

2017-2022年中国汽配行业市场深度调查评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国汽配行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/300228.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

汽配 Auto Parts 即汽车配件，汽车零件，汽车配置。我国汽配市场经历了三代不同的发展阶段。第一代为点状汽配市场，经营特点是多为个体经营，商铺零散，市场聚集效应不明显。第二代为线状汽配市场，经营特点是沿街设店，零件种类较为齐全，但市场规模较小，如上海的威海路汽配街、成都的纱帽街等。第三代为块状汽配市场，多位于交通便利、土地成本较低的城区周围，经营特点是市场规模大，商户经营实力强，集群效应显著。

我国大陆部分省级行政区汽配产品需求排名

我国汽配市场区域化特征明显，市场布局分散，行业集中度低，基本上没有全国性连锁经营的汽配市场。目前，国内部分重要汽配市场有中国（十堰）汽配城、浙江金恒德汽车用品采购城、北京汽车汽配基地、湖北汉口纵横汽车大世界和黑龙江龙运国际汽配城等，市场布局较为分散。

汽车配件渠道商采购产品分析

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。

报告目录：

第一部分 行业总体概貌 9

第一章 汽配行业概述 9

第一节 汽配行业定义和分类 9

一、汽配行业 9

二、汽配行业产品分类 9

三、中国汽配专业市场发展阶段 11

第二节 汽配行业流通的特点 12

一、需求特点 12

二、经营特点 13

三、汽车服务业的特点 14

第三节 中国汽配行业的基本特征 15

一、汽配行业的价值链 15

二、中国汽配行业的发展历程 15

三、中国汽配行业在行业生命周期中的阶段	17
四、中国汽配行业的成长趋势分析	17
五、中国汽配行业进入、退出分析	18
第四节 中国汽配行业现状及问题分析	19
一、汽配行业在汽车工业中占有重要地位	19
二、副厂配件是维修市场中主要产品	19
三、供求渠道复杂，价格混乱，流通效率低	19
四、营销手段落后，竞争主要的手段是价格	20
五、市场集中度低，经销商数量大，规模小，素质低	20
六、经营行为不规范，假冒伪劣配件充斥市场	20
七、汽配城与汽车配件交易会是汽配市场组织的主导形式	21
第五节 中国汽配相关行业分析	21
一、中国汽车市场趋势分析	21
二、2016年总体汽车市场发展	23
三、汽车零部件行业趋势分析	24
四、二手车市场发展特点分析	24
第六节 国内汽车配件流通模式	25
一、国内配件供应链	25
二、国内汽车配件需求方格局	26
三、国内终端用户的需求格局	27
四、汽配城	28
五、国内汽车零配件流通领域的发展方向	29
第二章 世界汽配行业发展状况	31
第一节 世界汽配行业发展特点	31
一、世界汽车行业的发展	31
二、全球汽配行业现状	32
第二节 日本汽配行业的发展状况	33
一、日本汽配市场发展分析	33
二、日本汽配行业运行新模式	34
三、日本汽配加速转移生产基地	35
第三节 美国汽配行业的发展状况	36
一、美国汽配行业规模和特点	36
二、美国汽配市场的运行模式	36
第四节 其他地区汽配行业发展状况	37

- 一、欧洲 37
- 二、印度 38
- 三、韩国 39

第二部分 行业规模与结构分析 42

第三章 中国汽配市场流通分析 42

第一节 中国汽配市场概述 42

第二节 汽配市场流通模式概述 43

- 一、汽配市场产业链和流通渠道 43
- 二、中国汽配市场流通模式分析 44
- 三、中国汽配市场流通企业情况 44
- 四、整车厂与流通、配套企业关系 45
- 五、汽配市场渠道商采购决策程序 46

第三节 传统的流通模式分析 48

- 一、传统的流通模式概述 48
- 二、中国汽配城发展现状分析 48
- 三、中国汽配城经营模式分析 49
- 四、汽配城发展发向分析 52
- 五、汽配城未来的发展趋势 55
- 六、案例--北京西郊汽配城质量监管措施 55

