

2024-2029年汽车用品行业深度分析及发展趋势预测报告

报告简介

在国内汽车用品市场中往往是具有前沿战略性的企业能在市场中形成品牌效应并起到领跑作用，同时能获得与积累更多的市场支持者与跟随者共同赢得市场机遇，而市场后来者视品牌形象与产品品质为生命的企业同样获得较好的市场认可并取得成功，能让品牌跟随者放心，亦能或得较好的投资回报。

众多的企业走上或正开始进入品牌之路。同时，市场中一部分产品同质化程度较高的公司仍然生存并发展，但从汽车后市场整体分析，这类企业往往抗风险能力薄弱，被市场淘汰的可能性非常大，“改行”、“纠纷”、“倒闭”总是负面不断，发展也难有改观、难有起色。因此对于一些现阶段发展尚可的公司，从企业长远发展考虑，应该改变观念，强化品牌意识并坚持走品牌发展之路，实现企业更高价值与社会责任。

经过多年的发展，汽车用品领域的暴利时代已告一段落。我国汽车用品行业经过爆发式增长后，已经告别暴利时代，竞争愈发激烈。另外，随着国外资金雄厚、服务规范的大型企业纷纷涉足国内市场，对本土企业造成一定的冲击。

总的来看，过去一定时期内汽车用品行业延续了稳中有进、稳中向好的发展态势，行业发展的质量和效益稳步提升。同时，得益于国家经济发展、消费需求升级以及政策大力支持，为未来汽车用品行业继续保持稳中向好奠定较好基础。

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 行业环境透视

第一章 全球汽车用品行业运行形势分析 11

第一节 全球汽车用品行业发展历程 11

第二节 全球汽车用品行业市场发展情况 11

一、全球汽车用品行业供给情况分析 11

二、全球汽车用品行业需求情况分析 11

第三节 全球汽车用品行业主要国家及区域发展情况分析	12
第四节 全球汽车用品行业市场发展趋势预测分析	13
第二章 2019-2023年中国汽车用品行业发展环境分析	14
第一节 2019-2023年中国经济环境分析	14
一、宏观经济环境	14
二、国际贸易环境	21
第二节 2019-2023年汽车用品的行业发展政策环境分析	34
一、行业政策影响分析	34
二、相关行业标准分析	40
第三节 2019-2023年汽车用品的行业发展社会环境分析	43
一、中国人口结构特征	43
二、中国社会结构特征	44
三、中国居民收入水平	45
四、居民消费结构升级	45
第二部分 行业发展分析	
第三章 中国汽车用品行业市场总体运行情况分析	47
第一节 中国汽车用品行业规模情况分析	47
一、行业单位规模情况分析	47
二、行业人员规模状况分析	47
三、行业资产规模状况分析	47
四、行业市场规模状况分析	48
第二节 市场壁垒	48
第三节 竞争情况分析	49
一、现有企业间竞争	49

- 二、潜在进入者分析 49
- 三、替代品威胁分析 49
- 第四节 国际竞争力比较 50
- 第五节 市场集中度分析 50
- 第四章 2019-2023年中国汽车用品行业供需情况分析 51
- 第一节 中国汽车用品市场现状分析 51
- 第二节 中国汽车用品产量分析 52
- 一、汽车用品产业总体产能规模 52
- 二、汽车用品生产区域分布 54
- 第三节 中国汽车用品市场需求分析 55
- 1、汽车用品行业需求市场 55
- 2、汽车用品行业客户结构 55
- 3、汽车用品行业需求的地区差异 56
- 第四节 行业供需平衡状况分析 56
- 一、汽车用品行业供需平衡现状 56
- 二、影响行业供需平衡的因素分析 56
- 三、汽车用品行业供需平衡走势预测 59
- 第五章 中国汽车用品行业发展现状分析及市场规模分析 60
- 第一节 中国汽车用品行业发展分析 60
- 一、2019-2023年中国汽车用品行业发展态势分析 60
- 二、2019-2023年中国汽车用品行业发展特点分析 60
- 三、2019-2023年中国汽车用品行业市场供需分析 61
- 第二节 中国汽车用品产业特征与行业重要性 61
- 第三节 汽车用品行业特性分析 61

