2015-2020年中国汽车用品行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：汽车用品行业发展综述

1.1 汽车用品行业的相关概述

1.1.1 汽车用品的相关概念

1.1.2 汽车用品的产品分类

1.2 汽车用品行业政策环境分析

1.2.1 汽车用品相关政策解读

（1）《节能与新能源汽车产业“十二五”发展规划》

（2）《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》

（3）《缺陷汽车产品召回管理条例》

（4）《关于促进我国汽车产品出口持续健康发展的意见》

（5）《关于打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动方案的通知》

1.2.2 汽车用品相关标准分析

（1）汽车用品近期标准政策

（2）《汽车装饰用品安全通用要求》

（3）中国标协汽车用品标准体系建设

（4）《汽车美容装饰行业经营规范》

1.3 汽车用品行业经济环境分析

1.3.1 GDP增长情况分析

1.3.2 制造业情况分析

1.3.3 居民可支配收入分析

1.4 汽车用品行业社会环境分析

1.4.1 城市化水平不断提高

1.4.2 生活方式和价值观念的转变

（1）生活方式的转变

（2）价值观念的转变

1.4.3 消费结构和消费心理的变化

（1）消费结构的变化

（2）消费心理的变化

1.4.4 汽车文化逐渐形成

1.5 汽车用品产业环境分析

1.5.1 汽车制造业运营状况分析

（1）汽车制造业工业总产值

（2）汽车制造业销售收入

（3）汽车制造业销售利润率

（4）汽车制造业毛利率

（5）汽车制造业总资产报酬率

1.5.2 汽车零部件制造业运营分析

（1）零部件制造业工业总产值

（2）零部件制造业销售收入

（3）零部件制造业销售利润率

（4）零部件制造业毛利率

（5）零部件制造业总资产报酬率

1.5.3 汽车商品进出口市场分析

（1）汽车商品进口分析

（2）汽车商品出口分析

（3）汽车零部件进口分析

（4）汽车零部件出口分析

1.5.4 汽车后市场发展状况分析

（1）汽车后市场发展历程

（2）汽车后市场发展阶段

（3）汽车后市场发展现状

（4）汽车后市场渠道分析
（5）汽车后市场发展规模
（6）汽车后市场发展趋势
1.5.5 车联网市场发展分析
（1）全球车联网市场规模
（2）中国车联网市场规模
（3）中国车联网前装市场规模
（4）中国车联网后装市场规模
（5）中国车联网应用市场现状
1.5.6 汽车改装市场发展分析
（1）全球汽车改装市场规模
（2）中国汽车改装市场结构
（3）中国汽车改装发展趋势
1.5.7 中国汽车改装市场规模预测
第2章：汽车用品行业发展与需求
2.1 汽车用品行业发展状况分析
2.1.1 汽车用品发展现状分析
2.1.2 汽车用品行业规模分析
2.1.3 汽车用品行业利润分析
2.1.4 汽车用品市场结构分析
2.2 汽车用品竞争状况分析
2.2.1 汽车用品企业品牌格局分析
（1）国内汽车用品区域格局分析
（2）汽车用品新锐品牌竞争分析
（3）汽车用品知名品牌竞争分析
（4）汽车用品知名防爆膜品牌竞争
（5）汽车用品装饰品牌竞争
2.2.2 国内汽车用品竞争力缺陷分析
2.2.3 汽车用品国际品牌竞争力分析
2.3 全球汽车用品行业市场需求分析
2.3.1 全球汽车用品市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业市场需求
2.3.2 汽车用品区域市场需求结构
2.3.3 主要国家汽车用品需求分析
（1）美国汽车用品需求与结构分析
（2）德国汽车用品需求与结构分析
（3）日本汽车用品需求与结构分析
（4）韩国汽车用品需求与结构分析
（5）印度汽车用品需求与结构分析
（6）巴西汽车用品需求与结构分析
2.4 中国汽车用品市场需求分析
2.4.1 汽车后市场需求分析
2.4.2 汽车制造业需求分析
2.4.3 汽车用品需求结构分析
（1）汽车后市场区域需求结构
（2）汽车后市场车型需求结构
（3）汽车制造业区域需求结构
（4）汽车制造业车型需求结构
2.5 中国乘用车市场需求分析
2.5.1 乘用车总需求分析
（1）乘用车需求规模
（2）乘用车需求走势
2.5.2 轿车市场需求分析
（1）轿车需求规模
（2）轿车需求走势
2.5.3 MPV市场需求分析
（1）MPV需求规模
（2）MPV需求走势

