

# 2020年中国汽车零部件电商市场前景研究报告- 市场运营态势与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汽车零部件电商市场前景研究报告-市场运营态势与未来动向研究》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/503213503213.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 互联网环境下汽车零部件行业的机会与挑战

##### 1.1 互联网发展概况

###### 1.1.1 互联网普及应用增长分析

- (1) 中国网民数量及互联网普及率
- (2) 中国网民各类网络应用的使用率

###### 1.1.2 网络购物市场发展情况分析

- (1) 电子商务规模
- (2) 网络零售市场交易规模

###### 1.1.3 移动互联网发展情况分析

- (1) 移动互联网网民规模及应用分析
- (2) 移动网购市场

##### 1) 互联网环境下汽车零部件行业的机会与挑战

###### 1.1.4 互联网时代汽车零部件行业大环境如何变化

###### 1.1.5 互联网给汽车零部件行业带来的突破机遇分析

- (1) 互联网如何直击传统汽车零部件消费痛点
- (2) 互联网如何助力汽车零部件企业开拓市场
- (3) 电商如何成为传统汽车零部件企业的突破口

###### 1.1.6 汽车零部件电商需要解决的难题和挑战分析

- (1) 线上与线下博弈问题分析
- (2) 物流与客户体验问题分析
- (3) 引流与流量转化率问题分析
- (4) 汽车零部件企业生产方式变革问题分析

##### 1) 互联网对汽车零部件行业的改造与重构

###### 1.1.7 互联网如何重构汽车零部件行业供应链格局

###### 1.1.8 互联网改变汽车零部件生产厂商的营销模式分析

###### 1.1.9 互联网导致汽车零部件领域利益重新分配分析

###### 1.1.10 互联网如何改变汽车零部件行业未来竞争格局

- (1) 汽车零部件与互联网融合创新机会孕育

###### 1.1.11 汽车零部件电商政策变化趋势分析

###### 1.1.12 电子商务消费环境趋势分析

- (1) 社会信用体系建设不断加强

(2) 物流体系基本建立完成

(3) 支付体系基本建立完成

#### 1.1.13 互联网技术对行业支撑作用分析

(1) 基础资源总体情况

(2) IP地址

(3) 域名

(4) 网站

(5) 网络国际出口带宽

#### 1.1.14 汽车零部件电商黄金发展期机遇分析

## 第二章 汽车零部件电商行业未来前景与市场空间预测

### 2.1 汽车零部件电商发展现状分析

#### 2.1.1 汽车零部件电商总体开展情况

#### 2.1.2 汽车零部件电商交易规模分析

#### 2.1.3 与国外汽车零部件电商渗透率比较

#### 2.1.4 汽车零部件电商占网络零售比重

#### 2.1.5 汽车零部件电商交易品类格局

#### 2.1.6 年双11汽车电商业绩

### 2.2 汽车零部件电商行业市场格局分析

#### 2.2.1 汽车零部件电商行业参与者结构

#### 2.2.2 汽车零部件电商行业竞争者类型

#### 2.2.3 汽车零部件电商行业市场占有率

### 2.3 汽车零部件电商行业盈利能力分析

#### 2.3.1 汽车零部件电商企业总体营收情况

#### 2.3.2 汽车零部件电商行业经营成本分析

#### 2.3.3 汽车零部件电商行业盈利模式分析

#### 2.3.4 汽车零部件电商行业盈利水平分析

#### 2.3.5 汽车零部件电子商务盈利制约因素

### 2.4 汽车零部件电商行业未来前景及趋势前瞻

#### 2.4.1 汽车零部件电商行业市场空间测算

#### 2.4.2 汽车零部件电商规模预测

#### 2.4.3 汽车零部件电商趋势前瞻

## 第三章 汽车零部件企业切入电商战略规划及模式选择

### 3.1 汽车零部件企业电商发展战略规划

- 3.1.1 汽车零部件企业电商如何正确定位
- 3.1.2 汽车零部件电商核心业务确定策略
- 3.1.3 汽车零部件企业电商化组织变革策略
  - (1) 汽车零部件电商组织结构变革策略分析
  - (2) 汽车零部件电商业务流程重构策略分析
