

2016-2022年中国汽车配件 与汽车用品市场监测及投资战略研究报告

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

《2016-2022年中国汽车配件与汽车用品市场监测及投资战略研究报告》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/201512/128707.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

当前全球汽车行业的消费比率为1：2，即消费一辆汽车，将带来双倍于其销售额的市场需求，这些造成许多可以覆盖整个汽车服务需求的专业场所不断建设。单一经营模式的传统汽配交易市场将逐渐淡出人们的视线，取而代之的是多功能、多元化的新型汽配城。新型汽配城是以汽配交易为中心、涵盖多种市场功能的经营复合体。这种“多位一体化”经营模式可以彻底改变传统汽配城只做汽配的单一经营状态。2008年中国汽车销售938万辆，2009年达到1364.48万辆。2008年全国民用汽车保有量达到6467万辆（包括三轮汽车和低速货车1492万辆），比上年末增长13.5%，其中私人汽车保有量4173万辆，增长18.1%，预计到2020年我国民用汽车保有量将高达1.4亿辆以上的规模，随着汽车普及率的提高和国内汽车市场的高速发展为汽配市场的发展奠定了良好的基础。2008年我国汽车配件销售额达到743亿元，2010年国内汽车后市场销售额达到1070亿元。

报告目录：

第一部分 行业总体概貌

第一章 汽配行业概述 1

第一节 汽配行业定义和分类 1

一、汽配行业 1

二、汽配行业产品分类 2

三、中国汽配专业市场发展阶段 5

第二节 汽配行业流通的特点 6

一、需求特点 6

二、经营特点 7

三、汽车服务业的特点 7

第三节 中国汽配行业的基本特征 7

一、汽配行业的价值链 7

二、中国汽配行业的发展历程 8

三、中国汽配行业在行业生命周期中的阶段 11

四、中国汽配行业的成长趋势分析 11

五、中国汽配行业进入、退出分析 12

第四节 中国汽配行业现状及问题分析 13

- 一、汽配行业在汽车工业中占有重要地位 13
- 二、副厂配件是维修市场中主要产品 14
- 三、供求渠道复杂，价格混乱，流通效率低 14
- 四、营销手段落后，竞争主要的手段是价格 15
- 五、市场集中度低，经销商数量大，规模偏小，素质低 15
- 六、经营行为不规范，假冒伪劣配件充斥市场 16
- 七、汽配城与汽车配件交易会是汽配市场组织的主导形式 16

第五节 中国汽配相关行业分析 17

- 一、汽车市场趋势分析 17
- 二、08年总体汽车市场增速创近年新低 90
- 三、浙江汽车配件市场销售额趋势分析 91
- 四、二手车市场分析 92

第六节 国内汽车配件流通模式 96

- 一、国内配件供应链 96
- 二、国内汽车配件需求方格局 96
- 三、国内终端用户的需求格局 98
- 四、汽配城 98
- 五、国内汽车零配件流通领域的发展方向 99

第七节 汽车用品市场 100

- 一、全国汽车用品市场规模与趋势 100
- 二、长三角地区汽车用品市场规模与趋势 148
- 三、汽车用品市场的流通特点 149
- 四、汽车用品市场趋势 150
- 五、汽车用品行业发展模式分析 173