2.5.4 SUV市场需求分析
（1）SUV需求规模
（2）SUV需求走势
2.5.5 交叉型乘用车市场需求分析
（1）交叉型乘用车需求规模
（2）交叉型乘用车需求走势
2.6 商用车市场需求分析
2.6.1 商用车总需求分析
（1）商用车需求规模
（2）商用车需求走势
2.6.2 大客市场去求分析
（1）大客需求规模
（2）大客需求走势
2.6.3 中客市场需求分析
（1）中客需求规模
（2）中客需求走势
2.6.4 轻客市场需求分析
（1）轻客需求规模
（2）轻客需求走势
2.6.5 重卡市场需求分析
（1）重卡需求规模
（2）重卡需求走势
2.6.6 中卡市场需求分析
（1）中卡需求规模
（2）中卡需求走势
2.6.7 轻卡市场需求分析
（1）轻卡需求规模
（2）轻卡需求走势
2.6.8 微卡市场需求分析
（1）微卡需求规模
（2）微卡需求走势
第3章：汽车用品行业营销模式分析
3.1 汽车用品营销渠道分析
3.1.1 汽车用品主要营销渠道分析
（1）汽配城及汽车用品店
（2）大型汽车用品超市
（3）汽车4S店
（4）网购汽车用品
3.1.2 “深度营销”理论导入解析
（1）深度营销简介
（2）汽车用品深度营销的必要性
（3）深度营销在行业中的应用
3.1.3 汽车用品渠道存在问题分析
3.2 S店汽车用品营销模式分析
3.2.1 汽车4S店概念及发展历程
3.2.2 汽车4S店的发展现状分析
3.2.3 汽车4S店汽车用品经营现状
（1）4S店汽车用品经营形态
（2）4S店汽车用品营销部门
3.2.4 汽车4S店汽车用品销售情况
（1）整车销售伴随汽车用品销售的比例
（2）4S店消费者对汽车用品平均消费额
（3）4S店集团汽车用品年消费额
（4）4S店汽车用品各类产品结构
3.2.5 S店汽车用品营销存在的问题
3.3 汽车用品展会情况分析
3.3.1 汽车用品展会现状分析
（1）展会泛滥展览公司混战
（2）脱离汽车展会自成一家

（3）适应行业品牌深化趋势
3.3.2 汽车用品主要展会分析
（1）广州九州汽车用品展（AAITF）
（2）北京雅森CIAACE汽车用品展会
（3）郑州宏达汽车用品交易会
（4）上海歌华展会
3.4 汽车用品电子商务营销分析
3.4.1 电子商务市场发展分析
（1）电子商务市场发展规模
（2）电商网民规模与网购普及率
（3）电子商务市场竞争分析
（4）移动电子商务市场发展规模
（5）移动电子商务市场竞争分析
（6）中国电子商务行业发展趋势
（7）中国电子商务行业前景预测
3.4.2 汽车电子商务市场发展分析
（1）国外汽车电子商务市场发展
（2）汽车电子商务商业模式分析
（3）汽车电子商务应用实例分析
（4）汽车电子商务的发展前景预测
3.4.3 汽车用品电子商务市场发展
（1）汽车用品网购偏好
（2）汽车用品网购规模
（3）汽车用品主要网购产品
（4）汽车用品电子商务发展建议
第4章：汽车养护及美容市场分析
4.1 汽车养护市场分析
4.1.1 汽车养护市场发展简况
4.1.2 汽车养护市场需求分析
4.1.3 汽车养护市场利润分析
4.1.4 汽车养护市场品牌格局
4.1.5 汽车养护市场消费结构
4.1.6 汽车养护市场运营模式
4.1.7 汽车养护市场存在问题
4.2 汽车美容市场分析
4.2.1 汽车美容市场概述
4.2.2 汽车美容市场需求分析
（1）需求规模
（2）需求结构
4.2.3 发达国家汽车美容市场
4.2.4 汽车美容市场发展特征
4.2.5 汽车美容市场经营模式
（1）汽车美容店
（2）汽车美容学校
（3）汽车美容连锁
4.2.6 汽车美容市场发展趋势
第5章：汽车装饰市场分析
5.1 汽车装饰相关知识概述
5.1.1 汽车装饰的概述及分类
5.1.2 汽车装饰的主要内容分析
（1）汽车车外装饰的主要内容
（2）汽车车内装饰的主要内容
5.1.3 国内外装饰市场发展分析
（1）国外市场发展分析
（2）国内市场发展分析
（3）国内市场存在的问题
5.2 汽车装饰竞争现状分析
5.2.1 汽车装饰品牌竞争分析
（1）市场品牌竞争状况

