

2018年中国汽车模型行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国汽车模型行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/dianzishabei/339213339213.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1、车模的分类

车模又称汽车模型、仿真车，是严格依照真车的形状、主要结构、色彩，并严格按一定比例缩小而制作的工艺玩具产品。传统的车模，多以满足汽车爱好者收藏和投资消费所需的专业工艺产品为主。近年来，为适应广大消费者对车模产品的大众化需求，部分车模企业从车模中发掘出更多的潜能，创造出附加价值。目前车模产品已突破以往传统静态专业车模的概念，在原有收藏投资价值的基础上，附加动态的娱乐价值、诠释汽车的文化价值、陈列装饰的观赏价值和往来馈赠的礼品价值等。

汽车模型可以根据运动特点、产品材质、结构形式、制造方式、仿制对象等各类要素的差异进行多种类型的划分。根据车模的运动特点分类，可以分为静态车模与动态车模。其中动态车模根据驱动形式的差异又可分为燃油驱动、电池驱动、机械驱动与惯性驱动（又叫回力车模）。静态车模一般重点突出观赏性与收藏性，动态车模一般重点突出娱乐性。动态车模中燃油驱动车模（Gas Power，简称 GP，油车）与电池驱动车模（Electrical Power，简称 EP，电车）一般通过遥控实现运动控制，又称竞技遥控车模（Radio Control，简称 RC），遥控车模除用于一般娱乐外，还可用于竞技性比赛。

车模的分类

资料来源：观研天下数据中心整理

2、车模授权概述（1）车模授权的含义

在车模的授权经营中，授权商一般为知名汽车厂商，授权经营商为车模制造商，授权的主要内容为汽车厂商的商标和车型。根据授权，车模制造商依照真车的外观及内饰设计生产按一定比例缩小的车模，并在其产品、包装及相关促销手段中使用汽车厂商的商标。

（2）车模授权的费用和时限

车模制造商一般要按照车模销售收入的一定比例向汽车厂商定期支付授权费，有的汽车厂商还要求车模制造商预先支付一定数额的最低保证金。

汽车厂商对车模制造商的授权时限分为两种，一种是无期限的；一种是有一定期限的，如果在期限内车模制造商不能达到汽车厂商的要求，则存在被汽车厂商终止合同的风险，同时也影响继续获得授权。若双方合作良好，汽车厂商一般都会对车模制造商持续优先授权。

（3）车模授权的限制性规定

汽车厂商一般会通过授权协议对车模制造商的经营做出一些限制性规定，如：不允许被许可企业将授权许可证进行再授权或者转让，但是允许被许可企业通过 OEM 或 ODM 方式委托第三方生产企业代为加工生产；未经同意不得使用相关或类似授权产品的商标、域名等；禁止任何损害汽车厂商品牌形象和利益的其他行为等。（GYFSW）

观研天下发布的《2018年中国汽车模型行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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、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 2016-2017年中国汽车模型行业发展概述

第一节 汽车模型行业发展情况概述

一、汽车模型行业相关定义

二、汽车模型行业基本情况介绍

三、汽车模型行业发展特点分析

第二节 中国汽车模型行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、汽车模型行业产业链条分析

三、中国汽车模型行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车模型行业生命周期分析

- 一、汽车模型行业生命周期理论概述
- 二、汽车模型行业所属的生命周期分析
- 第四节 汽车模型行业经济指标分析
- 二、汽车模型行业的赢利性分析
- 四、汽车模型行业的经济周期分析
- 三、汽车模型行业附加值的提升空间分析
- 第五节 国中汽车模型行业进入壁垒分析
- 一、汽车模型行业资金壁垒分析
- 二、汽车模型行业技术壁垒分析
- 三、汽车模型行业人才壁垒分析
- 四、汽车模型行业品牌壁垒分析
- 五、汽车模型行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球汽车模型行业市场发展现状分析

- 第一节 全球汽车模型行业发展历程回顾
- 第二节 全球汽车模型行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲汽车模型行业地区市场分析
- 一、亚洲汽车模型行业市场现状分析
- 二、亚洲汽车模型行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲汽车模型行业市场前景分析
- 第四节 北美汽车模型行业地区市场分析
- 一、北美汽车模型行业市场现状分析
- 二、北美汽车模型行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美汽车模型行业市场前景分析
- 第五节 欧盟汽车模型行业地区市场分析
- 一、欧盟汽车模型行业市场现状分析
- 二、欧盟汽车模型行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟汽车模型行业市场前景分析
- 第六节 世界汽车模型行业分布走势预测
- 第七节 全球汽车模型行业市场规模预测