第四节 2019-2023年中国汽车用品市场规模分析 62

第五节 2019-2023年中国汽车用品区域市场规模分析 63

一、2019-2023年东北地区市场规模分析 63

1、行业发展现状分析 63

2、市场规模情况分析 64

3、市场需求情况分析 64

4、行业发展前景预测 64

二、2019-2023年华北地区市场规模分析 65

1、行业发展现状分析 65

2、市场规模情况分析 65

3、市场需求情况分析 66

4、行业发展前景预测 66

三、2019-2023年华东地区市场规模分析 66

1、行业发展现状分析 66

2、市场规模情况分析 66

3、市场需求情况分析 67

4、行业发展前景预测 67

四、2019-2023年华中地区市场规模分析 67

1、行业发展现状分析 67

2、市场规模情况分析 68

3、市场需求情况分析 69

4、行业发展前景预测 69

五、2019-2023年华南地区市场规模分析 69

1、行业发展现状分析 69

2、市场规模情况分析	70
3、市场需求情况分析	71
4、行业发展前景预测	71
六、2019-2023年西部地区市场规模分析	72
1、行业发展现状分析	72
2、市场规模情况分析	72
3、市场需求情况分析	72
4、行业发展前景预测	73
第六节 2024-2029年中国汽车用品市场规模预测	73
第六章 汽车用品行业产品价格分析	74
第一节 中国汽车用品行业产品历年价格回顾	74
第二节 中国汽车用品行业产品当前市场价格	74
一、产品当前价格分析	74
二、产品未来价格预测	79
第三节 中国汽车用品行业产品价格影响因素分析	79
一、全球经济形式及影响	79
二、人民币汇率变化影响	80
三、其它	83
第七章 汽车用品行业替代品及互补产品分析	87
第一节 汽车用品行业替代品分析	87
一、替代品种类	87
二、主要替代品对汽车用品行业的影响	87
三、替代品发展趋势分析	87
第二节 汽车用品行业互补产品分析	87

- 一、行业互补产品种类 87
- 二、主要互补产品对汽车用品行业的影响 88
- 三、互补产品发展趋势分析 88
- 第三部分 竞争格局分析
- 第八章 汽车用品行业竞争格局及竞争策略分析 89
- 第一节 汽车用品行业竞争格局分析 89
- 一、行业集中度分析 89
- 二、行业竞争格局 89
- 三、竞争群组 90
- 四、汽车用品行业竞争关键因素分析 90
- 1、价格 90
- 2、渠道 90
- 3、产品/服务质量 91
- 4、品牌 92
- 第二节 汽车用品行业市场竞争策略分析 92
- 一、行业国际竞争力比较 92
- 1、生产要素 92
- 2、需求条件 93
- 3、相关和支持性产业 93
- 4、企业战略、结构与竞争状态 94
- 二、汽车用品企业竞争策略分析 95
- 1、提高汽车用品企业核心竞争力的对策 95
- 2、影响汽车用品企业核心竞争力的因素及提升途径 95
- 3、提高汽车用品企业竞争力的策略 97
- 第九章 汽车用品主要上下游产品分析 99

第一节 汽车用品上下游分析	99
一、与行业上下游之间的关联性	99
二、上游原材料供应形势分析	99
三、下游产品解析	100
第二节 汽车用品行业产业链分析	100
一、行业上游影响及风险分析	100
二、行业下游风险分析及提示	100
三、关联行业风险分析及提示	101
第十章 汽车用品行业渠道与行业品牌分析	102
第一节 汽车用品行业渠道分析	102
一、渠道格局	102
二、渠道形式	102
三、渠道要素对比	102
四、各区域主要代理商情况	103
第二节 汽车用品行业品牌分析	103
一、品牌数量分析	103
二、品牌推广方式分析	104
三、品牌美誉度分析	104
四、品牌的选择情况	104
第四部分 企业发展规划与展望	
第十一章 汽车用品行业重点企业竞争分析	105
第一节 江苏惠民汽车配件制造有限公司	105
一、企业基本概况	105
二、2019-2023年企业经营与财务状况分析	105

- 三、2019-2023年企业竞争优势分析 106
- 四、企业未来发展战略与规划 106
- 第二节 北京市汽车修理公司 106
 - 一、企业基本概况 106
 - 二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 107
 - 三、2019-2023年企业竞争优势分析 107
 - 四、企业未来发展战略与规划 108
- 第三节 上海幼狮高级轿车修理有限公司 109
 - 一、企业基本概况 109
 - 二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 110
 - 三、2019-2023年企业竞争优势分析 111
 - 四、企业未来发展战略与规划 112
- 第四节 北京首汽汽车修理有限公司 113
 - 一、企业基本概况 113
 - 二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 114
 - 三、2019-2023年企业竞争优势分析 114
 - 四、企业未来发展战略与规划 115
- 第五节 北京车爵仕汽车用品有限公司 115
 - 一、企业基本概况 115
 - 二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 115
 - 三、2019-2023年企业竞争优势分析 116
 - 四、企业未来发展战略与规划 116
- 第六节 深圳市联盟九九汽车有限公司 117
 - 一、企业基本概况 117

