

2026-2031年中国汽车配件B2B市场发展前景展望及投资规划研究报告

报告简介

汽车配件(auto

parts)是构成汽车整体的各个单元及服务于汽车的一种产品。汽车配件的种类繁多，随着人们生活水平的提高，人们对汽车的消费也越来越多，汽车配件的这个市场变得也越来越大。近些年来汽车配件制造厂也在飞速地发展。2010年，中国的汽配产业得益于整车企业的飞速发展取得了长足进步，使我们深刻的认识到，汽车零部件企业和整车企业必须协同发展，比如同步开发、整车支持、多采用国内的汽车零部件等。如果整车企业把主要的精力去买外国的零部件产品，会造成很多关键零部件被外国控制，对国内的零部件企业来讲也会造成很大的损失。解决这一现象的关键是，零部件企业必须增强自己自身的实力，建立零部件集团化才能与外资零部件相抗衡。如国内自主汽车配件的成功典范法士特、万向等，都是从小企业做起的，产品的质量、型号放在很多车型上都可以用，在一定时期内很多外国的零部件企业都没有办法与它们竞争。

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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国汽车配件B2B行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

第一章 b2b电子商务概述

第一节 B2B电子商务的概念

第二节 b2b电子商务的特点

第三节 b2b网站的交易流程

第四节 b2b电子商务系统分析

第二章 汽车配件行业b2b电子商务运作环境分析

第一节 中国电子商务规模分析

一、电子商务交易规模分析

二、电子商务市场结构分析

(一)电子商务市场结构

(二)电子商务区域结构

三、电子商务从业人员规模

四、电子商务相关融合产业

第二节 电子商务运作环境分析

一、b2b电子商务运作微观环境

二、b2b电子商务运作宏观环境

三、b2b电子商务运作企业环境

第三节 中国企业电子商务应用环境

一、中小企业数量及发展规模

二、电子商务企业应用情况分析

三、企业电子商务交易规模分析

四、企业b2b电商交易规模分析

第四节 汽车配件企业b2b电子商务网络环境

一、网民基本情况分析

(一)总体网民规模分析

(二)分省网民规模分析

(三)手机网民规模分析

(四)网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

(一)信息获取情况分析

(二)商务交易发展情况

(三)交流沟通现状分析

(四)网络娱乐应用分析

第三章 汽车配件行业市场规模与电商空间预测

第一节 汽车配件市场发展现状分析

一、汽车配件行业产业政策分析

二、汽车配件行业发展现状分析

三、汽车配件行业市场规模分析

四、汽车配件行业重点企业分析

五、汽车配件行业市场竞争格局

第二节 汽车配件行业发展前景预测分析

一、影响行业发展有利因素

二、影响行业发展不利因素

三、汽车配件市场前景预测分析

第三节 汽车配件电商市场规模与渗透率

一、汽车配件电商总体开展情况

二、汽车配件电商渠道渗透率分析

第四节 电商行业未来前景及趋势预测

一、汽车配件电商行业市场空间测算

二、汽车配件电商市场规模预测分析

三、汽车配件电商发展趋势预测分析

第四章 汽车配件行业电子商务b2b模式分析

第一节 汽车配件电子商务b2b市场概况

第二节 汽车配件电子商务b2b盈利模式

第三节 汽车配件电子商务b2b运营模式

第四节 汽车配件电子商务b2b的供应链

第五章 汽车配件企业b2b电子商务开展条件及障碍

第一节 汽车配件企业的b2b电子商务开展条件分析

一、企业发展b2b电商的外部环境

二、企业发展b2b电商的内部条件

三、企业发展b2b电商的机遇分析

四、企业发展b2b电商的挑战分析

第二节 汽车配件企业开展b2b电子商务业务流程环节

一、企业内转型

二、供应链集成

三、增值网集成

四、战略性转变

第三节 汽车配件企业开展b2b电子商务遇到的障碍

一、接受障碍

二、业务流程各环节障碍

三、制度环境障碍

第六章 汽车配件企业b2b电商战略体系构建及平台选择

第一节 汽车配件企业转型电商构建分析

一、汽车配件企业b2b电商关键环节 分析

(一)产品采购与组织

(二)电商网站建设

(三)网站品牌建设及营销

(四)服务及物流配送体系

(五)网站增值服务

二、汽车配件企业b2b电商网站构建

(一)网站域名申请

(二)网站运行模式

(三)网站开发规划

(四)网站需求规划

第二节 汽车配件企业b2b电子商务运行模式选择

一、模式一：企业b2b网站

二、模式二：综合型b2b市场

三、模式三：垂直型b2b市场

四、模式四：交易型b2b市场

第三节 汽车配件企业转型电商平台选择分析

一、汽车配件企业b2b电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一)自建商城概况分析

(二)自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一)电商平台的优劣势

(二)电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一)电商服务外包的优势

(二)电商服务外包可行性

(三)电商服务外包前景

第四节 汽车配件企业电商平台选择策略

第七章 汽车配件行业b2b网站平台及企业入驻选择

第一节 巴图鲁

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 诸葛修车网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 中驰车福网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 正时汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 66公里

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八章 汽车配件企业进入b2b领域市场策略分析

第一节 汽车配件企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 汽车配件企业转型b2b电商物流策略分析

一、汽车配件企业电商自建物流分析

(一)电商自建物流的优势分析

(二)电商自建物流的负面影响

二、汽车配件企业电商外包物流分析

第三节 汽车配件企业b2b电商市场前景及策略分析

一、汽车配件企业b2b电商前景分析

二、汽车配件企业b2b电商策略分析

图表目录

图表：中国网民规模和互联网普及率

图表：2021-2026年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：中国手机网民规模及其占网民比例

图表：中国网民性别结构

图表：中国网民年龄结构

图表：中国网民学历结构

图表：2021-2026年我国汽车配件b2b行业销售收入及增长情况

图表：2021-2026年我国汽车配件b2b行业销售收入及增长对比

图表：2026-2031年中国汽车配件b2b行业销售收入预测图

图表：汽车配件电子商务b2b流向

图表：配件经销商流通关系

图表：市场现有问题

图表：b2b电商未来方向

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

报告编号：124501

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190620/124501.shtml>

在线订购：[点击这里](#)