第二章 世界汽配行业发展状况 175

第一节 世界汽配行业发展特点 175

- 一、世界汽车行业的发展 175
- 二、全球汽配行业现状 179

第二节 日本汽配行业的发展状况 181

- 一、日本汽配市场特点 181
- 二、日本汽配市场发展构成及规模 182

三、日本汽配行业的运行模式 183

第三节 美国汽配行业的发展状况 184

一、美国汽配行业规模和特点 184

二、美国汽配市场运行模式 189

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 191

第一节 中国汽配市场概述 191

第二节 汽配市场流通模式概述 195

一、中国汽配市场产业链和流通渠道 195

二、中国汽配市场流通模式的分类定义 197

三、中国汽配市场流通企业情况 198

四、汽配市场的一般采购决策程序 200

第三节 传统的流通模式分析 208

一、传统的流通模式概述 208

二、我国汽配城发展现状分析 208

三、我国汽配城经营模式分析 210

四、我国汽配城增值服务分析 214

五、汽配城发展发向分析 215

六、案例--北京西郊汽配城质量监管措施 218

第四节 整车厂售后服务模式分析 223

一、整车厂的售后服务体系流通方式分析 223

二、供应商进入整车售后服务体系分析 223

三、流通商进入整车售后服务流通体系分析 224

四、我国整车售后服务体系现状 226

第五节 价值链垂直整合模式（连锁、大卖场、营销商） 228

一、价值链垂直整合模式概述 228

二、汽配连锁经营模式分析 228

三、汽配大卖场模式分析 230

四、汽配营销商模式分析 231

第六节 汽配市场品牌分析 233

第七节 进入汽配市场的各模式对企业要求的评价 234

第八节 汽配市场进货渠道分析 235

第四章 中国汽配市场需求（需求）分析 237

第一节 全国汽配需求特点分析 237

- 一、汽车保有量扩容迎来新一轮汽配城兴建高潮 237
- 二、汽车保有量分析 238
- 三、汽车配件单车需求情况 238
- 四、机械类零部件是市场主流，电子产品发展潜力巨大 239
- 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 239

第二节 全国汽配需求规模预测 240

第三节 个人汽配消费特点和消费偏好分析 241

- 一、汽车维护保养观念已经深入人心 241
- 二、当前消费者对汽配的关注集中在价格方面 242
- 三、大多数车主选择4S店维修保养 242
- 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 243
- 五、不同车主对维修终端的选择不同 244
- 六、中低端私人消费者将对汽配流通业带来新的变化 245

第五章 中国汽配市场供应分析 246

第一节 中国汽车零部件制造行业特点 246

- 一、当前我国汽车零部件行业需要变革 246
- 二、跨国汽车零部件企业在华投资不减 249
- 三、外资零部件制造企业纷纷进入中国 252
- 四、中国汽车零部件制造主要以配套市场为主 252
- 五、中国汽车零部件制造业很少以自主品牌进入市场 252

第二节 中国零部件制造分工协作的供应体系分析 253

- 一、一级零部件供应商同整车厂关系紧密 253
- 二、二级零部件供应商结构复杂 255
- 三、专业化、规模化的零部件供应商逐渐形成 255

第三节 汽车零部件制造行业竞争分析 257

- 一、零部件产值占整车的比重在上升 257
- 二、中国汽车零部件配套体系趋势 257

- 三、汽车零部件的出口战略分析 260
- 四、区域性制造优势已经体现 262
- 第四节 主要汽车零部件生产巨头分析 263
 - 一、德尔福贸易（上海）有限公司 263
 - 二、采埃孚销售服务（上海）有限公司 264
 - 三、电装（中国）投资有限公司 264
 - 四、博世boss 265
 - 五、伟世通国际控股公司 266
 - 六、辉门集团（美国纳斯达克柜台交易板市场代号：FDMLQ） 266
 - 七、德国大陆集团 267
 - 八、海拉--今天的构思，明天的汽车 268
 - 九、李尔集团 269
 - 十、上海天合汽车安全系统有限公司 269

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 271

第一节 汽配行业的经营管理分析 271

- 一、汽配市场渠道的趋于多元，消费主体转变为个人消费者 271
- 二、汽车维修养护服务企业的经营管理 271
- 三、汽配流通企业的经营管理 273

第二节 企业扩张行为分析 277

- 一、横向扩张 277
- 二、纵向扩张 277

第三节 北京汽车用品市场 278

- 一、天隆北方汽车用品市场 278
- 二、西郊雅森汽车用品市场 278
- 三、六里桥汽车用品市场 279
- 四、西国贸汽车基地 279
- 五、恋日汽车用品一条街 280

第七章 典型企业案例分析 281

第一节 国外汽配企业分析 281

- 一、美国成功流通商案例ATUOZONE 281
- 二、美国成功流通商案例NAPA - 世界最大的汽车零部件经销商 282
- 三、日本成功流通商案例AUTOBACS 283
- 第二节 国内汽配企业分析 284
 - 一、北京中汽联合汽配连锁有限公司 284
 - 二、上海德朗汽车零部件制造有限公司 284
 - 三、北京众义达快修连锁市场进入策略 285
- 第三节 北京汽车服务市场汇总 286