（2）十大装饰连锁品牌
5.2.2 汽车装饰同质化竞争分析
5.2.3 汽车装饰价格竞争分析
5.3 汽车装饰投资前景分析
5.3.1 汽车装饰市场发展趋势
5.3.2 汽车装饰市场发展前景
5.3.3 汽车装饰市场投资策略
第6章：汽车电子用品市场分析
6.1 汽车电子行业发展分析
6.1.1 全球汽车电子行业发展
（1）汽车电子占汽车价值比重
（2）汽车电子市场规模分析
（3）汽车电子市场区域竞争
（4）汽车电子市场产品竞争
6.1.2 中国汽车电子行业发展
（1）行业整体发展状况分析
（2）汽车电子市场规模分析
6.1.3 中国汽车电子行业竞争格局
（1）区域竞争格局分析
（2）企业竞争格局分析
（3）产品竞争格局分析
（4）市场集中度分析
6.1.4 中国汽车电子行业发展趋势
6.1.5 中国汽车电子行业发展预测
6.2 车载导航系统市场分析
6.2.1 汽车导航市场发展现状
6.2.2 车载导航市场规模分析
（1）前装车载导航设备市场规模
（2）后装车载导航设备市场规模
6.2.3 车载导航市场普及率分析
6.2.4 导航市场品牌竞争分析
6.2.5 GPS导航市场分析
（1）GPS导航设备市场总体状况
（2）GPS导航设备品牌结构分析
（3）GPS导航设备产品结构分析
（4）GPS主流厂商分析
6.3 车载娱乐系统市场分析
6.3.1 车载电视市场发展分析
（1）车载电视市场保有量分析
（2）车载电视市场销售量分析
（3）车载电视市场普及率分析
（4）车载电视市场竞争分析
（5）车载电视市场发展趋势
6.3.2 汽车音响市场发展分析
（1）汽车音响市场规模分析
（2）汽车音响市场集中度分析
（3）汽车音响市场消费特点分析
6.3.3 车载DVD市场发展分析
（1）车载DVD市场发展现状分析
（2）车载DVD市场品牌竞争分析
（3）车载DVD市场消费特点分析
6.3.4 车载MP3播放器与FM发射器发展分析
（1）车载MP3播放器与FM发射器市场现状
（2）车载MP3播放器与FM发射器市场区域分布
（3）车载MP3播放器与FM发射器市场价格
6.3.5 汽车娱乐系统市场增长预测
6.4 车载信息系统市场分析
6.4.1 车载信息系统发展现状分析
6.4.2 车载信息系统市场发展趋势

6.4.3 汽车内部电子信息系统分析
6.4.4 Telematics产业的市场发展与前景
（1）Telematics产业的市场发展
（2）Telematics商业模式分析
（3）Telematics市场发展前景
6.4.5 智能交通车载信息系统发展方向
第7章：汽车座椅市场分析
7.1 汽车座椅市场概述
7.1.1 汽车座椅的基本结构
7.1.2 汽车座椅的核心部件
7.1.3 汽车座椅国家标准
7.2 全球汽车座椅市场分析
7.2.1 汽车座椅市场规模走势
7.2.2 汽车座椅市场区域结构
7.2.3 汽车座椅企业竞争格局
7.2.4 汽车座椅市场发展趋势
7.3 中国汽车座椅市场发展
7.3.1 汽车座椅行业发展现状
（1）外资品牌优势明显
（2）自主品牌走低端路线
（3）竞争同质化严重
7.3.2 汽车座椅行业规模分析
7.3.3 汽车座椅市场结构分析
7.3.4 汽车座椅行业存在问题
（1）自主品牌实力弱
（2）行业准入门槛低
（3）整车与零部件配套关系亟待改善
7.4 儿童安全座椅市场分析
7.4.1 儿童安全座椅立法分析
7.4.2 儿童安全座椅合格率分析
7.4.3 儿童安全座椅普及率分析
7.4.4 儿童安全座椅市场生产现状
7.4.5 儿童安全座椅市场规模分析
（1）儿童安全座椅企业规模
（2）儿童安全座椅销售规模与结构
7.4.6 儿童安全座椅市场结构分析
7.4.7 儿童安全座椅销售渠道分析
7.4.8 儿童安全座椅市场价格
第8章：汽车用品消费市场分析
8.1 汽车用品消费市场特征分析
8.1.1 汽车用品整体消费特点
（1）私家车消费趋于大众化
（2）汽车用品销售市场调整
（3）二三线城市成新兴市场
（4）南方汽车消费市场活跃
8.1.2 汽车用品消费群体比较
（1）消费群体年青化发展
（2）中年人消费水平相对较低
（3）女性汽车用品商机无限
8.2 汽车用品消费者关注情况分析
8.2.1 汽车用品购买行为分析
（1）需求呈现出实用性和功能性的特征
（2）消费能力趋于稳定
8.2.2 汽车用品热点关注产品分析
8.2.3 不同产品受关注度分析
（1）汽车养护产品关注度分析
（2）汽车精品关注度分析
（3）常规类用品关注度分析
（4）安全性用品关注度分析

