

2018-2023年中国汽车用品 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国汽车用品市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/S027169MC6.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-03-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国汽车用品市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了汽车用品行业相关概述、中国汽车用品产业运行环境、分析了中国汽车用品行业的现状、中国汽车用品行业竞争格局、对中国汽车用品行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车用品产业发展前景与投资预测。您若想对汽车用品产业有个系统的了解或者想投资汽车用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 汽车用品行业相关概述

1.1 汽车用品行业定义及特点

1.1.1 汽车用品行业的定义

1.1.2 汽车用品行业产品/服务特点

1.2 汽车电子、电器类产品介绍

1.2.1 车载导航系统的分类

1.2.2 车载无线电通讯器的主要类型

1.2.3 汽车防盗器的种类

1.2.4 车载冰箱产品特点介绍

1.3 其他汽车用品

1.3.1 汽车隔热防爆膜的功能

1.3.2 车蜡的种类

1.3.3 汽油添加剂分类

1.3.4 汽车饰品的布置原则及选购方案

第二章 汽车用品行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2017年中国汽车用品行业发展环境分析

3.1 汽车用品行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 汽车用品行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 汽车用品行业社会环境分析（S）

3.3.1 汽车用品产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 汽车用品行业技术环境分析 (T)

3.4.1 汽车用品技术分析

3.4.2 汽车用品技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 汽车安全用品的发展

4.1 汽车安全系统

4.1.1 汽车安全系统及其技术综述

4.1.2 汽车行人保护安全系统发展状况分析

4.1.3 中国汽车安全新技术的发展

4.2 汽车防盗器

4.2.1 汽车防盗器的发展应用概况

4.2.2 中国汽车防盗器品牌需求概况

4.2.3 汽车防盗器市场的发展趋势

4.3 汽车倒车雷达

4.3.1 我国倒车雷达市场发展现状

4.3.2 促进倒车雷达行业迅速发展的因素

4.3.3 我国倒车雷达行业面临的问题

4.4 其他汽车用品

4.4.1 汽车安全气囊

4.4.2 汽车防爆膜

第五章 中国汽车用品行业发展概述

5.1 中国汽车用品行业发展状况分析

5.1.1 中国汽车用品行业发展阶段

5.1.2 中国汽车用品行业发展总体概况

5.1.3 中国汽车用品行业发展特点分析

5.2 2015-2017年汽车用品行业发展现状

5.2.1 2015-2017年中国汽车用品行业市场规模

5.2.2 2015-2017年中国汽车用品行业发展分析

5.2.3 2015-2017年中国汽车用品企业发展分析

5.3 2018-2024年中国汽车用品行业面临的困境及对策

5.3.1 中国汽车用品行业面临的困境及对策

1、中国汽车用品行业面临困境

2、中国汽车用品行业对策探讨

5.3.2 中国汽车用品企业发展困境及策略分析

1、中国汽车用品企业面临的困境

2、中国汽车用品企业的对策探讨

5.3.3 国内汽车用品企业的出路分析

第六章 中国汽车用品行业市场运行分析

6.1 2015-2017年中国汽车用品行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2015-2017年中国汽车用品行业产销情况分析

6.2.1 中国汽车用品行业工业总产值

6.2.2 中国汽车用品行业工业销售产值

6.2.3 中国汽车用品行业产销率

6.3 2015-2017年中国汽车用品行业市场供需分析

6.3.1 中国汽车用品行业供给分析

6.3.2 中国汽车用品行业需求分析

6.3.3 中国汽车用品行业供需平衡

6.4 2015-2017年中国汽车用品行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国汽车电子、电器产品的发展

7.1 汽车音响

7.1.1 中国汽车音响市场需求特征

- 7.1.2 国内汽车音响市场发展热点
- 7.1.3 中国汽车音响行业经营特点
- 7.2 汽车导航系统
 - 7.2.1 汽车导航系统的应用技术概况
 - 7.2.2 中国汽车导航终端市场现状分析
 - 7.2.3 中国汽车导航市场发展的新趋势
 - 7.2.4 我国汽车导航市场需求及发展方向
- 7.3 车载电视
 - 7.3.1 我国车载电视发展情况概述
 - 7.3.2 我国车载电视推广发展现状
 - 7.3.3 车载电视的SWOT剖析
- 7.4 汽车空调
 - 7.4.1 中国汽车空调市场发展现状
 - 7.4.2 国内汽车空调厂商发展概况
 - 7.4.3 节能降耗带来汽车空调技术发展
 - 7.4.4 新能源汽车空调研发带来新契机

