

2024-2030年中国汽车配件 与汽车用品行业分析与发展前景报告

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

《2024-2030年中国汽车配件与汽车用品行业分析与发展前景报告》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/202402/442768.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国汽车配件与汽车用品行业分析与发展前景报告》共八章。首先介绍了汽配行业市场发展环境、汽配整体运行态势等，接着分析了汽配行业市场运行的现状，然后介绍了汽配市场竞争格局。随后，报告对汽配做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽配行业发展趋势与投资预测。您若想对汽配产业有个系统的了解或者想投资汽配行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 行业总体概貌

第一章 汽配行业概述

第一节 汽配行业定义和分类

一、汽配行业

二、汽配行业产品分类

三、中国汽配专业市场发展阶段

第二节 汽配行业流通的特点

一、需求特点

二、经营特点

三、汽车服务业的特点

第三节 中国汽配行业的基本特征

一、汽配行业的价值链

二、中国汽配行业的发展历程

三、中国汽配行业在行业生命周期中的阶段

四、中国汽配行业的成长趋势分析

五、中国汽配行业进入、退出分析

第四节 中国汽配行业现状及问题分析

一、汽配行业在汽车工业中占有重要地位

二、副厂配件是维修市场中主要产品

- 三、供求渠道复杂，价格混乱，流通效率低
- 四、营销手段落后，竞争主要的手段是价格
- 五、市场集中度低，经销商数量大，规模偏小，素质低
- 六、经营行为不规范，假冒伪劣配件充斥市场
- 七、汽配城与汽车配件交易会是汽配市场组织的主导形式

第五节 中国汽配相关行业分析

- 一、汽车市场趋势分析
- 二、总体汽车市场增速
- 三、浙江汽车配件市场销售额趋势分析
- 四、二手车市场分析

第六节 国内汽车配件流通模式

- 一、国内配件供应链
- 二、国内汽车配件需求方格局
- 三、国内终端用户的需求格局
- 四、汽配城
- 五、国内汽车零配件流通领域的发展方向

第七节 汽车用品市场

- 一、全国汽车用品市场规模与趋势
- 二、长三角地区汽车用品市场规模与趋势
- 三、汽车用品市场的流通特点
- 四、汽车用品市场趋势
- 五、汽车用品行业发展模式分析

第二章 世界汽配行业发展状况

第一节 世界汽配行业发展特点

- 一、世界汽车行业的发展
- 二、全球汽配行业现状

第二节 日本汽配行业的发展状况

- 一、日本汽配市场特点
- 二、日本汽配市场发展构成及规模
- 三、日本汽配行业的运行模式

第三节 美国汽配行业的发展状况

一、美国汽配行业规模和特点

二、美国汽配市场运行模式

第二部分 行业结构与规模分析

第三章 中国汽配市场流通分析

第一节 中国汽配市场概述

第二节 汽配市场流通模式概述

一、中国汽配市场产业链和流通渠道

二、中国汽配市场流通模式的分类定义

三、中国汽配市场流通企业情况

四、汽配市场的一般采购决策程序

第三节 传统的流通模式分析

一、传统的流通模式概述

二、我国汽配城发展现状分析

三、我国汽配城经营模式分析

四、我国汽配城增值服务分析

五、汽配城发展发向分析

六、案例--北京西郊汽配城质量监管措施

第四节 整车厂售后服务模式分析

一、整车厂的售后服务体系流通方式分析

二、供应商进入整车售后服务体系分析

三、流通商进入整车售后服务流通体系分析

四、我国整车售后服务体系现状

第五节 价值链垂直整合模式（连锁、大卖场、营销商）

一、价值链垂直整合模式概述

二、汽配连锁经营模式分析

三、汽配大卖场模式分析

四、汽配营销商模式分析

第六节 汽配市场品牌分析

第七节 进入汽配市场的各模式对企业要求的评价

第八节 汽配市场进货渠道分析

第四章 中国汽配市场需求（需求）分析

第一节 全国汽配需求特点分析

- 一、汽车保有量扩容迎来新一轮汽配城兴建高潮
- 二、汽车保有量分析
- 三、汽车配件单车需求情况
- 四、机械类零部件是市场主流，电子产品发展潜力巨大
- 五、汽配市场中进口产品种类繁多，以高技术、高附加值产品为主