8.3 汽车用品消费者购买途径分析
8.3.1 传统销售方式仍然是市场主流
8.3.2 消费者选购汽车用品的考虑因素
8.3.3 消费者信息获取途径分析
第9章：汽车用品主要企业经营分析
9.1 广州市标榜汽车用品实业有限公司经营情况分析
9.1.1 企业发展简况分析
9.1.2 企业经营情况分析
9.1.3 企业产品结构分析
9.1.4 企业组织架构分析
9.1.5 企业经营状况优劣势分析
9.1.6 企业最新发展动向分析
9.2 广州车邦汽车用品制造有限公司经营情况分析
9.2.1 企业发展简况分析
9.2.2 企业经营情况分析
9.2.3 企业产品结构分析
9.2.4 企业经营状况优劣势分析
9.3 温岭市奥宝汽车用品有限公司经营情况分析
9.3.1 企业发展简况分析
9.3.2 企业经营情况分析
9.3.3 企业产品结构分析
9.3.4 企业销售渠道与网络
9.3.5 企业经营状况优劣势分析
9.4 浙江车百汇汽车用品有限公司经营情况分析
9.4.1 企业发展简况分析
9.4.2 企业经营情况分析
9.4.3 企业产品结构分析
9.4.4 企业销售渠道与网络
9.4.5 企业经营状况优劣势分析
9.5 佛山市禅城区圣奇雄汽车用品有限公司经营情况分析
9.5.1 企业发展简况分析
9.5.2 企业经营情况分析
9.5.3 企业产品结构分析
9.5.4 企业销售渠道与网络
9.5.5 企业经营状况优劣势分析
9.6 上海新竹汽车用品有限公司经营情况分析
9.6.1 企业发展简况分析
9.6.2 企业产品结构分析
9.6.3 企业销售渠道与网络
9.6.4 企业经营状况优劣势分析
9.7 浙江天鸿汽车用品有限公司经营情况分析
9.7.1 企业发展简况分析
9.7.2 企业经营情况分析
9.7.3 企业产品结构分析
9.7.4 企业销售渠道与网络
9.7.5 企业经营状况优劣势分析
9.8 上海乾宝汽车用品有限公司经营情况分析
9.8.1 企业发展简况分析
9.8.2 企业经营情况分析
9.8.3 企业产品结构分析
9.8.4 企业销售渠道与网络
9.8.5 企业经营状况优劣势分析
9.9 深圳市索菱实业股份有限公司经营情况分析
9.9.1 企业发展简况分析
9.9.2 企业经营情况分析
9.9.3 企业产品结构分析
9.9.4 企业销售渠道与网络
9.9.5 企业经营状况优劣势分析
9.9.6 企业最新发展动向分析

9.10 广东东箭汽车用品制造有限公司经营情况分析
9.10.1 企业发展简况分析
9.10.2 企业经营情况分析
9.10.3 企业产品结构分析
9.10.4 企业销售渠道与网络
9.10.5 企业经营状况优劣势分析
9.11 上海俊达汽车装饰有限公司经营情况分析
9.11.1 企业发展简况分析
9.11.2 企业经营情况分析
9.11.3 企业产品结构分析
9.11.4 企业销售渠道与网络
9.11.5 企业经营状况优劣势分析
9.12 深圳市鸿达通贸易有限公司经营情况分析
9.12.1 企业发展简况分析
9.12.2 企业产品结构分析
9.12.3 企业销售渠道与网络
9.12.4 企业经营状况优劣势分析
9.13 开封牧宝皮业有限公司经营情况分析
9.13.1 企业发展简况分析
9.13.2 企业经营情况分析
9.13.3 企业产品结构分析
9.13.4 企业销售渠道与网络
9.13.5 企业经营状况优劣势分析
9.14 宁波居易纺织工艺品有限公司经营情况分析
9.14.1 企业发展简况分析
9.14.2 企业经营情况分析
9.14.3 企业产品结构分析
9.14.4 企业销售渠道与网络
9.14.5 企业经营状况优劣势分析
9.15 上海海晏威固国际贸易有限公司经营情况分析
9.15.1 企业发展简况分析
9.15.2 企业产品结构分析
9.15.3 企业销售渠道与网络
9.15.4 企业经营状况优劣势分析
9.16 厦门彰泰隔热膜有限公司经营情况分析
9.16.1 企业发展简况分析
9.16.2 企业经营情况分析
9.16.3 企业产品结构分析
9.16.4 企业销售渠道与网络
9.16.5 企业经营状况优劣势分析
9.17 苏州金海薄膜科技发展有限公司经营情况分析
9.17.1 企业发展简况分析
9.17.2 企业经营情况分析
9.17.3 企业产品结构分析
9.17.4 企业销售渠道与网络
9.17.5 企业组织架构分析
9.17.6 企业经营状况优劣势分析
9.17.7 企业最新发展动向分析
9.18 上海追得玻璃窗膜有限公司经营情况分析
9.18.1 企业发展简况分析
9.18.2 企业经营情况分析
9.18.3 企业产品结构分析
9.18.4 企业销售渠道与网络
9.18.5 企业经营状况优劣势分析
9.19 广州市佳尼士贸易有限公司经营情况分析
9.19.1 企业发展简况分析
9.19.2 企业经营情况分析
9.19.3 企业产品结构分析
9.19.4 企业销售渠道与网络