第四节 整车厂售后服务模式分析 59

- 一、整车售后服务业渐成热点 59
- 二、整车厂的售后服务体系流通方式分析 59
- 三、流通商进入整车售后服务流通体系分析 59
- 四、中国整车售后服务体系现状 61

第五节 价值链垂直整合模式(连锁、大卖场、营销商) 61

- 一、价值链垂直整合模式概述 61
- 二、汽配连锁大卖场模式 62
- 三、连锁汽车快修模式 62
- 四、汽配营销商模式 62

第六节 汽配市场品牌分析 62

第七节 汽配网络化营销商业模式 63

第八节 汽配市场进货渠道分析 64

- 一、主流渠道 64
- 二、非主流渠道 64

三、汽配城商品的来源 64

第四章 中国汽配市场需求分析 66

第一节 全国汽配需求特点分析 66

一、汽配需求市场经营模式 66

二、汽配城发展现状及趋势 68

三、中国汽车保有量分析 69

(一)民用汽车保有量分析 69

(二)民用汽车的注册数量 72

(三)私人汽车拥有量分析 74

(四)公路营运汽车拥有量 77

四、中国汽车产销情况分析 80

五、汽车配件单车需求情况 81

六、汽车配件市场规模分析 82

七、电子产品发展潜力巨大 82

八、汽车零部件轻量化趋势 84

第二节 全国汽配需求规模预测 84

第三节 个人汽配消费特点和消费偏好分析 85

一、汽车维护保养观念已经深入人心 85

二、汽车维修渠道现状分析 86

三、各服务终端市场比例分析 86

四、用户选择4S店维护原因分析 87

五、用户不去4S店原因分析 89

六、汽车备件价格调查分析 90

(一)用户衡量备件价格考虑因素 90

(二)用户对备件价格熟知度 91

(三)用户获取备件价格渠道 92

七、不同级别车辆用户忠诚度调查 94

第五章 中国汽配市场供应分析 96

第一节 中国汽车零部件制造行业特点 96

一、2016年汽车零部件行业发展概况 96

二、2016年中国汽车零部件市场规模 98

三、中国汽车零部件产业发展现状分析 99

2003-2014 年汽车零部件行业销售额及增长率

四、中国汽车零部件行业发展模式现状	100
五、中国汽车零部件行业发展优势分析	101
六、汽车零部件制造行业经济效益分析	102
七、新能源汽车关键零部件产业化提速	103
第二节 2016年中国汽车零部件供应商分析	104
一、国内汽车零部件供应商优劣势	104
二、国内汽车零部件主要供应商状况	105
三、汽车零部件产业兼并重组分析	107
四、中国汽车零部件企业出击海外收购	108
第三节 汽车零部件制造行业竞争分析	108
一、全球汽车业整体格局变化分析	108
二、全球汽车行业商业模式变化分析	109
三、国内汽车零部件企业竞争情况分析	110
四、台湾汽车零部件制造商布局大陆市场	111
五、汽车零部件售后市场竞争日趋激烈	112
六、中国汽车零部件出口竞争力评价	112
第四节 汽车零部件企业提升竞争力策略分析	114
一、汽车零部件企业的研发能力分析	114
二、汽车零部件企业的出路情况分析	114
三、汽车零部件企业提升竞争力的策略	115
第五节 主要汽车零部件生产巨头分析	117
一、德国博世集团	117
二、日本电装公司	121
三、德尔福	126
四、法国法雷奥集团	131
五、美国天合汽车集团	134
六、德国大陆	139
七、伟世通	142
八、现代摩比斯	144

