

2018年中国汽车零部件行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国汽车零部件行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/lingbujian/332025332025.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、技术积累、自主配套、外延并购：国产替代为行业长期增长逻辑

经过多年技术积累，多数零部件国产化时机已经成熟。中国汽车工业经过数十年的孕育期，十五年左右的高速发展期，虽然汽车核心零部件如发动机、变速箱等的技术依然主要掌握在国际主流供应商手中，但我国部分自主零部件企业已凭借自身的技术实力和经验积累，借助外延扩张等方式，实现了国际先进技术的赶超。汽车零部件国产化替代的时机已经成熟。

SUV市场继续火爆带动自主品牌市占率逐年提高，带动自主品牌崛起。自主品牌市占率自2014年来逐年提高，由2014年的38.4%提高到2017年的43.9%。自主品牌的崛起为零部件国产化带来配套机会，竞争加剧环境下的配置升级提高了零部件的单车价值。

图表：自主品牌乘用车市场占有率

积极外延并购，扩大零部件配套版图。国内零部件企业通过“内生式发展+外延式并购”的方式，提升技术实力，实现国际领先企业的赶超。根据德勤《2016中国汽车行业对外投资报告》报告指出：自2013年起的三年中，自主品牌汽车和零部件企业已完成海外并购交易共计60宗，涉及金额177亿美元（约合人民币11163亿元）；另外还有近百宗海外建厂交易，涉及金额也高达100亿美元（约合人民币657亿元）以上。零部件企业是海外收购的主力军，涉及交易在交易总量和总额方面分别占比超出七成和八成以上。国内多个细分行业企业已通过内生外延方式打破外资企业在细分行业内的垄断，进入自主以及合资企业的配套体系。部分国际巨头战略调整出售资产，也为自主厂商提升技术实力、扩展配套版图的机会。自主厂商可通过外延式并购，消化吸收国际巨头的先进技术，提高自身研发实力；同时也能够通过并购获得下游配套客户资源，获得协同式效应。

图表：汽车零部件公司外延式并购情况

二、环保趋严，执行力度强，国六升级或提前

近年来随着空气质量持续恶化，环境压力进一步加剧，国家排放标准将在未来5年内密集出台。国V标准分阶段实施，2016年4月起先针对部分车型在部分地区实施，2017年1月1日起对所有汽车车型及部分重型柴油车在全国范围内实施，2017年7月1日起，对所有重型柴油车在全国范围内实施，2018年1月起对余下的轻型柴油车也实现全面实施。2016年12月环保部发布了《轻型汽车污染物排放限值及测量方法(中国第六阶段)》，国六全面加严了测试要求和污染物限值。国六将分为a、b两个排放限值方案，分别于2020年和2023年分阶段实施。国六标准排放物限值又有大幅度退坡，尤其是针对柴油车。

17年7月，山东省下发《关于切实做好国三标准重型柴油营运货车尾气检测管理工作的通知》规定，自17年8月起，国三标准重型柴油营运货车强制安装颗粒物捕集器DPF，否则将不予年检；此前，天津市、北京市、深圳市均出台过相关DPF强制安装政策。17年9月，国务院通过了《京津冀及周边地区2017-2018年秋冬季大气污染综合治理攻坚行动方案》

，提出自2017年10月起北京、天津、河北等六省市严厉查处货车超标排放行为，并率先实行国六标准汽柴油并禁售不合标准汽柴油。环保部1月9日公布了对山东凯马和山东唐骏欧铃违反大气污染防治制度的行政处罚决定，对两家企业共罚款超过3800万元。山东凯马因轻型柴油车排放的碳氢、氮氧化物和一氧化碳超标；OBD系统功能检测不合格，被罚没3174万元，山东唐骏欧铃因碳氢、氮氧化物和一氧化碳排放超标被罚没704万元。这是国内环保部首次对汽车生产企业开出罚单，也预示着环保监管趋严，监管力度加强，国六排放标准或有望在全国范围内提前实施。

