

## 2024-2029年中国汽车用品行业市场全景调研与竞争格局风险报告

## 报告简介

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。2018年12月份汽车用品价格指数为119.31，较11月价格指数环比下跌0.40点，跌幅为0.334%。2019年8月份汽车用品价格指数为120.9点，其中，美容养护价格指数为178.88点，上涨1.3%;外饰用品价格指数为110.01点，上涨0.9%;内饰用品价格指数98.56点，上涨0.2%。

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。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国汽车用品市场进行了分析研究。报告在总结中国汽车用品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国汽车用品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为汽车用品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一部分 行业运行现状

## 第一章 汽车用品行业发展综述 1

## 第一节 汽车用品行业定义及特征 1

### 一、行业定义 1

### 二、行业产品分类 1

### 三、行业特征分析 1

## 第二节 汽车用品行业统计标准 2

### 一、统计部门和统计口径 2

### 二、行业主要统计方法介绍 2

### 三、行业涵盖数据种类介绍 3

## 第三节 汽车用品行业经济指标分析 4

### 一、赢利性 4

### 二、成长速度 4

### 三、附加值的提升空间 4

### 四、进入壁垒/退出机制 5

### 五、风险性 6

### 六、行业周期 6

## 第二章 中国汽车用品行业发展环境分析 7

### 第一节 经济环境分析 7

#### 一、国家宏观经济环境 7

##### 1、居民人均GDP增长 7

##### 2、居民收入增长情况 10

#### 二、行业宏观经济环境 10

### 第二节 政策环境分析 11

#### 一、行业法规及政策 11

#### 二、行业发展规划 19

第三节 技术环境分析 19

一、主要生产技术分析 19

二、技术发展趋势分析 21

第三章 “十四五” 期间经济环境分析 22

第一节 “十四五” 期间世界经济发展趋势 22

一、“十四五” 期间世界经济将逐步恢复增长 22

二、“十四五” 期间经济全球化曲折发展 22

三、“十四五” 期间新能源与节能环保将引领全球产业 23

四、“十四五” 期间跨国投资再趋活跃 23

五、“十四五” 期间气候变化与能源资源将制约世界经济 24

六、“十四五” 期间美元地位继续削弱 24

七、“十四五” 期间世界主要新兴经济体大幅提升 25

第二节 “十四五” 期间我国经济面临的形势 26

一、“十四五” 期间我国经济将长期趋好 26

二、“十四五” 期间我国经济将围绕三个转变 26

三、“十四五” 期间我国工业产业将全面升级 26

四、“十四五” 期间我国以绿色发展战略为基调 29

第三节 “十四五” 期间我国对外经济贸易预测 30

一、“十四五” 期间我国劳动力结构预测 30

二、“十四五” 期间我国贸易形式和利用外资方式预测 31

三、“十四五” 期间我国自主创新结构预测 35

四、“十四五” 期间我国产业体系预测 36

五、“十四五” 期间我国产业竞争力预测 36

六、“十四五” 期间我国经济国家化预测 37

七、“十四五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测	39
八、“十四五”期间人民币区域化和国际化预测	42
九、“十四五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测	45
十、“十四五”期间我国中小企业面临的外需环境预测	46
第三章 国际汽车用品行业发展分析及经验借鉴	49
第一节 全球汽车用品市场总体情况分析	49
一、全球汽车用品行业的发展特点	49
二、全球汽车用品市场结构	49
三、全球汽车用品行业发展分析	49
四、全球汽车用品行业竞争格局	49
五、全球汽车用品市场区域分布	50
第二节 美国汽车用品行业发展经验借鉴	50
一、美国汽车用品行业发展历程分析	50
二、美国汽车用品行业运营模式分析	51
三、美国汽车用品行业发展趋势预测	51
四、美国汽车用品行业对中国的启示	52
第三节 日本汽车用品行业发展经验借鉴	52
一、日本汽车用品行业发展历程分析	52
二、日本汽车用品行业运营模式分析	52
三、日本汽车用品行业发展趋势预测	53
四、日本汽车用品行业对中国的启示	53
第二部分 行业深度分析	
第四章 中国汽车用品行业运行现状分析	54
第一节 中国汽车用品行业发展状况分析	54