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 117

三、2019-2023年企业竞争优势分析 119

四、企业未来发展战略与规划 119

第七节 奇星(国际)汽车改装部品有限公司 120

一、企业基本概况 120

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 120

三、2019-2023年企业竞争优势分析 121

四、企业未来发展战略与规划 121

第八节 山东蓬翔汽车有限公司 122

一、企业基本概况 122

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 122

三、2019-2023年企业竞争优势分析 123

四、企业未来发展战略与规划 123

第九节 一汽解放青岛汽车有限公司 124

一、企业基本概况 124

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 124

三、2019-2023年企业竞争优势分析 125

四、企业未来发展战略与规划 125

第十节 广东好帮手电子科技股份有限公司 125

一、企业基本概况 125

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 126

三、2019-2023年企业竞争优势分析 126

四、企业未来发展战略与规划 127

第五部分 行业前景预测

第十二章 2024-2029年中国汽车用品行业发展前景预测 128

第一节 未来汽车用品行业发展趋势分析 128

一、未来汽车用品行业发展分析 128

二、未来汽车用品行业技术开发方向 130

三、总体行业“十四五”整体规划及预测 130

第二节 2024-2029年汽车用品行业运行状况预测 131

一、2024-2029年汽车用品行业工业总产值预测 131

二、2024-2029年汽车用品行业销售收入预测 132

三、2024-2029年汽车用品行业总资产预测 133

第六部分 行业投资分析与建议

第十三章 汽车用品行业风险与投资策略分析 134

第一节 汽车用品行业风险分析 134

一、行业环境风险 134

二、行业产业链上下游风险 134

三、行业政策风险 135

四、行业市场风险 136

五、行业其他风险分析 138

第二节 汽车用品投资策略分析 138

一、行业总体发展前景及市场机会分析 138

二、企业营销策略 140

三、企业投资策略 145

四、企业应对当前经济形势策略建议 147

图表目录

图表：2019-2023年一季度至2019-2023年三季度国内生产总值增长速度(季度同比) 14

图表：2019-2023年1月至2019-2023年9月国内规模以上工业增加值增速(月度同比) 15

- 图表：2019-2023年1月至2019-2023年9月社会消费品零售总额(月度同比) 17
- 图表：2019-2023年1月至2019-2023年9月居民消费价格上涨情况(月度同比) 18
- 图表：2019-2023年1月至2019-2023年三季度工业生产者出厂价格上涨情况(月度同比) 19
- 图表：2019-2023年1月至2019-2023年9月固定资产投资(不含农户)增速(累计同比) 20
- 图表：2019-2023年1月至2019-2023年9月房地产开发投资增速(累计同比) 20
- 图表：世界银行大宗商品价格指数 22
- 图表：2019-2023年6月美国cpi及核心cpi 24
- 图表：2019-2023年6月美国新增就业人数和失业率 24
- 图表：欧洲经济增速放缓 26
- 图表：欧洲主要经济体gdp环比增长 27
- 图表：欧元区hicp(%)接近目标 28
- 图表：日本2018上半年cpi呈波动趋势 29
- 图表：日本pmi指数和消费水平低位波动 30
- 图表：日本进出口贸易持续改善 31
- 图表：msci新兴市场货币指数 32
- 图表：2019-2023年1-8月新兴市场国家货币贬值幅度(%) 33
- 图表：cab 1011-2012《汽车地毯技术要求》——性能要求 41
- 图表：汽车通用继电器吸动电压、释放电压性能标准 42
- 图表：汽车通用继电器触点电压降性能标准 42
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 43
- 图表：2019-2023年城镇新增就业人数 44
- 图表：中国汽车用品分区域行业利润情况表(单位：%) 54
- 图表：中国车主有关购买汽车用品的调查表 55
- 图表：2019-2023年中国车主对各种汽车用品需求度 57

- 图表：2019-2023年中国消费者认为最不值得购买的产品 58
- 图表：2019-2023年3月-2019-2023年12月汽车用品价格指数走势 63
- 图表：2019-2023年东北地区汽车用品市场规模 64
- 图表：2019-2023年华北地区汽车用品市场规模 65
- 图表：2019-2023年华东地区汽车用品市场规模 67
- 图表：2019-2023年华中地区汽车用品市场规模 68
- 图表：2019-2023年华南地区汽车用品市场规模 71
- 图表：2019-2023年东北地区汽车用品市场规模 72
- 图表：2019-2023年我国汽车产品价格指数 74
- 图表：2017.10-2018.10我国汽车产品价格指数 75
- 图表：汽车用品市场价格指数图 75
- 图表：汽车用品21中类涨跌图 76
- 图表：汽车用品小类涨跌图 77
- 图表：2019-2023年9-10月汽车用品线上关键词搜索排行榜 77
- 图表：汽车用品线上热销品排行榜 78
- 图表：2024-2029年我国汽车产品价格指数预测趋势图 79
- 图表：江苏惠民股东及出资信息 105
- 图表：北京汽修股东及出资信息 107
- 图表：上海幼狮股东及出资信息 111
- 图表：首汽汽修股东及出资信息 114
- 图表：北京车爵仕股东及出资信息 116
- 图表：联盟九九股东及出资信息 119
- 图表：奇星(国际)汽车改装部品有限公司企业经营情况分析 121
- 图表：山东蓬翔前十大股东及出资信息 123

图表：一汽解放股东及出资信息 124

图表：好帮手股东及出资信息 126

图表：2024-2029年汽车用品行业工业总产值预测 132

图表：2024-2029年汽车用品行业销售收入预测 132

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20181206/103739.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)