第三部分 典型行业行为和典型企业分析 146

第六章 中国汽配市场企业经营分析 146

第一节 汽配行业的经营管理分析 146

一、汽配市场渠道的趋于多元，消费主体转变为个人消费者	146
----------------------------	-----

二、汽车维修养护服务企业的经营管理 148

三、汽配流通企业的经营管理 151

第二节 企业扩张行为分析 152

一、横向扩张 152

二、纵向扩张 152

第三节 北京汽车用品市场 153

一、天隆北方汽车用品市场 153

二、西郊雅森汽车用品市场 154

三、六里桥汽车用品市场 155

四、西国贸汽车基地 155

五、恋日汽车用品一条街 156

第七章 典型企业案例分析 157

第一节 国外汽配企业分析 157

一、美国成功流通商案例ATUOZONE 157

二、美国成功流通商案例NAPA-世界最大的汽车零部件经销商 160

三、日本成功流通商案例 AUTOBACS 162

第二节 国内汽配企业分析 164

一、北京中汽联合汽配连锁有限公司 164

二、上海德朗汽车零部件制造有限公司 166

三、北京众义达快修连锁市场进入策略 170

第三节 北京汽车服务市场汇总 171

第四部分 行业影响因素和发展趋势 174

第八章 汽配行业影响因素分析 174

第一节 2016年中国宏观经济发展环境 174

一、2016年中国GDP增长情况分析 174

二、2016年工业经济发展形势分析 175

三、2016年全社会固定资产投资分析 178

四、2016年社会消费品零售总额分析 181

五、2016年城乡居民收入与消费分析 182

六、2016年对外贸易的发展形势分析 184

第二节 行业政策分析 186

一、中国汽车制造业政策综述 186

二、中国汽车行业政策环境综述 188

- 三、汽车零配件制造业政策环境 195
- 四、<汽车贸易政策>将对汽配流通产生影响 196
- 五、汽车产业振兴规划培育汽车消费市场 197
- 六、汽车产业调整和振兴规划细则 198
- 第三节 技术因素分析 205

第九章 2016-2021年中国汽配行业发展趋势 207

- 第一节 汽配行业变化趋势 207
 - 一、汽车消费群体和偏好变化 207
 - 二、“大3S”汽配城模式兴起 209
 - 三、车配品牌建设将主导市场 210
 - 四、经营模式呈现多元化发展 211
 - 五、国外著名品牌涌入汽配市场 212
 - 六、汽配城多功能化发展趋势 213
- 第二节 汽配营销的变化趋势 214
 - 一、汽配市场营销模式的变化趋势 214
 - 二、汽配营销提高客户满意度途径 215
- 第三节 经营模式和流通渠道的变化 217
 - 一、经营模式变革的模式 217
 - 二、未来汽配城在市场占重要地位 218
 - 三、汽车配件销售连锁发展趋势 219
 - 四、4S模式垄断地位将下降 220
 - 五、车配市场竞争格局面临洗牌 221
 - 六、汽车配件网络化经营趋势 222

图表目录：

- 图表1 汽配的产品主要分类 10
- 图表2 世界汽配生产厂分布图 32
- 图表3 世界500强汽车配件企业营收额统计 33
- 图表4 中国汽车零配件市场供应链 43
- 图表5 影响汽车配件渠道商进货或是代量因素分析 47
- 图表6 2014-2016年7月中国民用汽车保有量统计 69
- 图表7 2014-2016年7月中国民用汽车保有量增长趋势图 70
- 图表8 2016年中国各地区民用汽车保有量和占比统计 70
- 图表9 2016年中国民用汽车保有量区域分布图 70

