

# 2021年中国汽车用品市场调研报告- 市场运营现状与发展动向预测

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《2021年中国汽车用品市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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/jiajujiancai/533600533600.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

汽车用品指的是应用于汽车改装、汽车美容、汽车装饰等汽车电子及零部件的相关产品，作为汽车后市场的三大板块之一。汽车用品按功能分类，可以分为保养类、装饰类、清洁类三种。我国汽车用品行业产业链上游主要是钢铁、塑料、橡胶等原材料；下游主要服务于4S店、养护店、改装厂、维修厂等主体。

我国汽车用品行业产业链 资料来源：公开资料整理

### 一、优势分析

汽车用品主要适用于汽车后市场的相关应用场景，近年来，随着我国经济的稳步发展，我国汽车产业不断发展壮大，城市化进程加快，在一定程度上促进了我国汽车用品行业不断发展，其市场优势显著。据统计，2018年，我国汽车用品行业市场规模为662亿元；2019年，我国汽车用品行业市场规模为985亿元。由此可见，我国汽车用品行业市场规模不断扩大，行业持续向好发展。

2018-2019年我国汽车用品行业市场规模 数据来源：公开资料整理

### 二、劣势分析

(1) 缺乏创新：目前我国汽车用品种类、数量繁多，但个性化程度不高，缺乏创新，导致产品同质化严重，很难满足消费者对汽车产品越来越高的要求，不利于我国汽车用品行业的长期发展。

(2) 专业化程度不高：我国汽车用品行业各方面都要求有专业的从业人员，但目前我国对汽车用品行业专业人员的培训不够，缺乏人才，制约了行业的发展。

(3) 缺乏行业标准：我国汽车用品行业在价格等方面的标准不一致，价格透明度不高，导致巨大的价格差异及销售渠和价格的混乱，不仅会给消费者带来困扰，还不利于市场的发展。

(4) 忽视企业文化：我国大部分汽车用品企业在企业文化的塑造方面缺乏力度，与整车行业的成功企业相比还存在很大差距，企业缺乏灵魂。

我国汽车用品行业劣势 资料来源：公开资料整理

### 三、机遇分析

(1) 汽车用品作为汽车后市场的重要组成部分，其行业发展与汽车制造和汽车后市场整体的发展紧密相关。近年来，我国发布了一系列政策以促进汽车产业的发展，间接给予了我国汽车用品行业发展动力。