- 3.2 垂直平台类汽车零部件电商运营模式解析
  - 3.2.1 垂直平台类电商业务系统结构分析
  - 3.2.2 垂直平台类汽车零部件电商盈利模式分析
  - 3.2.3 垂直平台类汽车零部件电商运营成本分析
  - 3.2.4 垂直平台类汽车零部件电商盈利空间分析
  - 3.2.5 垂直平台类汽车零部件电商经营风险分析
  - 3.2.6 垂直平台类汽车零部件电商优劣势分析
  - 3.2.7 垂直平台类汽车零部件电商关键资源能力分析
- 3.3 垂直自营类汽车零部件电商运营模式解析
  - 3.3.1 垂直自营类电商业务系统结构分析
  - 3.3.2 垂直自营类汽车零部件电商盈利模式分析
  - 3.3.3 垂直自营类汽车零部件电商运营成本分析
  - 3.3.4 垂直自营类汽车零部件电商盈利空间分析
  - 3.3.5 垂直自营类汽车零部件电商经营风险分析
  - 3.3.6 垂直自营类汽车零部件电商优劣势分析分析
  - 3.3.7 垂直自营类汽车零部件电商关键资源能力分析
- 3.4 平台+自营类汽车零部件电商运营模式解析
  - 3.4.1 平台+自营类汽车零部件电商优势分析
  - 3.4.2 垂直自营电商平台化可行性分析
  - 3.4.3 垂直自营电商平台化经营风险预估
  - 3.4.4 垂直自营电商平台化的切入策略
- 3.5 汽车零部件企业利用第三方平台模式解析
  - 3.5.1 汽车零部件企业利用第三方平台的优劣势分析
  - 3.5.2 汽车零部件企业利用第三方平台运营成本分析
  - 3.5.3 汽车零部件企业利用第三方平台盈利空间分析
  - 3.5.4 汽车零部件企业利用第三方平台经营风险分析
  - 3.5.5 汽车零部件企业第三方电商平台选择依据分析
  - 3.5.6 汽车零部件企业利用第三方平台运营策略

#### 第四章 汽车零部件电商O2O战略布局及实施与运营

#### 4.1 汽车零部件O2O面临的机遇与挑战

##### 4.1.1 O2O为什么是汽车零部件电商最佳模式

##### 4.1.2 O2O主流思路及实施关键如何

(1) O2O模式主流思路解析

(2) O2O模式实施关键分析

##### 4.1.3 汽车零部件电商O2O面临的机遇分析

##### 4.1.4 汽车零部件电商O2O面临的挑战分析

#### 4.2 汽车零部件电商O2O典型模式剖析

##### 4.2.1 酷配网

(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

##### 4.2.2 米其林驰加

(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

##### 4.2.3 淘汽档口

(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

##### 4.2.4 双星轮胎

(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

#### 4.3 汽车零部件企业O2O设计与运营分析

##### 4.3.1 汽车零部件企业O2O的产品设计分析

##### 4.3.2 汽车零部件企业O2O的运营支撑体系分析

##### 4.3.3 汽车零部件企业O2O的社会化营销策略

##### 4.3.4 汽车零部件企业O2O的消费体验分析

##### 4.3.5 汽车零部件企业O2O的数据化运营情况分析

#### 4.4 汽车零部件企业O2O布局战略规划

- 4.4.1 汽车零部件企业构建O2O闭环的核心分析
- 4.4.2 汽车零部件企业O2O的准入门槛及挑战分析
- 4.4.3 汽车零部件企业O2O执行中需注意的问题
- 4.4.4 汽车零部件企业O2O的准入门槛及挑战分析

## 第五章 汽车零部件电商核心竞争力体系构建策略

### 5.1 汽车零部件电商营销推广及引流策略

- 5.1.1 汽车零部件电商引流成本分析
- 5.1.2 汽车零部件电商流量转化率水平
- 5.1.3 汽车零部件电商引流渠道及策略
  - (1) 搜索引擎引流成效及策略
  - (2) 社交平台引流成效及策略
  - (3) 论坛推广引流成效及策略
  - (4) 电子邮件引流成效及策略
  - (5) 团购网站引流成效及策略
  - (6) 广告联盟引流成效及策略
- 5.1.4 汽车零部件电商提高转化率的策略
- 5.1.5 汽车零部件电商引流优秀案例借鉴

