

2019-2025年中国汽车零配件行业市场深度分析及 发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国汽车零配件行业市场深度分析及发展前景预测报告》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/398180.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

汽车零部件行业为汽车行业发展的基础。随着世界经济全球化、市场一体化的发展，汽车生产过程中投资、生产、采购、销售及售后服务、研发等主要环节呈现出全球性配置的趋势。随着市场竞争的加剧，世界各大整车制造商纷纷改革供应体制，实行全球生产和采购策略，并终导致汽车零部件制造从整车制造中剥离出来、独立面对市场的形势。

汽车零部件再制造是指把旧汽车零部件通过拆解、清洗、检测分类、再制造加工或升级改造、装配、再检测等工序后恢复到像原产品一样的技术性能和产品质量的批量化制造过程。

作为一个新兴产业，汽车零部件再制造不仅能够提升传统产业的竞争力，而且还能形成新的经济增长点，提供大量的就业机会。因此，发展汽车零部件再制造产业，可以实现社会效益和经济效益的双赢，有利于汽车产业的可持续发展。与国外相比，当前我国汽车零部件再制造产业尚处于发展的起步阶段。

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：

第一章 2013-2018年全球汽车零部件市场动态分析

第一节 2013-2018年全球汽车零部件市场分析

- 一、世界汽车零部件发展概况分析
- 二、世界汽车零部件产业发展特点
- 三、世界汽车零部件商的新特点
- 四、世界汽车零部件行业效益分析
- 五、汽车零部件全球贸易格局分析
- 六、世界汽车零部件百强企业
- 七、全球零部件供应商发展趋势

第二节 跨国汽车公司全球采购战略

- 一、汽车厂家开展零部件全球采购
- 二、汽车零部件全球采购三大要素
- 三、世界汽车零部件企业三大梯队格局
- 四、跨国汽车公司全球采购模式
- 五、国际采购商在华零部件采购战略
- 六、跨国汽车公司中国采购模式

七、代表厂家

1、美国通用公司

2、日本丰田

第三节 2013-2018年全球部分国家汽车零部件市场分析

一、美国

（一）美国汽车零部件行业概况

（二）北美汽车后市场零部件供应商排行榜

（三）美国汽车零部件进出口规模演变

二、日本

（一）日本汽车零部件行业发展概况

（二）日本汽车零部件公司在华扩大采购量

（三）日本地震对汽车零部件行业的影响

三、欧洲

（一）欧洲各国汽车零部件产业现状

（二）欧洲汽车零部件行业将经历重大调整

四、印度

（一）印度汽车零配件产业发展现状

（二）印度Rico汽车零部件公司新建三厂

（三）中国汽车零部件企业布局印度市场

五、韩国汽车零部件市场分析

六、泰国汽车零部件市场分析

七、俄罗斯汽车零部件市场分析

第二章 2013-2018年国内外汽车产业运行态势分析

第一节 2013-2018年世界汽车行业运行分析

一、全球汽车生产情况分析

二、世界各国汽车产量统分析

1、乘用车

2、商用车

3、同比分析

三、世界豪华汽车销售情况分析

第二节 2013-2018年中国汽车产业数据分析

一、中国汽车产销情况分析

二、中国汽车工业运行状况

三、中国汽车进出口贸易情况

四、汽车行业经济运行状况

- (一) 中国汽车行业发展概述
- (二) 中国汽车工业产值分析
- (三) 汽车行业销售收入分析
- (四) 汽车行业利润总额分析

五、中国乘用车销售情况分析

- (一) 中国轿车销售情况
- (二) 中国SUV销售情况
- (三) 中国MPV销售情况

六、中国商用车销售情况分析

- (一) 大中型客车销售情况
- (二) 小型客车销售情况
- (三) 重型卡车销售情况
- (四) 轻卡市场销售情况
- (五) 皮卡市场销售情况

七、中国汽车保有量分析

- (一) 中国民用汽车保有量
- (二) 私人汽车拥有量分析

第三节 2013-2018年中国汽车电子产业运行分析

- 一、中国汽车电子行业的发展特点
- 二、中国汽车电子行业主要驱动因素
- 三、中国汽车电子总体市场规模分析
- 四、中国汽车电子市场品牌结构分析
- 五、中国汽车电子市场应用结构分析
- 六、中国汽车电子市场产品结构分析
- 七、中国汽车电子市场需求特征分析
- 八、中国汽车电子产品需求增长分析
- 九、中国汽车电子产业区域集群竞争格局
- 十、国内汽车电子主要厂商竞争力分析
- 十一、中国汽车电子细分市场分析
 - 1、汽车电子控制系统
 - 2、车载汽车电子装置
 - 3、车载导航系统
 - 4、汽车发动机
 - 5、汽车音响