我国汽车用品行业相关政策

时间

发布单位

政策名称

2014.1

认证认可委员会

《乘用车燃料消耗量限值》

2014.5

工信部

《关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知（征求意见稿）》

2014.6

国务院

《2014-2015年节能减排低碳发展行动方案》

2014.7

国务院

《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》

2014.9

工信部

《轮胎行业准入条件》

2014.10

五部委

《关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知》

2014.10

国家质检总局

《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法（征求意见稿）》

2015.1

工信部

《轮胎生产企业公告管理暂行办法》

2015.3

工信部

《汽车动力蓄电池行业规范条件》

2015.5

国务院

《中国制造2025》

2015.9

八部委

《汽车维修技术信息公开实施管理办法》

2015.9

发改委和工信部

《电动汽车动力蓄电池回收利用技术政策（2015年版）》征求意见稿

2015.11

工信部

《锂离子电池行业规范公告管理暂行办法（征求意见稿）》

2016.1

工信部、环保部

《关于实施第五阶段机动车排放标准的公告》

2016.4

交通运输部

《机动车维修管理规定》

2016.5

工信部

《制造业单项冠军企业培育提升专项行动实施方案》

2016.8

工信部

《轻工业发展规划（2016-2020年）》

2016.11

工信部

《汽车动力电池行业规范条件》

2016.11

工信部

《锂离子电池综合标准化技术体系》

2016.12

工信部

《智能制造发展规划（2016-2020年）》

2017.12

工信部、发改委

《促进汽车动力电池产业发展行动方案》

2017.5

发改委、科技部

《汽车产业中长期发展规划》

2018.8

工信部

《系能源汽车动力蓄电池回收利用溯源管理暂行规定》

2018.9

发改委

《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》征求修改意见

2018.11

工信部

《新能源汽车推广应用推荐车型目录》

2018.12

发改委

《汽车产业投资管理规定》

2019.1

发改委等10部委

《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案》资料来源：公开资料整理

（2）近年来，我国汽车后市场行业不断发展，而汽车用品行业作为其中的重要部分，更是迎来了广阔的发展空间。据统计，2014-2025年我国汽车后市场行业市场规模不断扩大。2019年，我国汽车后市场行业市场规模为1.3亿元。预计未来市场规模将持续扩大，2025年有望达到1.74亿元。

2014-2025年我国汽车后市场行业市场规模及预测 数据来源：中国汽车工业协会

（3）我国汽车产业处于不断发展之中。随着人们生活水平的提高，消费能力逐渐提升，我国汽车保有量迅速增加。据统计，2015-2020年我国汽车保有量持续增长，2020年我国汽车保有量达到2.81亿。汽车保有量的增长也扩大了对汽车维修、保养、改装等方面的需求，对汽车用品的各方面要求也越来越高，在一定程度上促进了我国汽车用品行业的蓬勃发展。

2015-2020年我国汽车保有量 数据来源：公安部交通管理局

未来，我国汽车用品行业逐渐将呈现出个性化、绿色化的发展趋势，迎合消费者的需求。提升自主创新能力，设计生产安全绿色产品；未来我国汽车用品行业市场规模将持续扩大，相关企业不断提升产品质量，打造品牌形象，调整和完善我国汽车用品行业的现有格局，助力行业迈向更高的层次。

我国汽车用品行业发展趋势 资料来源：公开资料整理

#### 四、威胁分析

我国汽车用品行业进入门槛较低，利润空间巨大，企业数量众多，但知名品牌不多，且市场缺乏统一的标准，导致产品质量低下，仿制品、假冒伪劣商品层出不穷，因其低成本占据市场，整个行业恶性竞争情况严重。（wqq）

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。《2021年中国汽车用品市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国汽车用品行业发展概述

#### 第一节 汽车用品行业发展情况概述

- 一、汽车用品行业相关定义
- 二、汽车用品行业基本情况介绍
- 三、汽车用品行业发展特点分析
- 四、汽车用品行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、汽车用品行业需求主体分析

#### 第二节 中国汽车用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车用品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制

- 1、沟通协调机制
- 2、风险分配机制
- 3、竞争协调机制

#### 四、中国汽车用品行业产业链环节分析

- 1、上游产业
- 2、下游产业

#### 第三节 中国汽车用品行业生命周期分析

- 一、汽车用品行业生命周期理论概述
- 二、汽车用品行业所属的生命周期分析

#### 第四节 汽车用品行业经济指标分析

- 一、汽车用品行业的赢利性分析
- 二、汽车用品行业的经济周期分析
- 三、汽车用品行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国汽车用品行业进入壁垒分析

- 一、汽车用品行业资金壁垒分析
- 二、汽车用品行业技术壁垒分析
- 三、汽车用品行业人才壁垒分析
- 四、汽车用品行业品牌壁垒分析
- 五、汽车用品行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球汽车用品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球汽车用品行业发展历程回顾

### 第二节 全球汽车用品行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲汽车用品行业地区市场分析

- 一、亚洲汽车用品行业市场现状分析
- 二、亚洲汽车用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲汽车用品行业市场前景分析

### 第四节 北美汽车用品行业地区市场分析

- 一、北美汽车用品行业市场现状分析
- 二、北美汽车用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美汽车用品行业市场前景分析

### 第五节 欧洲汽车用品行业地区市场分析

- 一、欧洲汽车用品行业市场现状分析
- 二、欧洲汽车用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲汽车用品行业市场前景分析



第六节 2021-2026年世界汽车用品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球汽车用品行业市场规模预测