### 5.2 汽车零部件电商物流配送模式选择

- 5.2.1 汽车零部件电商物流配送成本分析
  - 5.2.2 汽车零部件电商物流配送能力要求如何
  - 5.2.3 汽车零部件电商物流配送模式如何选择
    - (1) 汽车零部件电商物流模式类型及比较
    - (2) 汽车零部件电商如何选择物流模式
    - (3) 汽车零部件电商自建仓储物流成本分析
    - (4) 如何实现门店送货与第三方物流结合
  - 5.2.4 汽车零部件电商物流配送优秀案例
  - 5.2.5 汽车零部件电商物流如何管理改善空间
- ### 5.3 汽车零部件电商如何打造极致客户体验
- 5.3.1 汽车零部件电商客户体验存在的问题
  - 5.3.2 汽车零部件电商如何打造极致客户策略

## 第六章 中国汽车零部件行业企业分析（随数据更新有调整）

### 6.1 米其林公司

#### 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

6.2 湖北兴升科技发展有限公司

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

6.3 江西昌河汽车有限责任公司

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

6.4 运通四方汽配供应链股份有限公司

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

6.5 风神轮胎股份有限公司

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

6.6 湖北鄞齿齿轮科技股份有限公司

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

第七章 汽车零部件企业移动互联网切入点及突围策略

7.1 移动互联网商业价值及企业切入点

7.1.1 移动互联网商业价值及切入点分析

(1) 移动互联网发展预测

1) 移动互联网前景预测

2) 移动电子商务市场预测

### 3) 移动营销市场前景预测

#### (2) 移动互联网发展趋势前瞻

### 7.2 汽车零部件企业移动电商切入与运营策略

#### 7.2.1 移动互联时代电子商务新趋势

#### 7.2.2 主流电商移动端业务现状分析

#### 7.2.3 移动电子商务用户行为分析

#### 7.2.4 汽车零部件企业移动电商的机会分析

#### 7.2.5 汽车零部件企业移动电商切入模式建议

#### 7.2.6 汽车零部件企业移动电商切入之--微商城开发运营策略

##### (1) 微商城商户接入流程/要求

##### (2) 微商城商户接入资费标准

##### (3) 汽车零部件企业如何运营微商城

##### (4) 汽车零部件企业微商城运营风险及优化

##### (5) 汽车零部件企业微商城营销推广策略

##### (6) 汽车零部件行业微商城运营优秀案例

#### 7.2.7 汽车零部件企业移动电商切入之--电商类APP开发运营策略

##### (1) 汽车零部件企业电商类APP开发成本

##### (2) 汽车零部件企业电商类APP功能模块

##### (3) 汽车零部件企业电商类APP设计要点

##### (4) 汽车零部件企业电商类APP运营策略

##### (5) 汽车零部件行业电商类APP优秀案例

### 7.3 汽车零部件企业如何制胜移动互联网营销新平台

#### 7.3.1 移动互联时代市场营销新趋势

##### (1) 移动互联网营销的特点

##### (2) 移动互联网营销的应用形式

##### (3) 移动互联网营销产业链结构

##### (4) 移动互联网营销发展趋势前瞻

#### 7.3.2 汽车零部件企业移动互联网营销之--微信营销战略

##### (1) 微信功能概述及营销价值

##### (2) 微信用户行为及营销现状

##### (3) 微信的主要营销模式分析

##### (4) 微信营销的步骤、方法与技巧

##### (5) 微信营销效果的评估标准分析

##### (6) 微信下企业的CRM策略分析

#### 7.3.3 汽车零部件企业移动互联网营销之--APP营销战略

- (1) APP营销的特点与价值
- (2) 企业APP营销背景分析
- (3) APP体系与功能策略方向
- (4) APP营销的创意路径
- (5) APP用户体验设计技巧
- (6) 如何找准APP目标客户
- (7) APP推广的技巧与方法
- (8) APP如何提升运营效果

#### 7.3.4 汽车零部件企业移动互联网营销之--微博营销战略

- (1) 微博营销的特点与价值
- (2) 微博用户行为及营销现状
- (3) 微博营销的策略与技巧
- (4) 中小企业微博营销实战对策
- (5) 微博营销风险及应对策略