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 289

第一节 宏观经济环境影响分析 289

- 一、国民经济持续快速发展，商用车配件需求发展迅速 289
- 二、人均可支配收入稳步提高，乘用车配件市场将迅速扩大 289
- 三、钢铁汽车业振兴规划 289

第二节 行业政策分析 291

- 一、汽配市场行业管理需要加强 291
- 二、《汽车贸易政策》将对汽配流通产生影响 294
- 三、汽车产业振兴规划培育汽车消费市场 295
- 四、汽车产业调整和振兴规划细则 295

第三节 技术因素分析 303

第九章 汽配行业发展趋势 310

第一节 汽配行业变化趋势 310

- 一、消费群体发生变化 310
- 二、“大3S”汽配城模式将会得到发展 310
- 三、品牌将主导市场 313
- 四、经营呈现体多元化发展 313
- 五、国外著名汽车零部件企业全面进入国内汽配市场 314
- 六、国内汽配市场呈现多功能化发展趋势 315

第二节 汽配营销的变化趋势 317

- 一、汽配市场营销模式的变化趋势 317

二、汽配营销提高客户满意度途径	321
第三节 经营模式和流通渠道的变化	322
一、经营模式变革的模式	322
二、汽配城在一定时期内占重要地位	324
三、快修和连锁网络的发展尚需时日	327
四、4S垄断地位将下降	327
五、竞争格局将发生变化，独立市场份额增大	328

图表目录：

图表：汽配行业的范围	1
图表：汽车维修配件分类	4
图表：1998 - 2015年我国汽车产量趋势状况	6
图表：汽车配件价值链	8
图表：普通汽配行业模式的价值链	8
图表：行业生命周期的判断	11
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	13
图表：2015年1-10月汽车产量全国合计	20
图表：2015年1-10月汽车产量北京市合计	20
图表：2015年1-10月汽车产量天津市合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量河北省合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量山西省合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量内蒙古合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量辽宁省合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量吉林省合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量黑龙江合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量上海市合计	21
图表：2015年1-10月汽车产量江苏省合计	22
图表：2015年1-10月汽车产量浙江省合计	22
图表：2015年1-10月汽车产量安徽省合计	22
图表：2015年1-10月汽车产量福建省合计	22
图表：2015年1-10月汽车产量江西省合计	22
图表：2015年1-10月汽车产量山东省合计	22

图表：2015年1-10月汽车产量河南省合计 22

图表：2015年1-10月汽车产量湖北省合计 22

图表：2015年1-10月汽车产量湖南省合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量广东省合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量广西区合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量海南省合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量重庆市合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量四川省合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量贵州省合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量云南省合计 23

图表：2015年1-10月汽车产量陕西省合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量甘肃省合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量新疆区合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量全国合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量北京市合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量天津市合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量河北省合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量山西省合计 24

图表：2015年1-10月汽车产量内蒙古合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量辽宁省合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量吉林省合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量黑龙江合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量上海市合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量江苏省合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量浙江省合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量安徽省合计 25

图表：2015年1-10月汽车产量福建省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量江西省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量山东省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量河南省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量湖北省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量湖南省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量广东省合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量广西区合计 26

