

2015-2020年中国汽车用品 市场调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国汽车用品市场调研及投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201507/123585.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

汽车用品是指汽车在使用过程中延伸的产品系列，主要包括汽车电子、电器产品（如车载导航仪、车载影音、车载冰箱），汽车安全系统（防盗器、倒车雷达），汽车美容养护用品（润滑油、车蜡），及汽车饰品（座椅座垫、汽车香水、装饰类工艺品）等。

作为汽车后市场的三大板块之一，汽车用品市场也是目前发展最快、前景最好的行业之一。近年伴随着我国汽车工业的井喷式发展，汽车用品行业发展速度一日千里，2013年中国汽车用品市场销售额已达到5025亿元。

从汽车用品区域市场版图来看，目前我国汽车用品市场已形成六大区域市场及中心城市，区域市场格局已基本成型。六大区域市场分别是以广州为中心的珠三角区域市场；以上海为中心的长三角区域市场；以北京为中心的环渤海区域市场；以哈尔滨为中心的东北区域市场；以成都为中心的中西部区域市场；以乌鲁木齐为中心的西北区域市场。

近年来中国政府逐渐重视汽车用品行业，积极推进汽车用品的产业化，鼓励汽车用品行业特别是技术含量高的汽车电子产业的技术创新，政府也在逐步完善汽车用品行业的相关法规及标准，为汽车用品企业的发展提供有序的竞争环境。同时汽车用品企业也应不断自主创新，引进和培养专业人才，抓住汽车用品行业的发展机遇。

根据汽车发达国家的经验，汽车后市场的利润可占整个汽车产业利润总和的60%~70%，而汽车用品作为汽车后市场的三大板块之一，盈利空间也相当广阔。中国汽车用品行业的发展潜力很大，未来几年，汽车用品市场将进入高增长的阶段。

本汽车用品行业报告，首先是汽车用品相关概述，然后分析了汽车用品细分产品行业概况、市场发展格局，接着是汽车用品重点企业，最后是汽车用品行业前景及发展趋势。为汽车用品相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 汽车用品相关概述