图表10 2016年中国各省民用汽车保有量和占比统计	71
图表11 2014-2016年7月中国民用汽车新注册量和增长率统计	72
图表12 2014-2016年7月中国民用汽车新注册量增长趋势图	72
图表13 2016年中国各地区民用汽车新注册量和占比统计	73
图表14 2016年中国民用汽车新注册量区域分布图	73
图表15 2016年中国各省民用汽车新注册量和占比统计	73
图表16 2014-2016年7月中国私人汽车保有量和增长率统计	75
图表17 2016年中国各区域私人汽车保有量和占比统计	75
图表18 2016年中国私人汽车保有量区域分布图	76
图表19 2016年各省中国私人汽车保有量和占比统计	76
图表20 2014-2016年7月公路运营汽车保有量和增长率统计	77
图表21 2014-2016年7月中国公路运营汽车保有量两增长趋势图	78
图表22 2016年中国各区域公路运营汽车保有量和占比统计	78
图表23 2016年中国各区域公路运营汽车保有量分布图	78
图表24 2016年各省中国公路运营汽车保有量和占比统计	79
图表25 2014-2016年7月中国汽车产销情况统计	80
图表26 2014-2016年7月中国汽车产量增长趋势图	81
图表27 2014-2016年7月中国汽车销量增长趋势图	81
图表28 2014-2016年7月中国汽配行业市场规模变化趋势图	82
图表29 各类汽车电子产品搭载情况	83
图表30 2016-2021年中国汽配行业市场规模预测	85
图表31 汽配市场各业务市场份额情况	87
图表32 用户选择4S店原因调查分析	88
图表33 真假备件辨别率调查	89
图表34 用户不去4S店维修原因分析	90
图表35 用户衡量备件价格高低主要考虑因素	91
图表36 用户对备件价格熟知度调查	92
图表37 用户获取备件价格的主要渠道	93
图表38 用户获取备件价格的首选渠道	94
图表39 不同级别车辆用户忠诚度情况	95
图表40 2016年中国汽车零部件行业经济指标统计	96
图表41 2016年中国汽车零部件行业经济指标统计	97
图表42 2014-2016年7月中国汽车零部件行业销售收入统计	99
图表43 2014-2016年7月中国汽车零部件行业销售收入变化趋势图	99
图表44 中国汽车零部件本土供应商优势分析	104

- 图表45 中国汽车零部件本土供应商劣势分析 105
- 图表46 中国汽车零部件出口竞争力综合评价表 113
- 图表47 德国博世集团产品及技术介绍 119
- 图表48 Bosch集团SWOT分析 120
- 图表49 日本电装公司在华子公司介绍 122
- 图表50 日本电装公司OEM产品及售后市场产品介绍 122
- 图表51 日本电装SWOT分析 123
- 图表52 2014-2016年7月财年日本电装公司收入及利润统计 124
- 图表53 2014-2016年7月财年日本电装公司营业收入变化趋势图 124
- 图表54 2014-2016年7月财年日本电装公司总资产变化趋势图 124
- 图表55 2014-2016年7月财年日本电装公司营业收入分地区情况表 125
- 图表56 德尔福SWOT分析 128
- 图表57 2014-2016年7月美国德尔福公司营业收入变化趋势图 129
- 图表58 2014-2016年7月美国德尔福公司总资产变化趋势图 129
- 图表59 2014-2016年7月美国德尔福公司营业收入分部门情况表 129
- 图表60 法雷奥集团中国分公司分布图 132
- 图表61 法国法雷奥集团SWOT分析 133
- 图表62 2014-2016年7月法国法雷奥集团收入及利润统计 133
- 图表63 2014-2016年7月法国法雷奥集团营业收入分部门情况表 134
- 图表64 美国天合汽车集团SWOT分析 137
- 图表65 2014-2016年7月美国天合汽车集团收入及利润统计 137
- 图表66 2014-2016年7月美国天合汽车集团营业收入分部门情况表 138
- 图表67 德国大陆集团SWOT分析 141
- 图表68 伟世通公司SWOT分析 143
- 图表69 现代摩比斯公司SWOT分析 145
- 图表70 北京汽车服务市场汇总表 171
- 图表71 2014-2016年7月中国国内生产总值及增长变化趋势图 175
- 图表72 2014-2016年7月中国人均国内生产总值变化趋势图 175
- 图表73 2014-2016年7月中国全部工业增加值及增长速度趋势图 176
- 图表74 2016年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 176
- 图表75 2016年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度 179
- 图表76 2014-2016年7月中国全社会固定资产投资增长趋势图 180
- 图表77 2016年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 181
- 图表78 2014-2016年7月中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 182
- 图表79 2014-2016年7月城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 183

图表80 2014-2016年7月农村居民纯收入及增长情况统计 183

图表81 2016年中国货物进出口总额及其增长速度 184

图表82 2014-2016年7月中国进出口总额增长趋势图 186

图表83 中国促进汽车消费的相关政策法规 187

图表84 2014-2016年7月节能与新能源汽车发展相关政策 192

图表85 中国各年龄段消费者购车意向分析 207

图表86 中国汽车消费偏好统计 208

图表87 中国各级城市购车偏好调查 209

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/300228.html>