### 第八章汽车零部件主流电商平台分析（随数据更新有调整）

#### 8.1 天猫

- 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

#### 8.2 京东

- 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

#### 8.3 亚马逊

- 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

#### 8.4 国美

- 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

##### 8.5 号商城

###### 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

##### 8.6 当当网

###### 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

##### 8.7 慧聪汽车配件网

###### 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

##### 8.8 诸葛汽配商城

###### 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

##### 8.9 中国汽车配件网

###### 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

##### 8.10 Advance Auto Parts Inc

###### 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

##### 8.11 National Automotive Parts Association

###### 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 国外汽车零部件电商典型模式及在我国适应性分析

#### 9.1 国外汽车零部件电商发展状况介绍

##### 9.1.1 国外汽车零部件电商发展背景

##### 9.1.2 国外汽车零部件电商发展现状

##### 9.1.3 国外汽车零部件电商发展模式

#### 9.2 中外汽车零部件电商发展对比分析

##### 9.2.1 中外汽车零部件电商规模及现状比较

##### 9.2.2 中外汽车零部件电商商业环境比较

##### 9.2.3 中外汽车零部件电商消费需求比较

##### 9.2.4 中外汽车零部件电商用户体验比较

##### 9.2.5 中外汽车零部件电商发展模式比较

###### (1) 电商管理机制比较

###### (2) 电商网站经营模式比较

###### (3) 电商发展模式比较

#### 9.3 国外汽车零部件电商典型企业商业模式及适应性

##### 9.3.1 博世集团

###### (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

##### 9.3.2 普利司通集团

###### (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

### 第十章 附录汽车零部件行业经营数据及网购调查

#### 10.1 年汽车零部件行业经营数据分析

##### 10.1.1 汽车零部件行业市场规模分析

###### (1) 零部件制造业工业总产值

###### (2) 零部件制造业销售收入

###### (3) 汽车零部件制造业利润总额

##### 10.1.2 汽车零部件行业经营效益分析

- (1) 零部件制造业销售利润率
- (2) 零部件制造业毛利率
- (3) 零部件制造业总资产报酬率
- 10.1.3 家上市公司经营分析
- 10.1.4 汽车零部件行业竞争格局分析
  - (1) 全球市场竞争格局
  - (2) 中国市场竞争格局
- 10.1.5 汽车零部件行业发展前景预测
- 10.2 汽车零部件网购及电商服务调查
  - 10.2.1 汽车零部件网购情况调查
    - (1) 汽车零部件网购渠道分析
    - (2) 汽车零部件网购产品分析
  - 10.2.2 汽车零部件电商存在问题
  - 10.2.3 汽车零部件网购信息来源
  - 10.2.4 “双十一”汽车用品电商情况分析

## 图表目录

- 图表1：2017-2020年中国网民规模与普及率分析图（单位：万人，%）
- 图表2：2017-2020年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）
- 图表3：2017-2020年中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万，%）
- 图表4：2017-2020年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元，%）
- 图表5：2017-2020年我国网络零售市场交易规模（单位：亿元，%）
- 图表6：2017-2020年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）
- 图表7：2017-2020年我国手机网民规模及增长速度（单位：万人，%）
- 图表8：2017-2020年我国手机网民规模及增长速度（单位：万人，%）
- 图表9：2017-2020年中国移动购物市场规模变动（单位：亿元）
- 图表10：企业进驻天猫的利益相关者
- 图表11：纯电商品牌的难点
- 图表12：汽车零部件电商相关政策汇总
- 图表13：中国社会信用体系建设发展现状
- 图表14：中国电子商务领域信用建设规划
- 图表15：中国物流行业发展现状
- 图表16：中国物流行业发展目标
- 图表17：2017-2020年中国第三方支付市场交易规模（单位：万亿元）
- 图表18：2017-2020年中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps，%）

图表19：2017-2020年中国Ipv6地址数（单位：块/32）

图表20：2017-2020年中国Ipv4地址资源变化情况（单位：万个）

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年中国汽车零部件电商市场前景研究报告-市场运营态势与未来动向研究》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。

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/lingbujian/503213503213.html>