9.19.5 企业经营状况优劣势分析
9.20 常州市美格汽车饰件有限公司经营情况分析
9.20.1 企业发展简况分析
9.20.2 企业经营情况分析
9.20.3 企业产品结构分析
9.20.4 企业销售渠道与网络
9.20.5 企业经营状况优劣势分析
9.21 延锋伟世通汽车饰件系统有限公司经营情况分析
9.21.1 企业发展简况分析
9.21.2 企业经营情况分析
9.21.3 企业销售渠道与网络
9.21.4 企业产品结构分析
9.21.5 企业经营状况优劣势分析
9.21.6 企业最新发展动向分析
9.22 华域汽车系统股份有限公司经营情况分析
9.22.1 企业发展简况分析
9.22.2 主要经济指标分析
9.22.3 企业盈利能力分析
9.22.4 企业运营能力分析
9.22.5 企业偿债能力分析
9.22.6 企业发展能力分析
9.22.7 企业发展规模分析
9.22.8 企业销售渠道与网络
9.22.9 企业经营优劣势分析
9.22.10 企业投资兼并与重组分析
9.22.11 企业最新发展动向分析
9.23 长春一汽富维汽车零部件股份有限公司经营情况分析
9.23.1 企业发展简况分析
9.23.2 主要经济指标分析
9.23.3 企业盈利能力分析
9.23.4 企业运营能力分析
9.23.5 企业偿债能力分析
9.23.6 企业发展能力分析
9.23.7 企业发展规模分析
9.23.8 企业销售渠道与网络
9.23.9 企业经营优劣势分析
9.24 宁波华翔电子股份有限公司经营情况分析
9.24.1 企业发展简况分析
9.24.2 主要经济指标分析
9.24.3 企业盈利能力分析
9.24.4 企业运营能力分析
9.24.5 企业偿债能力分析
9.24.6 企业发展能力分析
9.24.7 企业产品结构分析
9.24.8 企业客户资源分析
9.24.9 企业经营优劣势分析
9.25 宁波双林汽车部件股份有限公司经营情况分析
9.25.1 企业发展简况分析
9.25.2 主要经济指标分析
9.25.3 企业盈利能力分析
9.25.4 企业运营能力分析
9.25.5 企业偿债能力分析
9.25.6 企业发展能力分析
9.25.7 企业产品结构分析
9.25.8 企业销售渠道与网络
9.25.9 企业经营优劣势分析
9.26 沈阳李尔汽车座椅内饰系统有限公司经营情况分析
9.26.1 企业发展简况分析
9.26.2 企业主营产品分析

9.26.3 企业营销网络分析
9.26.4 企业营收能力分析
9.26.5 企业盈利能力分析
9.26.6 企业运营能力分析
9.26.7 企业偿债能力分析
9.26.8 企业发展能力分析
9.26.9 企业经营优劣势分析
9.27 西德科东昌汽车座椅技术有限公司经营情况分析
9.27.1 企业发展简况分析
9.27.2 企业生产设备分析
9.27.3 企业主营产品分析
9.27.4 企业营收能力分析
9.27.5 企业盈利能力分析
9.27.6 企业运营能力分析
9.27.7 企业偿债能力分析
9.27.8 企业发展能力分析
9.27.9 企业经营优劣势分析
9.28 北京四维图新科技股份有限公司经营情况分析
9.28.1 企业发展简况分析
9.28.2 主要经济指标分析
9.28.3 企业盈利能力分析
9.28.4 企业运营能力分析
9.28.5 企业偿债能力分析
9.28.6 企业发展能力分析
9.28.7 企业产品结构分析
9.28.8 企业销售渠道与网络
9.28.9 企业经营状况优劣势分析
9.28.10 企业投资兼并与重组分析
9.28.11 企业最新发展动向分析
9.29 北京合众思壮科技股份有限公司经营分析
9.29.1 企业发展简况分析
9.29.2 主要经济指标分析
9.29.3 企业盈利能力分析
9.29.4 企业运营能力分析
9.29.5 企业偿债能力分析
9.29.6 企业发展能力分析
9.29.7 企业组织架构分析
9.29.8 企业主营产品及其用途
9.29.9 企业经营模式分析
9.29.10 企业经营状况优劣势分析
9.29.11 企业投资兼并与重组分析
9.29.12 企业最新发展动向分析
9.30 深圳市赛格导航科技股份有限公司经营分析
9.30.1 企业发展简况分析
9.30.2 企业经营情况分析
9.30.3 企业研发能力分析
9.30.4 企业产品结构分析
9.30.5 企业销售渠道与网络
9.30.6 企业经营状况优劣势分析
9.31 深圳市赛格导航科技股份有限公司经营分析
9.31.1 企业发展简况分析
9.31.2 企业经营情况分析
9.31.3 企业研发能力分析
9.31.4 企业产品结构分析
9.31.5 企业销售渠道与网络
9.31.6 企业经营状况优劣势分析
9.32 广东好帮手电子科技股份有限公司经营情况分析
9.32.1 企业发展简况分析
9.32.2 企业经营情况分析