- 一、中国汽车用品行业发展阶段 54
- 二、中国汽车用品行业发展总体概况 54
- 三、中国汽车用品行业发展特点分析 55
- 第二节 2019-2023年汽车用品行业发展现状 55
- 一、中国汽车用品行业市场规模 55
- 二、中国汽车用品行业发展分析 56
- 三、中国汽车用品企业发展分析 58
- 第三节 2019-2023年汽车用品市场情况分析 58
- 一、中国汽车用品市场总体概况 58
- 二、中国汽车用品产品市场发展分析 58
- 三、中国汽车用品市场发展趋势分析 59
- 第五章 中国汽车用品市场供需形势分析 60
- 第一节 汽车用品行业生产分析 60
- 一、国内产品及原材料生产基地分布 60
- 二、产品及原材料产业集群发展分析 60
- 三、2019-2023年汽车用品重点细分产品市场规模情况分析 60
- 第二节 中国汽车用品市场供需分析 61
- 一、2019-2023年中国汽车用品行业供给情况 61
- 1、中国汽车用品行业供给分析 61
- 2、中国汽车用品行业产品产量分析 61
- 3、重点企业产能及占有份额 62
- 二、2019-2023年中国汽车用品行业需求情况 62
- 1、汽车用品行业需求市场 62
- 2、汽车用品行业客户结构 62

- 3、汽车用品行业需求的地区差异 63
- 三、2019-2023年中国汽车用品行业供需平衡分析 63
- 第三节 汽车用品产品市场应用及需求预测 63
  - 一、汽车用品产品应用市场总体需求分析 63
  - 二、2024-2029年汽车用品行业领域需求量预测 64
    - 1、汽车用品行业需求产品市场格局预测 64
    - 2、汽车用品行业需求产品功能预测 64
  - 三、重点行业汽车用品产品需求分析预测 66
- 第六章 汽车用品行业进出口结构及面临的机遇与挑战 67
  - 第一节 汽车用品行业进出口市场分析 67
    - 一、汽车用品行业进出口综述 67
      - 1、中国汽车用品进出口的特点分析 67
      - 2、中国汽车用品进出口地区分布状况 67
      - 3、中国汽车用品进出口的贸易方式及经营企业分析 67
      - 4、中国汽车用品进出口政策与国际化经营 68
    - 二、汽车用品行业出口市场分析 70
      - 1、2019-2023年行业出口整体情况 70
      - 2、2019-2023年行业出口总额分析 70
    - 三、汽车用品行业进口市场分析 70
      - 1、2019-2023年行业进口整体情况 70
      - 2、2019-2023年行业进口总额分析 70
  - 第二节 中国汽车用品出口面临的挑战及对策 71
    - 一、中国汽车用品出口面临的挑战 71
    - 二、汽车用品行业进出口前景 72

三、汽车用品行业进出口发展建议	72
第七章 汽车用品市场竞争格局及集中度分析	74
第一节 汽车用品行业国际竞争格局分析	74
一、国际汽车用品市场发展状况	74
二、国际汽车用品市场竞争格局	74
三、国际汽车用品市场发展趋势分析	74
四、国际汽车用品重点企业竞争力分析	75
第二节 汽车用品行业国内竞争格局分析	75
一、国内汽车用品行业市场规模分析	75
二、国内汽车用品行业竞争格局分析	76
第三节 汽车用品行业集中度分析	76
一、企业集中度分析	76
二、区域集中度分析	76
三、市场集中度分析	76
第三部分 竞争格局分析	
第八章 汽车用品行业区域市场分析	78
第一节 行业总体区域结构特征分析	78
一、行业区域结构总体特征	78
二、行业区域集中度分析	78
三、行业区域分布特点分析	78
四、行业规模指标区域分布分析	78
五、行业效益指标区域分布分析	79
六、行业企业数的区域分布分析	79
第二节 华东地区汽车用品行业分析	79

- 一、行业发展现状分析 79
- 二、市场规模情况分析 80
- 三、市场需求情况分析 80
- 四、行业发展前景预测 80
- 第三节 华南地区汽车用品行业分析 81
  - 一、行业发展现状分析 81
  - 二、市场规模情况分析 82
  - 三、市场需求情况分析 82
  - 四、行业发展前景预测 82
- 第四节 华中地区汽车用品行业分析 83
  - 一、行业发展现状分析 83
  - 二、市场规模情况分析 83
  - 三、市场需求情况分析 84
  - 四、行业发展前景预测 84
- 第五节 华北地区汽车用品行业分析 84
  - 一、行业发展现状分析 84
  - 二、市场规模情况分析 85
  - 三、市场需求情况分析 85
  - 四、行业发展前景预测 85
- 第六节 东北地区汽车用品行业分析 86
  - 一、行业发展现状分析 86
  - 二、市场规模情况分析 87
  - 三、市场需求情况分析 87
  - 四、行业发展前景预测 87