第八章 中国汽车用品行业上、下游产业链分析

- 8.1 汽车用品行业产业链概述
 - 8.1.1 产业链定义
 - 8.1.2 汽车用品行业产业链
- 8.2 汽车用品行业主要上游产业发展分析
 - 8.2.1 上游产业发展现状
 - 8.2.2 上游产业供给分析
 - 8.2.3 上游供给价格分析
 - 8.2.4 主要供给企业分析
- 8.3 汽车用品行业主要下游产业发展分析
 - 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状
 - 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析
 - 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析
 - 8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业调研

第九章 中国汽车用品行业市场竞争格局分析

9.1 中国汽车用品行业竞争格局分析

9.1.1 汽车用品行业区域分布格局

9.1.2 汽车用品行业企业规模格局

9.1.3 汽车用品行业企业性质格局

9.2 中国汽车用品行业竞争五力分析

9.2.1 上游议价能力

9.2.2 下游议价能力

9.2.3 新进入者威胁

9.2.4 替代产品威胁

9.2.5 现有企业竞争

9.3 中国汽车用品行业竞争SWOT分析

9.4 中国汽车用品行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国汽车用品行业领先企业竞争力分析

10.1 深圳市元征科技股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业投资前景分析

10.2 深圳赛格股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业投资前景分析

10.3 启明信息技术股份有限公司竞争力分析

- 10.3.1 企业发展基本情况
- 10.3.2 企业主要产品分析
- 10.3.3 企业竞争优势分析
- 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.3.6 企业投资前景分析
- 10.4 北京四维图新科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业投资前景分析
- 10.5 深圳航盛电子股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业投资前景分析
- 10.6 北京合众思壮科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业投资前景分析
- 10.7 广东好帮手电子科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析

- 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.7.6 企业投资前景分析
- 10.8 江苏云瀚股份有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业投资前景分析
- 10.9 麦特汽车服务股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业投资前景分析
- 10.10 华阳集团有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态
 - 10.10.6 企业投资前景分析

- 第十一章 2018-2024年中国汽车用品行业发展趋势与前景分析
 - 11.1 2018-2024年中国汽车用品市场趋势预测
 - 11.1.1 2018-2024年汽车用品市场发展潜力
 - 11.1.2 2018-2024年汽车用品市场趋势预测展望
 - 11.1.3 2018-2024年汽车用品细分行业趋势预测分析
 - 11.2 2018-2024年中国汽车用品市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2018-2024年汽车用品行业发展趋势
 - 11.2.2 2018-2024年汽车用品市场规模预测

- 11.2.3 2018-2024年汽车用品行业应用趋势预测
- 11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国汽车用品行业供需预测
 - 11.3.1 2018-2024年中国汽车用品行业供给预测
 - 11.3.2 2018-2024年中国汽车用品行业需求预测
 - 11.3.3 2018-2024年中国汽车用品供需平衡预测

第十二章 2018-2024年中国汽车用品行业行业前景调研

- 12.1 汽车用品行业投资机会分析
 - 12.1.1 产业链投资机会
 - 12.1.2 细分市场投资机会
 - 12.1.3 重点区域投资机会
 - 12.1.4 产业发展的空白点分析
- 12.2 汽车用品行业投资前景分析
 - 12.2.1 汽车用品行业政策风险
 - 12.2.2 宏观经济风险
 - 12.2.3 市场竞争风险
 - 12.2.4 关联产业风险
 - 12.2.5 产品结构风险
 - 12.2.6 技术研发风险
 - 12.2.7 其他投资前景
- 12.3 汽车用品行业投资潜力与建议
 - 12.3.1 汽车用品行业投资潜力分析
 - 12.3.2 汽车用品行业最新投资动态
 - 12.3.3 汽车用品行业投资机会与建议

第十三章 2018-2024年中国汽车用品企业投资规划建议与客户策略分析

- 13.1 汽车用品企业投资前景规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 汽车用品企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 汽车用品企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 汽车用品中小企业投资前景研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的投资前景
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业投资前景思考

- 1、实施科学的投资前景
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：汽车用品行业特点

图表：汽车用品行业生命周期

图表：汽车用品行业产业链分析

图表：2015-2017年汽车用品行业市场规模分析

图表：2018-2024年汽车用品行业市场规模预测

图表：中国汽车用品行业盈利能力分析

图表：中国汽车用品行业运营能力分析

图表：中国汽车用品行业偿债能力分析

图表：中国汽车用品行业发展能力分析

图表：中国汽车用品行业经营效益分析

图表：2015-2017年汽车用品重要数据指标比较

图表：2015-2017年中国汽车用品行业销售情况分析

图表：2015-2017年中国汽车用品行业利润情况分析

图表：2015-2017年中国汽车用品行业资产情况分析

图表：2015-2017年中国汽车用品竞争力分析

图表：2018-2024年中国汽车用品产能预测

图表：2018-2024年中国汽车用品消费量预测

图表：2018-2024年中国汽车用品市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国汽车用品发展趋势预测

图表：区域投资前景规划

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/S027169MC6.html>