9.32.3 企业产品结构分析
9.32.4 企业销售渠道与网络
9.32.5 企业经营状况优劣势分析
9.32.6 企业最新发展动向分析
9.33 深圳华强信息产业有限公司经营分析
9.33.1 企业发展简况分析
9.33.2 企业经营情况分析
9.33.3 企业研发能力分析
9.33.4 企业产品结构分析
9.33.5 企业销售渠道与网络
9.33.6 企业经营状况优劣势分析
9.34 深圳市路畅科技有限公司经营分析
9.34.1 企业发展简况分析
9.34.2 企业研发能力分析
9.34.3 企业产品结构分析
9.34.4 企业销售渠道与网络
9.34.5 企业经营优劣势分析
9.34.6 企业最新发展动向分析
9.35 深圳市航盛电子股份有限公司经营情况分析
9.35.1 企业发展简况分析
9.35.2 企业经营情况分析
9.35.3 企业产品结构分析
9.35.4 企业销售渠道与网络
9.35.5 企业经营状况优劣势分析
9.35.6 企业最新发展动向分析
9.36 天派电子（深圳）有限公司经营情况分析
9.36.1 企业发展简况分析
9.36.2 企业经营情况分析
9.36.3 企业产品结构分析
9.36.4 企业销售渠道与网络
9.36.5 企业经营状况优劣势分析
9.36.6 企业最新发展动向分析
9.37 太仓阿尔派电子有限公司经营分析
9.37.1 企业发展简况分析
9.37.2 企业经营情况分析
9.37.3 企业产品结构分析
9.37.4 企业销售渠道与网络
9.37.5 企业经营状况优劣势分析
9.38 深圳市元征科技股份有限公司经营情况分析
9.38.1 企业发展简况分析
9.38.2 主要经济指标分析
9.38.3 企业盈利能力分析
9.38.4 企业运营能力分析
9.38.5 企业偿债能力分析
9.38.6 企业发展能力分析
9.38.7 企业产品结构分析
9.38.8 企业销售渠道与网络
9.38.9 企业经营状况优劣势分析
9.38.10 企业最新发展动向分析
9.39 延锋伟世通汽车电子有限公司经营分析
9.39.1 企业发展简况分析
9.39.2 企业经营情况分析
9.39.3 企业产品结构分析
9.39.4 企业销售渠道与网络
9.39.5 企业经营优劣势分析
9.39.6 企业最新发展动向分析
9.40 天津富士通天电子有限公司经营分析
9.40.1 企业发展简况分析
9.40.2 企业经营情况分析

9.40.3 企业产品结构分析
9.40.4 企业销售渠道与网络分析
9.40.5 企业经营状况优劣势分析
9.41 联合汽车电子有限公司经营分析
9.41.1 企业发展简况分析
9.41.2 企业经营情况分析
9.41.3 企业研发能力分析
9.41.4 企业产品结构分析
9.41.5 企业销售渠道与网络
9.41.6 企业经营状况优劣势分析
9.41.7 企业投资兼并与重组分析
9.42 芜湖江森云鹤汽车座椅有限公司经营情况分析
9.42.1 企业发展简况分析
9.42.2 企业主营业务分析
9.42.3 企业营收能力分析
9.42.4 企业盈利能力分析
9.42.5 企业运营能力分析
9.42.6 企业偿债能力分析
9.42.7 企业发展能力分析
9.43 厦门金龙汽车座椅有限公司经营情况分析
9.43.1 企业发展简况分析
9.43.2 企业主营产品分析
9.43.3 企业生产设备分析
9.43.4 企业营销网络分析
9.43.5 企业经营情况分析
9.43.6 企业经营优劣势分析
9.44 廊坊中德汽车座椅制造有限公司经营情况分析
9.44.1 企业发展简况分析
9.44.2 企业组织结构分析
9.44.3 企业产品结构分析
9.44.4 企业生产设备分析
9.44.5 企业经营优劣势分析
9.45 北京朗智亿成汽车系统有限公司经营情况分析
9.45.1 企业发展简况分析
9.45.2 企业经营业务分析
9.45.3 企业产品结构分析
9.45.4 企业经营优劣势分析
第10章：汽车用品行业区域市场需求分析
10.1 东北地区市场需求分析
10.1.1 黑龙江省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.1.2 吉林省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.1.3 辽宁省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.2 华北地区市场需求分析
10.2.1 北京市市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.2.2 天津市市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析

（3）轿车市场需求分析
10.2.3 河北省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.2.4 山西省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3 华东地区市场需求分析
10.3.1 上海市市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3.2 浙江省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3.3 江苏省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3.4 山东省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3.5 安徽省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3.6 江西省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.3.7 福建省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.4 中南地区市场需求分析
10.4.1 河南省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.4.2 湖北省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.4.3 湖南省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.4.4 广东省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.4.5 广西省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析