第四节 2013-2018年中国汽车产业面临的挑战及对策

- 一、中国汽车行业自身存在的缺陷
- 二、中国汽车工业面临人才紧缺难题
- 三、中国汽车工业发展的策略分析
- 四、提升中国汽车工业国际竞争力策略
- 五、中国汽车产业发展方向

第三章 2013-2018年中国汽车零部件产业新形势分析

第一节 2013-2018年中国汽车零部件业运行总况

- 一、中国汽车零部件产业的历史沿革
- 二、中国汽车零部件行业发展优势分析
- 三、中国汽车零部件产业发展现状分析
- 四、中国已经成为世界汽车零部件工厂

第二节 2013-2018年中国汽车零部件行业发展模式现状与方向分析

- 一、中国汽车零部件行业发展模式现状
- 二、国外汽车零部件行业模式比较
- 三、中国汽车零部件行业模式发展方向

第三节 2013-2018年中国新能源汽车零部件工业发展现状分析

- 一、汽车零部件企业加快布局新能源领域
- 二、新能源汽车关键零部件产业化获突破
- 三、新能源汽车关键零部件产业化提速

第四节 2013-2018年我国汽车零部件再制造试点工作启动

- 一、中国汽车零部件再制造十年历程
- 二、中国正式启动汽车零部件再制造试点工作
- 三、汽车零部件再制造试点单位公布情况
- 四、汽车零部件再制造成本分析
- 五、中国汽车零部件再制造技术达国际先进水平

第五节 2013-2018年中国汽车零部件业存在的问题及对策

- 一、中国汽车零部件行业存在的问题
- 二、中国零部件产业发展面临滞后问题
- 三、中国汽车零部件产业与国外的差距
- 四、中国汽车零部件产业面临双重挑战
- 五、中国汽车零部件行业独资化问题分析
- 六、中国零部件再制造企业面临的挑战
- 七、中国零部件再制造企业发展瓶颈

八、中国零部件制造业发展问题及建议

九、汽车零部件企业提升竞争力的策略

第六节 汽车供应链特征与中国自主零部件企业的发展

一、汽车供应链的基本特征

二、中国汽车供应链现状

三、中国自主零部件产业发展建议

第四章 2013-2018年中国汽车零部件市场深度剖析

第一节 2013-2018年中国汽车零部件市场发展分析

一、中国汽配市场发展综述

二、汽车零部件业十大关键词

三、中国汽车零部件行业发展概况

四、中国汽车零部件行业发展概况

五、生存环境恶化零部件行业产权交易频繁

第二节 2013-2018年中国汽车零部件市场现状分析

一、中国汽车零部件市场规模分析

二、中国汽车零部件市场销售情况分析

三、中国汽车零部件制造行业经济效益分析

四、全球知名汽车零部件制造商抢滩中国市场

五、中国汽车零部件业成本复苏分析

六、中国汽车零部件业应对成本复苏策略

第三节 2013-2018年中国汽车零部件业竞争形势分析

一、中国汽车零部件行业面临大规模整合

二、中国汽车零部件主要供应商状况

三、中国汽车零部件企业竞争力分析

四、汽车零部件产业兼并重组分析

五、中国汽车零部件企业出击海外收购

第四节 2013-2018年部分地区零部件业发展动态

一、190万套汽车零部件项目落户开县

二、柳州市汽车零部件市场扩张情况分析

三、本溪汽车零部件产业集群发展概况

四、武城汽车零部件产业发展业绩分析

五、丹阳获中国汽车零部件出口基地称号

六、宁波汽车零部件行业目标

七、日立汽车零部件研发基地落户广州

八、莱芜市钢城区汽车零部件产业集群兴起

九、烟台汽车零部件市场发展规模

十、长春汽车零部件企业全力挺进北美

第五章 2013-2018年中国汽车零部件市场渠道分析

第一节 2013-2018年中国汽车零部件供应商分析

一、国内汽车零部件供应商优势

二、国内汽车零部件供应商劣势

第二节 2013-2018年中国汽车零部件市场渠道分析

一、渠道商买家数量及分布情况

二、汽车配件渠道商采购决策流程及关键环节分析

三、中国汽车零部件企业多渠道营销的选择

第三节 中国汽车公司采购模式与趋势对汽车零部件企业的影响

第六章 2013-2018年中国汽车零部件产业外贸分析

第一节 2013-2018年中国汽车零部件应对国际贸易壁垒

一、中国汽车零件行业进出口特点

二、中国汽车零部件产业海外销售所需条件

三、中国汽车零部件产业海外销售形势分析

四、中国零部件出口遭遇贸易壁垒

五、中国汽车零部件应对贸易壁垒策略

六、中国零部件企业应对反倾销

第二节 中国汽车零部件贸易争端情况分析

一、汽车零部件进口税率上的“攻防战”