第二节 全国汽配需求规模预测

第三节 个人汽配消费特点和消费偏好分析

- 一、汽车维护保养观念已经深入人心
- 二、当前消费者对汽配的关注集中在价格方面
- 三、大多数车主选择4S店维修保养
- 四、大多数车主选择维修保养地点时，主要关注服务专业性和价格上
- 五、不同车主对维修终端的选择不同
- 六、中低端私人消费者将对汽配流通业带来新的变化

第五章 中国汽配市场供应分析

第一节 中国汽车零部件制造行业特点

- 一、当前我国汽车零部件行业需要变革
- 二、跨国汽车零部件企业在华投资不减
- 三、外资零部件制造企业纷纷进入中国
- 四、中国汽车零部件制造主要以配套市场为主
- 五、中国汽车零部件制造业很少以自主品牌进入市场

第二节 中国零部件制造分工协作的供应体系分析

- 一、一级零部件供应商同整车厂关系紧密
- 二、二级零部件供应商结构复杂
- 三、专业化、规模化的零部件供应商逐渐形成

第三节 汽车零部件制造行业竞争分析

- 一、零部件产值占整车的比重在上升
- 二、中国汽车零部件配套体系趋势
- 三、汽车零部件的出口战略分析
- 四、区域性制造优势已经体现

第四节 主要汽车零部件生产巨头分析

- 一、德尔福贸易（上海）有限公司
 - 二、采埃孚销售服务（中国）有限公司
 - 三、电装（中国）投资有限公司
 - 四、博世BOSS
 - 五、伟世通国际控股公司
 - 六、辉门集团（美国纳斯达克柜台交易板市场代号：FDMLQ）
 - 七、德国大陆集团
 - 八、海拉
 - 九、李尔集团
 - 十、上海天合汽车安全系统有限公司
- #### 第三部分 典型行业行为和典型企业分析

第六章 中国汽配市场企业经营分析

第一节 汽配行业的经营管理分析

- 一、汽配市场渠道的趋于多元，消费主体转变为个人消费者
- 二、汽车维修养护服务企业的经营管理
- 三、汽配流通企业的经营管理

第二节 企业扩张行为分析

- 一、横向扩张
- 二、纵向扩张

第三节 北京汽车用品市场

- 一、天隆北方汽车用品市场
- 二、西郊雅森汽车用品市场
- 三、六里桥汽车用品市场
- 四、西国贸汽车基地
- 五、恋日汽车用品一条街

第七章 典型企业案例分析

第一节 国外汽配企业分析

- 一、美国成功流通商案例ATUOZONE
- 二、美国成功流通商案例NAPA - 世界最大的汽车零部件经销商

三、日本成功流通商案例AUTOBACS

第二节 国内汽配企业分析

一、北京中汽联合汽配连锁有限公司

二、上海德朗汽车零部件制造有限公司

三、小拇指汽修科技股份有限公司市场进入策略

第三节 北京汽车服务市场汇总

第四部分 行业影响因素和发展趋势

第八章 汽配行业影响因素分析

第一节 宏观经济环境影响分析

一、国民经济持续快速发展，商用车配件需求发展迅速

二、人均可支配收入稳步提高，乘用车配件市场将迅速扩大

三、钢铁汽车业振兴规划

第二节 行业政策分析

一、汽配市场行业管理需要加强

二、《汽车贸易政策》将对汽配流通产生影响

三、汽车产业振兴规划培育汽车消费市场

四、汽车产业调整和振兴规划细则

第三节 技术因素分析

图表目录：

图表：汽配行业的范围

图表：汽车维修配件分类

图表：1998 - 2022年我国汽车产量趋势状况

图表：汽车配件价值链

图表：普通汽配行业模式的价值链

图表：行业生命周期的判断

图表：《汽车配件营销企业经营管理规范》汽车配件营销企业资质划分指标

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/442768.html>