10.5 西南地区市场需求分析
10.5.1 重庆市市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.5.2 川省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.6 西北地区市场需求分析
10.6.1 陕西省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
10.6.2 甘肃省市场需求分析
（1）汽车后市场需求分析
（2）汽车制造业需求分析
（3）轿车市场需求分析
第11章：汽车用品行业发展趋势及前景预测
11.1 汽车用品行业投资风险分析
11.1.1 汽车用品行业国家政策风险
11.1.2 汽车用品行业市场竞争风险
11.1.3 汽车用品行业企业经营风险
11.2 汽车用品行业投资特性分析
11.2.1 汽车用品行业进入壁垒分析
11.2.2 汽车用品行业盈利模式分析
11.2.3 汽车用品行业盈利因素分析
11.3 汽车用品行业投资机会及建议
11.3.1 汽车用品行业投资潜力分析
11.3.2 汽车用品行业投资机会及建议
11.4 汽车用品市场发展前景预测
11.4.1 汽车用品市场发展趋势分析
11.4.2 汽车用品市场发展前景预测
（1）2015-2020年汽车保有量预测
（2）2015-2020年汽车产销量预测
（3）2015-2020年汽车后市场预测
（4）2015-2020年汽车用品市场预测

图表目录

图表1：汽车用品分类图
图表2：汽车用品行业细分产品结构
图表3：《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》解读
图表4：中国汽车用品标准汇总表
图表5：2012-2013年中国国内生产总值与增速趋势图（单位：万亿元，%）
图表6：2005-2013年中国国内生产总值趋势图（单位：亿元，%）
图表7：2012-2013制造业PMI走势图（单位：%）
图表8：2005-2013年居民人均可支配收入趋势图（单位：元，%）
图表9：2005-2013年中国城镇化率趋势图（单位：%）
图表10：2005-2013年汽车制造业工业总产值走势图（单位：亿元）
图表11：2005-2013年汽车制造业销售收入走势图（单位：亿元）
图表12：2005-2013年汽车制造业销售利润率走势图（单位：%）
图表13：2005-2013年汽车制造业毛利率走势图（单位：%）
图表14：2005-2013年汽车制造业总资产报酬率走势图（单位：%）
图表15：2005-2013年汽车零部件制造业工业总产值走势图（单位：亿元，%）
图表16：2005-2013年汽车制造业销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表17：2005-2013年汽车零部件制造业销售利润率走势图（单位：%）
图表18：2005-2013年汽车零部件制造业盈利能力走势图（单位：%）
图表19：2005-2013年汽车零部件制造业总资产报酬率走势图（单位：%）
图表20：2006-2013年汽车商品进口规模走势图（单位：亿美元）
图表21：2006-2013年汽车商品出口规模走势图（单位：亿美元）
图表22：2006-2013年汽车零部件出口规模走势图（单位：亿美元，%）
图表23：2006-2013年汽车零部件出口规模走势（单位：亿美元，%）
图表24：中国汽车后市场发展历程分析
图表25：汽车后市场生命周期图
图表26：中国汽车后市场生命周期分析
图表27：中国汽车后市场发展现状分析
图表28：中国汽车后市场渠道模式分析
图表29：2005-2013年中国汽车后市场营业额趋势图（单位：亿元，%）
图表30：中国汽车后市场发展趋势分析
图表31：2008-2013年中国车联网前装装配数及增长率（单位：万台，%）
图表32：2015-2020年中国汽车改装市场规模及预测（单位：亿元）
图表33：2011-2013年中国汽车用品市场容量（单位：亿元）
图表34：中国汽车用品分区域行业利润情况表（单位：%）
图表35：2013年中国汽车用品市场结构（单位：%）
图表36：2013年汽车用品行业十大评选获奖企业区域分布图（单位：个）
图表37：2013年汽车用品行业十大新锐品牌公司
图表38：2013年汽车用品行业十大知名品牌公司
图表39：2013年汽车用品行业十大知名防爆膜品牌公司
图表40：2013年汽车用品行业十大汽车装饰品牌公司
图表41：2011-2013年全球汽车保有量走势图（单位：亿辆）
图表42：2009-2013年全球汽车产销量走势图（单位：万辆）
图表43：2013年全球汽车产量区域结构图（单位：%）
图表44：2005-2013年美国汽车产销量趋势图（单位：万辆）
图表45：2013年美国汽车分车型（产量）结构图（单位：%）
图表46：2008-2013年德国汽车注册量趋势图（单位：万辆）
图表47：2005-2013年德国汽车产销量趋势图（单位：万辆）
图表48：德国汽车注册量结构图（单位：%）
图表49：德国汽车产量结构图（单位：%）
图表50：2005-2013年日本汽车产销量趋势图（单位：万辆）
图表51：2013年日本汽车分车型（产量）结构图（单位：%）
图表52：2013年日本汽车分车型（销量）结构图（单位：%）
图表53：2013年日本汽车分品牌（产量）结构图（单位：%）
图表54：2013年日本汽车分品牌（销量）结构图（单位：%）
图表55：2008-2013年韩国汽车保有量趋势图（单位：万辆）
图表56：2005-2013年韩国汽车产销量趋势图（单位：万辆）
图表57：2013年韩国汽车产量结构图（单位：%）
图表58：2013年韩国汽车保有量结构图（单位：%）
图表59：2008-2013年印度汽车产量趋势图（单位：万辆）
图表60：2013年印度汽车产量结构图（单位：%）
图表61：2008-2013年巴西汽车注册量趋势图（单位：万辆）
图表62：2008-2013年巴西汽车产量趋势图（单位：万辆）
图表63：2013年巴西汽车产量结构图（单位：%）
图表64：2005-2013年中国汽车保有量趋势图（单位：万辆，%）
图表65：2009-2013年中国汽车保有量占全球比重图（单位：亿辆，%）
图表66：2005-2013年中国汽车产量趋势图（单位：万辆，%）
图表67：2009-2013年中国汽车产量占全球比重图（单位：万辆，%）
图表68：中国汽车保有量区域结构图（单位：%）
图表69：中国汽车保有量车型结构图（单位：%）
图表70：中国载客汽车保有量车型结构图（单位：%）
图表71：中国载货汽车保有量车型结构图（单位：%）
图表72：2013年中国汽车企业产量区域分布（单位：%）
图表73：2013年中国乘用车产量结构图（单位：%）
图表74：2013年中国商用车产量结构图（单位：%）
图表75：2005-2013年中国乘用车产销量趋势图（单位：万辆）