二、对中国汽车零部件贸易争端的思考

三、汽车零部件业应拿起反倾销武器

第三节 中国汽车零配件外贸态势分析

第七章 2013-2018年中国汽车零部件细分市场分析

第一节 轴承业发展分析

一、轴承行业总体需求规模分析

二、轴承行业总体供给规模分析

三、汽车用轴承进出口贸易数据分析

1、汽车用滚珠轴承84821000

2、汽车用锥形滚子轴承84822000

3、汽车用鼓形滚子轴承84823000

4、汽车用滚针轴承84824000

四、中国汽车轴承市场竞争现状

五、中国汽车轴承市场竞争策略

六、中国汽车轴承市场前景分析

第二节 车轮与轮胎行业发展分析

一、车轮及轮胎市场动态

二、安全轮胎市场现状分析

三、车轮市场需求规模分析

四、钢制车轮供给分析

五、钢车轮华企或将退出美国

第三节 汽车发动机行业分析

第四节 汽车车身分析

第五节 汽车电子分析

第六节 变速箱分析

第七节 汽车滤清器分析

第八节 汽车玻璃分析

第九节 汽车底盘分析

第十节 其他汽车零部件分析

第八章 2013-2018年中国汽车零部件所属行业主要数据监测分析

第一节 2013-2018年中国汽车零部件所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、利润规模增长分析

第三节 2013-2018年中国汽车零部件所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2013-2018年中国汽车零部件所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2013-2018年中国汽车零部件所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2013-2018年中国汽车零部件行业竞争格局分析

第一节 2013-2018年全球汽车零部件业竞争格局分析

- 一、全球汽车业整体格局变化分析
- 二、全球汽车业整体格局变化特征分析
- 三、全球车企扩张模式的选择分析
- 四、零部件供应商整合并购潮分析
- 五、汽车格局变化对中国市场影响分析

第二节 2013-2018年中国汽车零部件业竞争力分析

- 一、中国汽车零部件市场仍处“战国”时期
- 二、国内汽车零部件企业竞争情况分析
- 三、台湾汽车零部件制造商布局大陆市场分析
- 四、汽车零部件售后市场竞争日趋激烈
- 五、中国汽车零部件出口竞争力评价
- 六、中国汽车零部件产业低价竞争及对产业的影响