从国IV阶段开始，完全依靠发动机本身的燃烧效率提升和废气处理技术，很难达到排放要求，需要加装尾气处理装置才能满足排放限值。目前国内已形成两条主流的尾气处理路线：重型车采用SCR（选择性催化还原）系统；轻型车采用EGR+DOC+DPF/POC（废气再循环，国内部分车企仅采用EGR）系统。未来针对国VI标准可能采用两套系统结合的尾气处理方式即EGR+DOC+DPF+SCR。预计国五升国六，每台车将增加5-10%的成本，以此估计带来的每年新增市场空间或达百亿元。同时，尾气处理技术含量较高，发动机行业的市场集中度有望提升，技术较弱的企业销量将受到较大的影响。

图表：排放标准实施时间节点

图表：国IV、国V、国VI排放标准对比

三、新车型周期打造高弹性零部件

整车企业的新车型周期，尤其是补足车型短板的新车型周期，往往能够带来整车销量的高速增长，同时也会带动相关配套零部件的高速增长。2015年国内SUV市场火爆，吉利仅2款SUV车型，2016年三月吉利推出了第一款热销的SUV博越，并在此后的16-17年相继推出帝豪GS、远景SUV、远景X1、远景X3、远景S1及高端品牌领克等多款SUV车型。2016年吉利实现销量79.9万辆，同比增长50%，2017年全年实现销量124.8万辆，同比增长59.1%。其配套供应商拓普集团与宁波高发等获得了高增长。

2014年以来，一汽大众因其车型换代缓慢、SUV车型缺失等因素，导致其销量增速连续3年低于行业增速，市场占有率逐年下滑。根据公司2017年公布的新车计划，2018-2019年公司将陆续推出23款新车，包含13款大众产品、7款奥迪产品和3款第三方品牌产品。其中2018年预计推出国产T-ROC，其为大众旗下全新的小型SUV。激进的新车型计划与SUV车型的补位将有望助力一汽大众进入新车型周期，销量增速有望触底反弹。一汽大众的配套零部件供应商有望直接受益，获得营收和利润的高增长。

观研天下发布的《2018年中国汽车零部件行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、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、汽车零部件T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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国汽车零部件行业发展概述

第一节 汽车零部件行业发展情况概述

- 一、汽车零部件行业相关定义
- 二、汽车零部件行业基本情况介绍
- 三、汽车零部件行业发展特点分析

第二节 中国汽车零部件行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车零部件行业产业链条分析
- 三、中国汽车零部件行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国汽车零部件行业生命周期分析

- 一、汽车零部件行业生命周期理论概述
- 二、汽车零部件行业所属的生命周期分析

第四节 汽车零部件行业经济指标分析

- 一、汽车零部件行业的赢利性分析
- 二、汽车零部件行业的经济周期分析
- 三、汽车零部件行业附加值的提升空间分析

第五节 国中汽车零部件行业进入壁垒分析

- 一、汽车零部件行业资金壁垒分析
- 二、汽车零部件行业技术壁垒分析

三、汽车零部件行业人才壁垒分析

四、汽车零部件行业品牌壁垒分析

五、汽车零部件行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球汽车零部件行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车零部件行业发展历程回顾

第二节 全球汽车零部件行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车零部件行业地区市场分析

一、亚洲汽车零部件行业市场现状分析

二、亚洲汽车零部件行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲汽车零部件行业市场前景分析

第四节 北美汽车零部件行业地区市场分析

一、北美汽车零部件行业市场现状分析

二、北美汽车零部件行业市场规模与市场需求分析

三、北美汽车零部件行业市场前景分析

第五节 欧盟汽车零部件行业地区市场分析

一、欧盟汽车零部件行业市场现状分析

二、欧盟汽车零部件行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟汽车零部件行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界汽车零部件行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球汽车零部件行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国汽车零部件产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车零部件行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车零部件产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、汽车零部件环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国汽车零部件行业运行情况

