

2013-2017年中国汽车用品 市场评估及市场前景研究报告

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

《2013-2017年中国汽车用品市场评估及市场前景研究报告》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/201304/92604.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，2011年，我国汽车用品类产品总产值已达到4300亿元人民币，我国汽车用品行业经销企业超过10万多家。

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。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国汽车用品市场评估及市场前景研究报告》共十一章。首先介绍了汽车用品行业相关概述、世界汽车用品行业运行形式等，接着分析了中国汽车用品产业发展环境，然后介绍了中国汽车用品市场供需、中国汽车用品市场运行情况。随后，报告对汽车用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车用品行业发展趋势与前景。您若想对汽车用品产业有个系统的了解或者想投资汽车用品行业，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家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。

第一章 汽车用品行业相关概述

第一节 车用品的定义及分类

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 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 2013年世界汽车用品行业市场运行形势分析

第一节 2013年全球汽车用品行业发展概况

第二节 世界汽车用品行业发展走势

二、全球汽车用品行业市场分布情况

三、全球汽车用品行业发展趋势分析

第三节 全球汽车用品行业重点国家和地区分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 2013年中国汽车用品产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 汽车用品行业主管部门、行业监管体

第三节 中国汽车用品行业主要法律法规及政策

第四节 2013年中国汽车用品产业社会环境发展分析

第四章 2012-2013年中国汽车用品市场供需分析

第一节 中国汽车用品市场供给状况

一、2008-2012年中国汽车用品产量分析

二、2013-2017年中国汽车用品产量预测

第二节 中国汽车用品市场需求状况

一、2008-2012年中国汽车用品需求分析

二、2013-2017年中国汽车用品需求预测

第三节 2012年汽车用品区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国汽车用品市场价格状况

一、2008-2012年中国汽车用品价格分析

二、2013-2017年中国汽车用品价格预测

第五章 2008-2012年汽车用品进出口数据分析

第一节 2008-2012年汽车用品进口分析

一、汽车用品进口数量情况

二、汽车用品进口金额分析

三、汽车用品进口来源分析

四、汽车用品进口价格分析

第二节 2008-2012年汽车用品出口分析

一、汽车用品出口数量情况

二、汽车用品出口金额分析

三、汽车用品出口流向分析

四、汽车用品出口价格分析

第六章 2011-2013年中国汽车用品市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 2011-2013年中国汽车用品所属行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国汽车用品所属行业总体数据分析

- 一、2011年中国汽车用品所属行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国汽车用品所属行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国汽车用品所属行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国汽车用品所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国汽车用品所属行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国汽车用品所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国汽车用品所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国汽车用品所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国汽车用品所属行业不同所有制企业数据分析
- 一、2012年中国汽车用品所属行业不同所有制企业数据分析
- 一、2013年中国汽车用品所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国汽车用品行业竞争格局及战略分析

第一节 中国汽车用品行业竞争结构分析

- 一、行业现有企业间的竞争
- 二、行业新进入者威胁分析
- 三、替代产品或服务的威胁
- 四、上游供应商讨价还价能力
- 五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国汽车用品行业竞争力分析

- 一、品牌竞争分析
- 二、成本竞争分析
- 三、价格竞争分析
- 四、技术竞争分析

第三节 汽车用品市场集中度分析

- 一、国内汽车用品企业分布
- 二、国内汽车用品企业市场集中度
- 三、国内汽车用品消费区域分布

第四节 汽车用品企业资本市场运作建议

- 一、汽车用品企业兼并及收购建议
- 二、汽车用品企业融资方式选择建议

三、汽车用品企业海外市场运作建议

第九章 汽车用品主要生产厂商竞争力分析（可自选企业）

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十章 2013-2017年中国汽车用品行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2017年中国汽车用品行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国汽车用品行业投资前景分析

一、汽车用品行业发展前景

二、汽车用品发展趋势分析

三、汽车用品市场前景分析

第三节 2013-2017年中国汽车用品行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2013-2017年汽车用品行业投资策略及建议

第十一章 2013-2017年中国汽车用品行业发展策略及投资建议

第一节 汽车用品行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 汽车用品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

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 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201304/92604.html>