第三节 2013-2018年中国汽车零部件供应商QSTP分析

- 一、质量
- 二、服务
- 三、技术
- 四、价格

第四节 2013-2018年中国汽车零部件企业提升竞争力策略分析

- 一、汽车零部件企业的研发能力分析
- 二、汽车零部件企业的出路情况分析
- 三、国内零部件企业整合资源应对措施

第十章 2013-2018年中国汽车零部件的营销策略分析

第一节 2013-2018年汽车零配件行业营销模式分析

- 一、中国汽车零部件出口渠道
- 二、中国汽车零配件企业的营销模式选择
- 三、中国汽车零配件销售渠道模式
- 四、汽配超市成为汽车零部件新的销售模式

第二节 2013-2018年中国汽车零部件企业营销渠道构建

- 一、加入跨国汽车公司的全球采购之路

二、加入跨国汽车零部件公司的全球采购体系

三、加入国内汽车集团集中采购与配套体系

四、进入汽车售后维修服务体系

五、进入汽配市场(城)销售渠道

六、建立和进入汽车零部件连锁销售体系

七、开拓电子商务销售渠道

第三节 汽车零配件的网络营销

一、中国汽车零配件网络化经营现状

二、汽车配件网络化经营优势

三、网络化是汽车配件经营的必经之路

第四节 2013-2018年中国汽车零部件营销服务体系重构

一、营销服务体系重购的因素

二、营销服务新体系构建原则

三、营销服务新体系结构及职能

四、营销服务新体系的有利之处

五、营销服务新体系实施策略

第十一章 2013-2018年世界汽车零部件主要企业竞争分析

第一节 德国博世集团

第二节 日本电装公司

第三节 德尔福

第四节 法国法雷奥集团

第五节 美国天合汽车集团

第六节 德国大陆

第七节 伟世通

第八节 现代摩比斯

第十二章 中国汽车零部件重点厂商运营财务指标分析

第一节 长春旭阳工业（集团）股份有限公司

一、公司基本情况

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

第二节 吉林东光集团有限公司

一、公司基本情况

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

第三节 长春佛吉亚排气系统有限公司

一、公司基本情况

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

第四节 李尔长春汽车内饰件系统有限公司

一、公司基本情况

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

第五节 一汽杰克赛尔汽车空调有限公司

一、公司基本情况

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

第六节 采埃孚富奥底盘技术（长春）有限公司

一、公司基本情况

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

第七节 长春博泽汽车部件有限公司

一、公司基本情况

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

第八节 长春德尔塔—富奥江森高新科技有限公司

一、公司基本情况

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

第九节 长春富奥-江森自控汽车饰件系统有限公司

一、公司基本情况

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

第十节 大陆汽车电子（长春）有限公司

一、公司基本情况

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

第十三章 -2016中国汽车零部件配套市场前景预测

第一节 2019-2025年中国汽车零部件配套市场发展预测

一、黄金增长期预测

二、供应商数量预测

三、配套市场竞争预测

第二节 2019-2025年中国汽车零部件配套市场发展趋势

一、出口和国际化趋势

二、内外资零部件企业竞争趋势

三、本土汽车零部件供应商发展趋势

第十四章 2019-2025年中国汽车零部件行业发展趋势分析

第一节 2019-2025年中国汽车零部件业发展前景

一、中国汽车零部件制造行业预测分析

二、汽车零部件行业新技术发展方向

三、轻量化成为汽车零部件的发展方向

四、长三角地区将逐渐形成汽车零部件的产业地带

五、中国汽车零部件再制造产业大有可为

第二节 2019-2025年中国汽车零部件市场发展前景预测分析

一、汽车零部件的出口中长期发展趋势

二、我国汽车零部件行业的未来增长点

三、中国汽车零部件市场发展趋势预测

四、汽车售后零部件市场的发展前景广阔

五、加大力度做成精品成国内汽配市场的发展趋势

六、中国汽车售后服务备件物流前景广阔

七、中国汽车零部件全球化采购发展趋势

第十五章 2013-2018年中国汽车零部件产业投资环境分析

第一节 2013-2018年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展形势分析
- 三、中国全社会固定资产投资分析
- 四、中国社会消费品零售总额分析
- 五、中国城乡居民收入与消费分析
- 六、中国对外贸易发展形势分析

第二节 2013-2018年中国汽车零部件产业政策环境分析

- 一、中国汽车产业发展政策
- 二、中国汽车改装法规规定
- 三、《汽车工业产业政策》
- 四、汽车零部件相关政策及管理办法

第三节 2013-2018年中国汽车零部件产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、学历结构分析
- 三、城镇化和就业竞争分析

第十六章 2019-2025年中国汽车零部件行业投资商机与风险测评

第一节 2019-2025年中国汽车零部件行业投资周期分析

第二节 2019-2025年中国汽车零部件行业投资机会分析

- 一、车用柴油发动机前景光明
- 二、中国轮胎市场发展潜力巨大
- 三、新能源汽车零部件投资机会突出
- 四、汽车传感器市场加快成长

第三节 2019-2025年中国汽车零部件行业投资风险预警

- 一、宏观经济波动风险
- 二、产业政策调整风险
- 三、市场竞争风险
- 四、原材料价格波动的风险
- 五、汽车零部件海外市场风险

第四节 2019-2025年中国汽车零部件行业投资特点及策略点评

- 一、跨国汽车零部件企业投资的特点
- 二、国内零部件企业海外收购分析
- 三、中国汽车零部件企业走向海外市场的策略

第五节 建议

第十七章 2019-2025年中国汽车零部件行业投资战略研究

第一节 中国汽车零部件行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、海外拓展战略
- 三、业务管理战略
- 四、营销战略规划
- 五、人才培养战略
- 六、企业联盟战略规划

第二节 对中国汽车零部件品牌的战略思考

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略对企业发展的重要性
- 三、汽车零部件品牌的特性和作用
- 四、本土汽车零部件企业需立品牌
- 五、中国汽车零部件品牌竞争趋势
- 六、汽车零部件企业品牌发展战略
- 七、汽车零部件行业品牌实现路径
- 八、汽车零部件行业品牌竞争策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/398180.html>