第七节 西部地区汽车用品行业分析 88

一、行业发展现状分析 88

二、市场规模情况分析 88

三、市场需求情况分析 88

四、行业发展前景预测 88

第九章 中国汽车用品行业生产企业经营分析 90

第一节 江苏惠民汽车配件制造有限公司 90

一、企业发展概况 90

二、企业经营状况分析 90

三、企业产品结构分析 90

四、企业技术水平分析 90

五、企业盈利能力分析 91

六、企业销售渠道与网络 91

第二节 北京市汽车修理公司 91

一、企业发展概况分析 91

二、企业业务结构分析 91

三、企业发展规模分析 92

四、企业经营情况分析 92

五、企业服务网点分析 93

六、企业竞争优势分析 93

七、企业最新发展动向 94

八、企业发展战略分析 94

第三节 上海幼狮高级轿车修理有限公司 95

一、企业发展概况分析 95

- 二、企业业务结构分析 96
  - 三、企业技术水平分析 97
  - 四、企业经营情况分析 97
  - 五、企业服务网点分析 97
  - 六、企业竞争优势分析 97
  - 七、企业最新发展动向 99
  - 八、企业发展战略分析 99
- 第四节 北京首汽汽车修理有限公司 100
- 一、企业发展概况分析 100
  - 二、企业业务结构分析 100
  - 三、企业经营情况分析 101
  - 四、企业服务网点分析 101
  - 五、企业竞争优势分析 101
  - 六、企业最新发展动向 101
  - 七、企业发展战略分析 102
- 第五节 北京车爵仕汽车用品有限公司 102
- 一、企业发展概况分析 102
  - 二、企业业务结构分析 102
  - 三、企业经营情况分析 103
  - 四、企业技术实力分析 103
  - 五、企业直营连锁分析 103
  - 六、企业竞争优势分析 103
  - 七、企业品牌加盟动向 103
  - 八、企业最新发展动向 104