图表：2015年1-10月汽车产量海南省合计 27

图表：2015年1-10月汽车产量重庆市合计 27

图表：2015年1-10月汽车产量四川省合计 27

图表：2015年1-10月汽车产量云南省合计 27

图表：2015年1-10月汽车产量陕西省合计 27

图表：2015年1-10月汽车产量甘肃省合计 27

图表：2015年1-10月汽车产量新疆区合计 27

图表：2015年1-10月轿车销量前十位品牌排名 35

图表：2015年10月轿车销量前十位品牌排名 35

图表：2004-2015年乘用车市场销量趋势情况 36

图表：乘用车03-08年表现对比分析 36

图表：2005-2015年汽车及零部件进出口走势 39

图表：2011-2015年中国汽车及零部件逐季走势 40

图表：2015年我国各地区汽车进口增速走势图 42

图表：2015年我国汽车整车进口数量逐季走势 43

图表：2015年我国汽车月度进口量及增速走势图 43

图表：2015年我国汽车整车各车型进口走势 44

图表：2015年我国热点车型季度进口量走势对比 45

图表：2015年我国进口轿车排量趋势分析 46

图表：2015年我国进口SUV排量走势 47

图表：2015年我国轿车进口报价分析 48

图表：2015年我国轿车进口结构分析 49

图表：2015年我国汽车进口地区所占份额表 50

图表：2015年我国SUV分排量进口报价分析 51

图表：2015年我国SUV分国别进口量分析 52

图表：2015年我国SUV分国别进口价格变动分析 52

图表：2015年我国乘用车进口情况分析 54

图表：2015年汽车整车出口总体走势分析 55

图表：2011-2015年汽车整车出口走势图 55

图表：2015年汽车整车出口结构特征分析 56

图表：2015年各车型整车出口价格趋势分析 57

图表：2015年我国汽车出口热点车型分析 58

图表：2015年我国轿车出口热点排量分析 59

图表：2015年我国轿车出口目标市场分析 60

图表：2015年我国轿车出口目标市场价格变动分析 60

图表：2015年我国SUV出口热点排量走势分析 62

图表：2015年我国SUV出口热点市场走势分析 63

图表：2015年我国SUV出口热点市场销量变动分析 64

图表：2015年我国SUV出口地区价格走势分析 64

图表：2015年我国货车出口热点车型分析 65

图表：2015年我国货车出口热点价格分析 67

图表：2015年我国客车出口热点车型分析 68

图表：2015年我国客车出口热点地区分析 69

图表：2015年我国客车出口地区价格分析 70

图表：2015年我国汽车企业的乘用车与商用车出口情况 71

图表：2015年我国汽车企业轿车出口情况 71

图表：2005-2015年汽车零部件进出口季度对比 72

图表：2015年汽车零部件进出口结构对比 73

图表：乘用车03-12年表现对比分析 90

图表：中国汽车厂家04-08年销售走势 91

图表：2015年二手车分车型销量 93

图表：2015年二手车分地区销量 94

图表：2000-2015年中国二手车市场交易规模预测 95

图表：中国汽车零配件市场供应链 96

图表：2002-2015年全国汽车用品市场规模 105

图表：2015年1-10月汽车电子电器及零部件进出口金额变化图 113

图表：2015年1-10月国际采购商通过盖世汽车网采购热门电子电器产品的频次 114

图表：2000-2015年世界汽车产量增长情况 175

图表：2003-2015年各大洲汽车产量变化情况 176

图表：2003-2015年各大洲汽车产量变化情况 177

图表：2004-2015年各大洲汽车增长量变化情况 177

图表：2003-2015年全球主要国家汽车产量变化情况 178

图表：2004-2015全球主要国家汽车产量增长率变化情况 179

图表：2015年以来全球零部件供应商重要破产相关事件 180

图表：2015年以来全球零部件供应商重要破产相关事件 181

图表：日本汽配市场规模 183

图表：日本汽配行业运营模式 184

图表：中国汽配市场产业链 195

图表：我国汽配市场流通企业类型 198

图表：汽配市场一般采购流程 200

图表：传统流通模式的价值链 208

图表：汽配城交易额占汽配城的份额 209

图表：2006-2015年全国汽车配件市场规模 214

图表：汽配城交易额占汽配城的份额 214

图表：汽配城的增值服务 215

图表：2005-2015中国乘用车保有量 239

图表：2006-2015年汽车零部件及配件制造业销售产值 240

图表：2006-2015年全国汽车配件市场规模 241

图表：车主对维修店的选择 243

图表：车主初次选择维修地点看中的因素 243

图表：车主选择固定维修地点看重的因素 244

图表：不同类型车主一般选择的维修体系 244

图表：国内汽车零部件一级供应商 254

图表：美国成功流通商案例ATUOZONE分析 281

图表：美国成功流通商案例NAPA分析 282

图表：日本成功流通商案例AUTOBACS分析 283

图表：2015年开业的多功能汽配城一览 315

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128707.html>