### 第三章 中国汽车用品产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品汽车用品总额
- 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 中国汽车用品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国汽车用品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第四章 中国汽车用品行业运行情况

#### 第一节 中国汽车用品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 中国汽车用品行业市场规模分析

#### 第三节 中国汽车用品行业供应情况分析

#### 第四节 中国汽车用品行业需求情况分析

#### 第五节 我国汽车用品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

#### 第六节 中国汽车用品行业供需平衡分析

## 第七节 中国汽车用品行业发展趋势分析

### 第五章 中国汽车用品所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国汽车用品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 中国汽车用品所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国汽车用品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 2017-2020年中国汽车用品市场格局分析

#### 第一节 中国汽车用品行业竞争现状分析

##### 一、中国汽车用品行业竞争情况分析

##### 二、中国汽车用品行业主要品牌分析

#### 第二节 中国汽车用品行业集中度分析

##### 一、中国汽车用品行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国汽车用品行业市场集中度分析

#### 第三节 中国汽车用品行业存在的问题

#### 第四节 中国汽车用品行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国汽车用品行业钻石模型分析

##### 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 2017-2020年中国汽车用品行业需求特点与动态分析

## 第一节 中国汽车用品行业消费市场动态情况

### 第二节 中国汽车用品行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 汽车用品行业成本结构分析

### 第四节 汽车用品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 中国汽车用品行业价格现状分析

### 第六节 中国汽车用品行业平均价格走势预测

#### 一、中国汽车用品行业价格影响因素

#### 二、中国汽车用品行业平均价格走势预测

#### 三、中国汽车用品行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国汽车用品行业区域市场现状分析

### 第一节 中国汽车用品行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区汽车用品市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区汽车用品市场规模分析

#### 四、华东地区汽车用品市场规模预测

### 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、华中地区汽车用品市场规模分析

#### 四、华中地区汽车用品市场规模预测

### 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、华南地区汽车用品市场规模分析

#### 四、华南地区汽车用品市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国汽车用品行业竞争情况

### 第一节 中国汽车用品行业竞争结构分析（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 中国汽车用品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国汽车用品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 汽车用品行业企业分析（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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国汽车用品行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国汽车用品行业未来发展前景分析

- 一、汽车用品行业国内投资环境分析
- 二、中国汽车用品行业市场机会分析
- 三、中国汽车用品行业投资增速预测

### 第二节 中国汽车用品行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国汽车用品行业市场发展预测

- 一、中国汽车用品行业市场规模预测
- 二、中国汽车用品行业市场规模增速预测
- 三、中国汽车用品行业产值规模预测
- 四、中国汽车用品行业产值增速预测
- 五、中国汽车用品行业供需情况预测

#### 第四节 中国汽车用品行业盈利走势预测

- 一、中国汽车用品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国汽车用品行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国汽车用品行业投资风险与营销分析

### 第一节 汽车用品行业投资风险分析

- 一、汽车用品行业政策风险分析
- 二、汽车用品行业技术风险分析

三、汽车用品行业竞争风险分析

四、汽车用品行业其他风险分析

第二节 汽车用品行业应对策略

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 2021-2026年中国汽车用品行业发展战略及规划建议

第一节 中国汽车用品行业品牌战略分析

一、汽车用品企业品牌的重要性

二、汽车用品企业实施品牌战略的意义

三、汽车用品企业品牌的现状分析

四、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

第二节 中国汽车用品行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车用品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

第四节 汽车用品行业竞争力提升策略

一、汽车用品行业产品差异性策略

二、汽车用品行业个性化服务策略

三、汽车用品行业的促销宣传策略

四、汽车用品行业信息智能化策略

五、汽车用品行业品牌化建设策略

六、汽车用品行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国汽车用品行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国汽车用品行业产品策略分析

#### 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 中国汽车用品行业营销渠道策略

#### 一、汽车用品行业渠道选择策略

#### 二、汽车用品行业营销策略

### 第三节 中国汽车用品行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国汽车用品行业重点投资区域分析

#### 二、中国汽车用品行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/533600533600.html>