第六节 深圳市联盟九九汽车有限公司 105

一、企业发展概况分析 105

二、企业业务结构分析 105

三、企业特色产品分析 106

四、企业经营情况分析 108

五、企业连锁加盟分析 108

六、企业培训业务分析 108

七、企业常用设备分析 108

八、企业最新发展动向 109

第七节 奇星(国际)汽车改装部品有限公司 109

一、企业发展概况分析 109

二、企业业务结构分析 109

三、企业技术实力分析 110

四、企业经营情况分析 110

五、企业改装案例分析 110

六、企业竞争优势分析 110

七、企业最新发展动向 111

八、企业发展战略分析 111

第八节 山东蓬翔汽车有限公司 112

一、企业发展概况分析 112

二、企业业务结构分析 112

三、企业产品结构分析 113

四、企业经营情况分析 113

五、企业生产设备分析 114

六、企业竞争优势分析 114

七、企业最新发展动向 114

八、企业发展战略分析 114

第九节 一汽解放青岛汽车有限公司 115

一、企业发展概况分析 115

二、企业业务结构分析 115

三、企业产品结构分析 116

四、企业经营情况分析 116

五、企业营销网络分析 116

六、企业最新发展动向 116

第十节 广东好帮手电子科技股份有限公司 117

一、企业发展概况分析 117

二、企业业务结构分析 118

三、企业产品结构分析 118

四、企业经营情况分析 118

五、企业营销网络分析 118

六、企业服务体系分析 118

七、企业竞争优势分析 119

八、企业最新发展动向 119

第四部分 发展前景展望

第十章 2024-2029年汽车用品行业前景及趋势预测 120

第一节 2024-2029年汽车用品市场发展前景 120

一、汽车用品市场发展潜力 120

二、汽车用品市场发展前景展望 120

- 三、汽车用品细分行业发展前景分析 120
- 第二节 2024-2029年汽车用品市场发展趋势预测 121
  - 一、汽车用品行业发展趋势分析 121
    - 1、技术发展趋势分析 121
    - 2、产品发展趋势分析 121
  - 二、汽车用品行业市场规模预测 122
    - 1、汽车用品行业市场规模预测 122
    - 2、汽车用品行业销售收入预测 122
  - 三、汽车用品行业细分市场发展趋势预测 123
- 第十一章 2024-2029年汽车用品行业投资机会与风险防范 125
  - 第一节 中国汽车用品行业投资特性分析 125
    - 一、汽车用品行业进入壁垒分析 125
    - 二、汽车用品行业盈利模式分析 125
    - 三、汽车用品行业盈利因素分析 126
  - 第二节 中国汽车用品行业投资情况分析 127
    - 一、汽车用品行业总体投资及结构 127
    - 二、汽车用品行业投资规模情况 127
    - 三、汽车用品行业投资项目分析 127
  - 第三节 中国汽车用品行业投资风险 127
    - 一、汽车用品行业供求风险 127
    - 二、汽车用品行业关联产业风险 128
    - 三、汽车用品行业产品结构风险 130
  - 第四节 汽车用品行业投资机会 132
    - 一、产业链投资机会 132

二、细分市场投资机会 132

三、重点区域投资机会 133

四、汽车用品投资机遇 133

第五部分 发展战略研究

第十二章 汽车用品行业发展战略研究 135

第一节 汽车用品行业发展战略研究 135

一、战略综合规划 135

二、技术开发战略 135

三、业务组合战略 139

四、区域战略规划 141

五、产业战略规划 151

六、营销品牌战略 152

七、竞争战略规划 155

第二节 对中国汽车用品品牌的战略思考 159

一、汽车用品品牌的重要性 159

二、汽车用品实施品牌战略的意义 160

三、汽车用品企业品牌的现状分析 161

四、中国汽车用品企业的品牌战略 162

五、汽车用品品牌战略管理的策略 164

第三节 市场的重点客户战略实施 168

一、实施重点客户战略的必要性 168

二、合理确立重点客户 169

三、对重点客户的营销策略 170

四、强化重点客户的管理 176

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 178

第四节 行业应对策略 179

一、把握国家投资的契机 179

二、竞争性战略联盟的实施 183

三、企业自身应对策略 184

第五节 汽车用品行业经营策略分析 185

一、汽车用品市场细分策略 185

二、汽车用品市场创新策略 186

三、品牌定位与品类规划 187

四、汽车用品新产品差异化战略 189

第六节 汽车用品行业投资战略研究 193

一、2019-2023年汽车用品行业投资战略 193

二、2024-2029年汽车用品行业投资战略 193

三、2024-2029年细分行业投资战略 196

图表目录

图表：2019-2023年中国中国汽车用品行业市场规模 56

图表：2019-2023年中国汽车影音设备市场规模 60

图表：2019-2023年中国汽车用品行业产品生产值 61

图表：2019-2023年中国车主有关购买汽车用品的调查表 62

图表：2019-2023年中国车主对各种汽车用品需求度 64

图表：2019-2023年中国消费者认为最不值得购买的产品 65

图表：2019-2023年中国机动车辆用其他座椅的出口情况 70

图表：2019-2023年中国机动车辆用其他座椅的进口情况 70

图表：2019-2023年中国中国汽车用品行业市场规模 75

- 图表：2019-2023年华东地区汽车用品市场规模 80
- 图表：2019-2023年华南地区汽车用品市场规模 82
- 图表：2019-2023年华中地区汽车用品市场规模 83
- 图表：2019-2023年华北地区汽车用品市场规模 85
- 图表：2019-2023年东北地区汽车用品市场规模 87
- 图表：2019-2023年东北地区汽车用品市场规模 88
- 图表：深圳市联盟九九汽车有限公司企业经营情况分析 108
- 图表：奇星(国际)汽车改装部品有限公司企业经营情况分析 110
- 图表：广东好帮手电子科技股份有限公司企业业务分析 118
- 图表：2024-2029年中国汽车用品行业市场规模预测 122
- 图表：2024-2029年中国汽车用品行业销售收入预测 123
- 图表：区域发展战略咨询流程图 148
- 图表：区域SWOT战略分析图 149
- 图表：四种基本的品牌战略 168

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170316/55231.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)