第一节 汽车用品的概念

- 一、汽车用品的概念
- 二、汽车电子的定义及分类
- 三、汽车护理的概念及分类

第二节 汽车电子、电器类产品介绍

- 一、车载导航系统的分类

二、车载无线电通讯器的主要类型

三、汽车防盗器的种类

四、车载冰箱产品特点介绍

第三节 其他汽车用品

一、汽车隔热防爆膜的功能

二、车蜡的种类

三、汽油添加剂分类

四、汽车饰品的布置原则及选购方案

第二章 汽车用品市场

第一节 汽车用品市场状况分析

一、外国汽车用品品牌涌入中国市场

二、汽车用品的品牌与连锁分析

三、汽车用品市场价格竞争的原因及解决措施

四、汽车用品市场销售渠道分析

五、汽车用品市场广告的投放策略

第二节 2012-2014年中国汽车用品市场发展

一、2012年中国汽车用品市场特征分析

二、2013年中国汽车用品市场特征分析

三、2014年中国汽车用品市场分析

第三节 主要地区汽车用品交易市场发展

一、北京主要汽车用品市场简况

二、上海汽车用品市场火爆

三、广州汽车用品行业发展状况

四、山东主要汽车用品市场分析

五、沈阳汽车用品行业整体状况

第四节 汽车用品网络市场分析

一、电子商务在汽车用品市场的应用

二、汽车用品网络销售的优劣势

三、上海汽车用品网店的发展特点

四、打造汽车用品网店高端品牌的策略

第五节 汽车用品经销商发展分析

一、汽车用品经销商的产品选择

二、汽车用品经销商终端建设的挑战及策略

三、汽车用品4S店运作优势及营销方案

四、汽车用品经销商未来的发展方向

第六节 汽车用品行业的问题及策略分析

一、中国汽车用品行业缺乏核心竞争力

二、汽车用品交易市场的缺陷

三、培养汽车用品行业的消费群体

第三章 汽车电子的发展

第一节 中国汽车电子市场概况

一、中国汽车电子市场加速增长

二、中国汽车电子市场的销售模式

三、政府积极推进汽车电子产业化

四、家电企业切入汽车电子市场的方式

第二节 2012-2014年中国汽车电子市场经营分析

一、2012年中国汽车电子市场回顾

二、2013年中国汽车电子市场分析

三、2014年中国汽车电子市场分析

第三节 车载导航仪

一、汽车导航系统的发展历程

二、个人导航设备热销汽车导航系统市场

三、车载导航市场的难题

四、车载导航产业发展的策略

第四节 车载通讯产品

一、车载电台的使用及管理

二、车载电话市场出现大众化趋势

三、车载蓝牙技术及市场发展概况

第五节 中国汽车电子技术的发展

一、汽车电子技术的发展阶段

二、中国汽车电子技术主要发展特点

三、网络技术在汽车电子发展中的应用

四、汽车电子技术的发展方向

五、中国汽车电子技术的发展策略

第六节 汽车电子市场的问题与对策

- 一、本土汽车电子企业面临严峻挑战
- 二、中国应掌握汽车电子产业的核心技术
- 三、中国汽车电子企业与整车企业缺少沟通合作
- 四、中国汽车电子企业发展策略

第四章 汽车电器行业综述

第一节 汽车音响

- 一、2013年中国汽车音响市场环境分析
- 二、2013年中国汽车音响企业经营状况
- 三、2013年中国汽车音响消费市场透析
- 四、汽车音响行业本土品牌的忧患
- 五、中国汽车音响企业发展战略解析

第二节 车载DVD

- 一、日韩品牌在中国车载DVD市场的发展状况
- 二、车载DVD国产品牌渐崛起
- 三、车载DVD普及的问题分析
- 四、推动车载DVD市场发展的因素

第三节 车载电视

- 一、移动电视行业兴起
- 二、2013年中国车载电视发展特点分析
- 三、车载电视的相关技术发展分析
- 四、车载电视大规模应用的制约因素
- 五、车载电视运营策略分析

第四节 汽车空调

- 一、国内外汽车空调技术进展
- 二、汽车空调成汽车市场竞争主要手段
- 三、中国汽车空调发展状况
- 四、中国汽车空调市场新特点分析
- 五、国内汽车空调发展问题及对策
- 六、未来新型动力车使用的空调系统预测

第五节 车载冰箱

- 一、车载冰箱国内外市场需求差异大

二、中国推出首款冷冻型车载冰箱

三、车载冰箱存在的缺点待改进

第五章 汽车安全系统的发展

第一节 汽车安全系统行业概况

一、世界最大汽车安全带生产企业在河北建厂

二、汽车安全对国内汽车企业的影响分析

三、中国汽车安全新技术的发展

第二节 汽车防盗器产品

一、汽车盗窃现象严重

二、汽车防盗器市场发展回顾

三、汽车防盗器市场问题多

第三节 汽车倒车雷达产品

一、汽车倒车雷达产品发展历程

二、倒车雷达市场发展特点简析

三、促进倒车雷达行业发展迅速的因素

四、无线倒车雷达市场待发展

第四节 汽车安全气囊

一、国外汽车安全气囊的发展历史

二、汽车安全气囊传感器技术发展动态

三、2012年本田研制出新安全气囊

四、安全气囊行业标准存在漏洞

第五节 汽车隔热防爆膜

一、防爆膜市场发展回顾

二、汽车隔热膜市场亟需规范

三、防爆膜行业的问题及解决措施

第六章 汽车美容养护用品的发展

第一节 汽车美容养护产品的发展概况

一、瑞典汽车养护品牌进驻中国市场

二、中国汽车养护品市场发展总体状况

三、中国汽车养护品市场增长快速

四、汽车养护品消费市场的特点

第二节 润滑油市场竞争态势

- 一、中国汽车润滑油市场国外品牌竞争激烈
- 二、中国的三大润滑油品牌的竞争格局
- 三、中国润滑油市场及消费特点
- 四、本土润滑油高端市场份额低
- 五、本土润滑油企业品牌突围战略

第三节 汽油添加剂产品简述

- 一、汽油添加剂的作用
- 二、国内汽油添加剂主要产品介绍
- 三、消费者要理性选择汽油添加剂

第四节 汽车漆面保护用品介绍

- 一、汽车镀膜提升汽车美容养护技术
- 二、青岛车蜡市场发展状况

第七章 汽车装饰用品行业的发展

第一节 汽车饰品行业概况

- 一、汽车饰品市场的特点分析
- 二、消费者对汽车饰品的偏好分析
- 三、汽车饰品市场卡通装饰渐受欢迎

第二节 汽车饰品不同材质分析

- 一、汽车饰品合成革的研发现状
- 二、汽车内饰纺织品行业发展状况
- 三、植绒织物汽车内饰材料的特点和优势

第三节 汽车香水市场发展状况

- 一、汽车香水分分类简介
- 二、车用香水市场监管尚属空白
- 三、汽车香水市场治理困难的原因分析
- 四、广州汽车香水市场特征分析

第四节 汽车饰品行业存在的问题

- 一、劣质饰品污染车内危害健康
- 二、汽车内饰面料市场亟需创新
- 三、汽车饰品市场期待净化
- 四、汽车饰品企业期盼行业标准

第八章 汽车用品重点企业

第一节 上海广电信息产业股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2013年公司经营情况分析
- 三、2014年公司经营情况分析
- 四、2014年公司发展展望及策略
- 五、上广电开拓车载DVD时代
- 六、上广电成功研制福克斯专用车载导航产品