图表76：2005-2013年中国乘用车产量占比趋势图（单位：%）
图表77：2005-2013年中国轿车产销量（单位：万辆）
图表78：2005-2013年中国轿车产量占比趋势图（单位：%）
图表79：2005-2013年中国MPV产销量趋势图（单位：万辆）
图表80：2005-2013年中国MPV产量占比趋势图（单位：%）
图表81：2005-2013年中国SUV产销量趋势图（单位：万辆）
图表82：2005-2013年中国SUV产量占比趋势图（单位：%）
图表83：2005-2013年中国交叉型乘用车产销量趋势图（单位：万辆）
图表84：2005-2013年中国交叉型乘用车产量占比趋势图（单位：%）
图表85：2005-2013年中国商用车产销量趋势图（单位：万辆）
图表86：2005-2013年中国商用车产量占比趋势图（单位：%）
图表87：2005-2013年中国大型客车产销量趋势图（单位：万辆）
图表88：2005-2013年中国大型客车产量占比趋势图（单位：%）
图表89：2005-2013年中国中型客车产销量趋势图（单位：万辆）
图表90：2005-2013年中国中型客车产量占比趋势图（单位：%）
图表91：2005-2013年中国轻型客车产销量趋势图（单位：万辆）
图表92：2005-2013年中国轻型客车产量占比趋势图（单位：%）
图表93：2005-2013年中国重卡产销量趋势图（单位：万辆）
图表94：2005-2013年中国重卡产量占比趋势图（单位：%）
图表95：2005-2013年中国中卡产销量趋势图（单位：万辆）
图表96：2005-2013年中国中卡产量占比趋势图（单位：%）
图表97：2005-2013年中国轻卡产销量趋势图（单位：万辆）
图表98：2005-2013年中国轻卡产量占比趋势图（单位：%）
图表99：2005-2013年中国微卡产销量趋势图（单位：万辆）
图表100：2005-2013年中国微卡产量占比趋势图（单位：%）
图表101：汽车用品营销渠道结构图（单位：%）
图表102：汽车4S店汽车用品进货渠道结构图（单位：%）
图表103：4S店汽车用品经营模式（单位：%）
图表104：4S店汽车用品销售负责人情况（单位：%）
图表105：4S店汽车用品经营负责部门情况（单位：%）
图表106：4S店汽车用品伴随汽车销售的比例（单位：%）
图表107：4S店汽车用品消费额（单位：元，%）
图表108：4S店汽车用品年消费额（单位：万元，%）
图表109：各种类汽车用品在4S店的销售情况（单位：万元，%）
图表110：第九届广州国际汽车改装服务业展览会主要内容一栏表
图表111：2009-2013年中国电子商务交易规模及预测（单位：万亿元，%）
图表112：2013年上半年中国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
图表113：2013年中国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
图表114：2013年中国电子商务区域分布情况（单位：%）
图表115：2013年中国电子商务行业分布情况（单位：%）
图表116：2015-2020年中国智能手机保有量规模及预测（单位：亿台，%）
图表117：2009-2015年中国移动电子商务实物交易用户规模及预测（单位：万户，%）
图表118：2009-2015年中国移动互联网市场规模及预测（单位：亿元，%）
图表119：2013年中国移动电子商务市场份额（单位：%）
图表120：2015-2020年中国电子商务市场交易规模预测（单位：万亿元）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！