第一节 中国汽车零部件行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车零部件行业市场规模分析

第三节 中国汽车零部件行业供应情况分析

第四节 中国汽车零部件行业需求情况分析

第五节 中国汽车零部件行业供需平衡分析

第六节 中国汽车零部件行业发展趋势分析

第五章 中国汽车零部件所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车零部件所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车零部件所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国汽车零部件所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国汽车零部件市场格局分析

第一节 中国汽车零部件行业竞争现状分析

- 一、中国汽车零部件行业竞争情况分析
- 二、中国汽车零部件行业主要品牌分析
- 第二节 中国汽车零部件行业集中度分析
 - 一、中国汽车零部件行业市场集中度分析
 - 二、中国汽车零部件行业企业集中度分析
- 第三节 中国汽车零部件行业存在的问题
- 第四节 中国汽车零部件行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国汽车零部件行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用
- 第七章 2015-2017年中国汽车零部件行业需求特点与价格走势分析
 - 第一节 中国汽车零部件行业消费特点
 - 第二节 中国汽车零部件行业消费偏好分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
 - 第三节 汽车零部件行业成本分析
 - 第四节 汽车零部件行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
 - 第五节 中国汽车零部件行业价格现状分析
 - 第六节 中国汽车零部件行业平均价格走势预测
 - 一、中国汽车零部件行业价格影响因素
 - 二、中国汽车零部件行业平均价格走势预测
 - 三、中国汽车零部件行业平均价格增速预测
- 第八章 2015-2017年中国汽车零部件行业区域市场现状分析
 - 第一节 中国汽车零部件行业区域市场规模分布
 - 第二节 中国华东地汽车零部件市场分析
 - 一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车零部件市场规模分析

四、华东地区汽车零部件市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区汽车零部件市场规模分析

四、华中地区汽车零部件市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区汽车零部件市场规模分析

第九章 2015-2017年中国汽车零部件行业竞争情况

第一节 中国汽车零部件行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国汽车零部件行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车零部件行业竞争环境分析（汽车零部件T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车零部件行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国汽车零部件行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车零部件行业未来发展前景分析

一、汽车零部件行业国内投资环境分析

二、中国汽车零部件行业市场机会分析

三、中国汽车零部件行业投资增速预测

第二节 中国汽车零部件行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车零部件行业市场发展预测

一、中国汽车零部件行业市场规模预测

二、中国汽车零部件行业市场规模增速预测

三、中国汽车零部件行业产值规模预测

四、中国汽车零部件行业产值增速预测

五、中国汽车零部件行业供需情况预测

第四节 中国汽车零部件行业盈利走势预测

一、中国汽车零部件行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车零部件行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国汽车零部件行业投资风险与营销分析

第一节 汽车零部件行业投资风险分析

一、汽车零部件行业政策风险分析

二、汽车零部件行业技术风险分析

三、汽车零部件行业竞争风险

四、汽车零部件行业其他风险分析

第二节 汽车零部件行业企业经营发展分析及建议

一、汽车零部件行业经营模式

二、汽车零部件行业销售模式

三、汽车零部件行业创新方向

第三节 汽车零部件行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国汽车零部件行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车零部件行业品牌战略分析

- 一、汽车零部件企业品牌的重要性
- 二、汽车零部件企业实施品牌战略的意义
- 三、汽车零部件企业品牌的现状分析
- 四、汽车零部件企业的品牌战略
- 五、汽车零部件品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车零部件行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车零部件行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国汽车零部件行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车零部件行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国汽车零部件行业定价策略分析

第二节 中国汽车零部件行业营销渠道策略

- 一、汽车零部件行业渠道选择策略
- 二、汽车零部件行业营销策略

第三节 中国汽车零部件行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车零部件行业重点投资区域分析

二、中国汽车零部件行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/332025332025.html>