略分析

二、行业可持续发展建议

图表目录

图表1：汽车用品分类图

图表2：汽车用品行业细分产品结构

图表3：截至2020年汽车用品行业标准汇总

图表4：截至2020年汽车用品行业发展政策及规划

图表5：2017-2020年我国GDP及同比增速（单位：万亿元，%）

图表6：2017-2020年中国工业增加值变化情况（单位：万亿元，%）

图表7：2017-2020年中国制造业PMI（经季节调整）走势图（单位：%）

图表8：2017-2020年中国制造业PMI及构成指数（经季节调整）列表（单位：%）

图表9：2017-2020年中国城镇化率趋势图（单位：%）

图表10：2017-2020年居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表11：2017-2020年中国农村居民人均收入走势图（单位：元，%）

图表12：汽车用品关键技术及发展现状解析

图表13：2017-2020年汽车用品专利申请数量（单位：%）

图表14：2017-2020年汽车用品专利公开数量（单位：%）

图表15：汽车用品技术发展趋势

图表16：2017-2020年全球汽车保有量走势图（单位：亿辆）

图表17：2017-2020年全球汽车产销量走势图（单位：万辆）

图表18：2020年全球汽车产量区域结构图（单位：%）

图表19：2020年全球汽车销量区域结构图（单位：%）

图表20：2020年全球汽车用品品牌结构（单位：万台，%）

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户《2020年中国汽车用品市场前景研究报告-行业规模现状与发展趋势预测》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

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本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可

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家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本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/501172501172.html>