第三章 2016-2017年 中国汽车模型产业发展环境分析

- 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 中国汽车模型行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 中国汽车模型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 2016-2017年中国汽车模型行业运行情况

第一节 中国汽车模型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 中国汽车模型行业市场规模分析

第三节 中国汽车模型行业供应情况分析

第四节 中国汽车模型行业需求情况分析

第五节 中国汽车模型行业供需平衡分析

第六节 中国汽车模型行业发展趋势分析

第五章 中国汽车模型所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车模型所属行业总体规模分析

第二节 中国汽车模型所属行业产销与费用分析

第三节 中国汽车模型所属行业财务指标分析

第六章 2016-2017年中国汽车模型市场格局分析

第一节 中国汽车模型行业竞争现状分析

一、中国汽车模型行业竞争情况分析

二、中国汽车模型行业主要品牌分析

第二节 中国汽车模型行业集中度分析

一、中国汽车模型行业市场集中度分析

二、中国汽车模型行业企业集中度分析

第三节 中国汽车模型行业存在的问题

第四节 中国汽车模型行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车模型行业竞争力分析

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 2016-2017年中国汽车模型行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国汽车模型行业消费特点

第二节 中国汽车模型行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 汽车模型行业成本分析

第三节 汽车模型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

第四节 中国汽车模型行业价格现状分析

第五节 中国汽车模型行业平均价格走势预测

一、中国汽车模型行业价格影响因素

二、中国汽车模型行业平均价格走势预测

三、中国汽车模型行业平均价格增速预测

第八章 2016-2017年中国汽车模型行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车模型行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地汽车模型市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车模型市场规模分析

四、华东地区汽车模型市场规模预测

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、华中地区汽车模型市场规模分析

四、华中地区汽车模型市场规模预测

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、华南地区汽车模型市场规模分析

四、华南地区汽车模型市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区汽车模型市场规模分析

四、华北地区汽车模型市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区汽车模型市场规模分析

四、东北地区汽车模型市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区汽车模型市场规模分析

四、西部地区汽车模型市场规模预测

第九章 2016-2017年中国汽车模型行业竞争情况

第一节 中国汽车模型行业竞争结构分析（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 中国汽车模型行业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 中国汽车模型行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车模型行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

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2

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3

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4

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5

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年中国汽车模型行业发展前景分析与预测

第一节中国汽车模型行业未来发展前景分析

一、汽车模型行业国内投资环境分析

二、中国汽车模型行业市场机会分析

三、中国汽车模型行业投资增速预测

第二节中国汽车模型行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车模型行业市场发展预测

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

第四节 中国汽车模型行业盈利走势预测

- 一、中国汽车模型行业毛利润同比增速预测
- 二、中国汽车模型行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国汽车模型行业投资风险与营销分析

第一节 汽车模型行业投资风险分析

- 一、汽车模型行业政策风险分析
- 二、汽车模型行业技术风险分析
- 三、汽车模型行业竞争风险
- 四、汽车模型行业其他风险分析

第二节 汽车模型行业企业经营发展分析及建议

- 一、汽车模型行业经营模式
- 二、汽车模型行业销售模式
- 三、汽车模型行业创新方向

第三节 汽车模型行业应对策略

- 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年中国汽车模型行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车模型行业品牌战略分析

- 一、汽车模型企业品牌的重要性
- 二、汽车模型企业实施品牌战略的意义
- 三、汽车模型企业品牌的现状分析
- 四、汽车模型企业的品牌战略
- 五、汽车模型品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车模型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 中国汽车模型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年中国汽车模型行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车模型行业产品策略分析

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 中国汽车模型行业定价策略分析

第二节 中国汽车模型行业营销渠道策略

一、汽车模型行业渠道选择策略

二、汽车模型行业营销策略

第三节 中国汽车模型行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车模型行业重点投资区域分析

二、中国汽车模型行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/339213339213.html>