第二节 深圳赛格股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2013年公司经营情况分析
- 三、2014年公司经营情况分析
- 四、2014年公司发展展望及策略
- 五、赛格GPS做中国车载导航品牌企业

第三节 深圳元征科技股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2013年公司经营情况分析
- 三、2014年公司经营情况分析
- 四、2014年公司发展展望及策略
- 五、元征深圳汽车电子产业园建成
- 六、元征高调进入DIY汽车市场

第四节 北京四维图新导航信息技术有限公司

- 一、公司简介
- 二、四维图新的成长背景
- 三、四维图新成为世界第五大导航地图企业
- 四、四维图新主导中国消费类电子导航市场

第五节 深圳航盛电子股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、深圳航盛资源整合历程回顾
- 三、航盛宝安汽车电子制造基地建成
- 四、自主创新成深圳航盛核心竞争力
- 五、航盛的可持续发展思路及远景目标

第六节 其它汽车用品生产企业简介

- 一、3M中国有限公司
- 二、华阳集团有限公司
- 三、深圳华强信息产业有限公司
- 四、肇庆市神盾科技发展有限公司
- 五、辽宁和昌华宝汽车电子有限公司

第九章 2015-2020年汽车用品行业前景及发展趋势

第一节 2015-2020年汽车用品行业发展展望

- 一、中国汽车用品业前景光明
- 二、汽车用品行业生产及销售发展方向
- 三、未来汽车用品企业的发展趋势

第二节 2015-2020年汽车用品主要产品发展展望

- 一、中国汽车电子产业商机巨大
- 二、中国车载冰箱市场前景看好
- 三、车载电视市场发展前景良好
- 四、中国车载导航产品发展潜力大
- 五、安全系统将成为汽车用品市场主流
- 六、2015-2020年汽车电子产业发展趋势

图表目录

图表：不同种类防盗器价格比较

图表：消费者汽车音响品牌第一提及率

图表：消费者汽车音响品牌第二提及率

图表：消费者汽车音响品牌第三提及率

图表：消费者购买汽车音响的信息渠道研究

图表：消费者购买汽车音响原因

图表：消费者购买汽车音响的考虑因素

图表：消费者对汽车音响性能的关注

图表：消费者对汽车音响满意度分析

图表：单向防盗器市场格局

图表：双向防盗器市场格局

图表：消费者购买价格分布

图表：防盗器用户产品满意度

图表：用户安装防盗器地点选择

图表：防盗器广告投放平面媒体选择

图表：传统的欠阻尼多晶硅MEMS设备与过阻尼HARMEMS设备的动态响应比较

图表：汽车防爆膜畅销品牌情况

图表：汽车防爆膜品牌的铺货覆盖面

图表：汽车防爆膜市场承载广告投放前十家媒体

图表：以品牌为中心的企业组织结构模型

图表：中国汽油添加剂主要竞争产品情况

图表：消费者对车内装饰材质的偏好

图表：消费者对车内装饰颜色的偏好

图表：消费者对10万左右的车的内饰品牌的偏好

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司主营构成

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司流动资产表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司长期投资表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司固定资产表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司流动负债表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司长期负债表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司股东权益表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司营业利润表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司利润总额表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司净利润表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司每股指标表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司获利能力表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司经营能力表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司资本结构表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司发展能力表

图表：2011-2014年上海广电信息产业股份有限公司现金流量分析表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司主营构成

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司流动资产表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司长期投资表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司固定资产表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司流动负债表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司长期负债表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司股东权益表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司营业利润表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司利润总额表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司净利润表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司每股指标表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司获利能力表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司经营能力表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司资本结构表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司发展能力表

图表：2011-2014年深圳赛格股份有限公司现金流量分析表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司主营构成

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司流动资产表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司长期投资表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司固定资产表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司流动负债表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司长期负债表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司股东权益表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司营业利润表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司利润总额表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司净利润表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司每股指标表

图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司获利能力表
图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司经营能力表
图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司偿债能力表
图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司资本结构表
图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司发展能力表
图表：2011-2014年深圳元征科技股份有限公司现金流量分析表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201507/123585.html>