



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年汽车用品行业发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年汽车用品行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/138260.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

随着中国整车市场及汽车4S店的不断成熟，汽车电子、装饰等用品市场的生意蒸蒸日上，巨大的市场规模及丰厚的商业利润使得越来越多的商家竞相进入汽车用品市场。汽车用品有个很特殊的消费方式，它和整车市场的关联度很大。由于30%的汽车用品是在整车销售中完成的，所以持续增长的汽车保有量直接导致了汽车用品市场的繁荣，未来发展潜力不可估量。得益于国家政策效应和市场刚性需求的拉动，中国汽车产业高速发展，2009年1-6月，中国汽车销量达609.88万辆，同比增长17.69%，成为全球最大的新车市场。汽车用品市场领域非常广阔，不仅仅和整车市场息息相关，同时还贯穿于售后服务、零部件销售、二手车经营等各个方面。中国汽车工业的快速发展也带动了相关配套的汽车后市场，而其中的汽车用品行业更是如雨后春笋般地高速成长，2008年全国的汽车用品需求量达到800亿元，每年保持35%以上递增。汽车大众消费时代更讲究个性，对汽车用品的需求也会增多。对于年轻的爱车一族来说，无疑对改装更加痴迷，无论是在外观还是内饰，都极尽个性化之能事。女性已日渐成为汽车用品特别是饰品消费的主力。如今，女性开车的越来越多，不少女车主花几百数千甚至更多的钱装点自己的车十分常见，这部分的市场非常巨大。

中国汽车消费市场的持续升温，为汽车用品行业的发展提供了巨大商机。车载导航、汽车音响、氙气灯、汽车香水、羊剪绒、车载MP3、防爆膜、车载DVD、汽车装饰、汽车美容。这些名词列入汽车后市场最热门的关键词之中。车载导航在市场需求中又位居榜首，市场前景相当看好。中国汽车用品行业有一定的规模，但行业的主要问题是知名品牌不多，产品知名度不高，由于缺乏相应的国家标准，市场上假冒伪劣产品横行；同时行业专业化程度不高，人才已经成为制约行业发展的瓶颈，这直接影响产品创新程度，使得产品同质化严重。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竞争环境。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。中国汽车用品行业的发展潜力很大，预计到2011年，仅汽车电子类产品市场规模将达到近2400亿元，每年以平均26%的速度增长。汽车安全系统、美容养护市场等也将有较大发展。

就汽车售前市场与售后市场的比重来说中国还是倒挂的。将来后者的发展空间比前者更大，整个汽车服务行业是一个几万亿的大市场。根据欧美国家的统计，在一个完全成熟的国际化汽车市场中，汽车的销售利润在整个汽车业的利润构成中仅占20%，零部件的利润占20%，而50%至60%的利润是从汽车服务业中产生的。目前，美国汽车服务业的营业额已经超过汽车整车的销售额。有统计显示，到2010年中国汽车后市场销售额会翻一番，到时市场规模

将超过10000亿元人民币。随着私家车所占份额的不断增大，我国汽车服务业起步虽晚，但市场发展势头非常迅猛，汽车的日常维护已经从“以修为主”逐渐转变成“以养为主”。整个行业现在属于起步阶段。很多人都有一个不科学的认识，认为汽车的制造业所占的比重要远远大于汽车后市场。但是实际上，整个汽车后市场所包括的体系至少是汽车制造业的近七倍。目前已经公认的行业说法是——中国汽车后市场服务可归为：汽车美容、装饰、养护、汽车电子等11个大类近四百项具体的服务。在国外发达国家，汽车售后服务市场的销售额已经是汽车销售的数十倍以上。对于汽车养护，传统的方法是洗车、除渍、打蜡和除臭吸尘等常规护理，而现代汽车服务除这些传统项目外，还包括利用专业美容系列产品和高科技技术设备，采用特殊的工艺和方法，对漆面增光、打蜡、抛光、镀膜及深浅划痕处理、全车漆面美容、底盘防腐涂胶处理和发动机表面翻新等一系列美容技术。市场调查表明：目前中国60%以上的私人高档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯；30%以上的私人低档车车主也开始形成了给汽车做美容养护的观念；30%以上的公用高档汽车也定时进行外部美容养护。汽车服务行业前景异常广阔。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中国汽车用品联合会、《中国汽车报》、国内外相关刊物杂志的基础信息以及汽车用品科研单位等公布和提供的大量资料，结合对汽车用品相关企业的实地调查，对我国汽车用品行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了汽车用品行业的前景与风险。报告揭示了汽车用品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球汽车用品行业发展分析

第一节 国际汽车用品行业发展轨迹综述

一、国际汽车用品行业发展历程

二、国际汽车用品行业发展面临的问题

三、国际汽车用品行业技术发展现状及趋势

第二节 世界汽车用品行业市场情况

一、2008年世界汽车用品产业发展现状

二、2009年国际汽车用品产业发展态势

三、2009年国际汽车用品行业研发动态

四、2009年全球汽车用品行业发展机会

第三节 部分国家地区汽车用品行业发展状况

一、2008-2009年美国汽车用品行业发展分析

二、2008-2009年欧洲汽车用品行业发展分析

三、2008-2009年日本汽车用品行业发展分析

四、2008-2009年韩国汽车用品行业发展分析

第二章 我国汽车用品行业发展现状

第一节 中国汽车用品行业发展概述

一、中国汽车用品行业发展历程

二、中国汽车用品行业发展面临的问题

三、中国汽车用品行业技术发展现状及趋势

第二节 我国汽车用品行业发展状况

一、2008年中国汽车用品行业发展回顾

二、2008年汽车用品行业发展情况分析

三、2008年我国汽车用品市场特点分析

四、2009年我国汽车用品市场发展分析

第三节 中国汽车用品行业供需分析

一、2008年中国汽车用品市场供给总量分析

二、2008年中国汽车用品市场供给结构分析

三、2009年中国汽车用品市场需求总量分析

四、2009年中国汽车用品市场需求结构分析

五、2009年中国汽车用品市场供需平衡分析

第三章 中国汽车用品行业经济运行分析

第一节 2009年汽车用品行业运行情况分析

一、2009年汽车用品行业经济指标分析

二、2009年汽车用品行业收入前十家企业

第二节 2009年汽车用品行业产量分析

一、2009年我国汽车用品产品产量分析

二、2009年我国汽车用品产品产量预测

第三节 2009年汽车用品行业进出口分析

- 一、2009年汽车用品行业进口总量及价格
- 二、2009年汽车用品行业出口总量及价格
- 三、2009年汽车用品行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年汽车用品进出口态势展望

第四章 国内外汽车行业分析

第一节 国际汽车工业现状

- 一、世界汽车行业的供应链结构分析
- 二、2008-2009年世界汽车行业发展现状
- 三、金融危机对全球汽车产业的影响
- 四、全球汽车制造业新趋向

第二节 中国汽车工业发展分析

- 一、改革开放30年民族汽车工业的发展
- 二、2008年中国汽车行业回顾及其展望
- 三、2009年我国汽车产销及进出口分析
- 四、2009年我国汽车行业产量数据分析
- 五、2009年汽车工业重点企业经济效益

第五章 我国汽车用品细分市场分析

第一节 汽车电子发展分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 汽车电器发展分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 汽车安全系统发展分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 汽车美容养护用品分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 汽车装饰用品发展分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 中国汽车用品行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区汽车用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七章 汽车用品行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年汽车用品行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 汽车用品行业投资机会分析

一、汽车用品投资项目分析

二、可以投资的汽车用品模式

三、2009年汽车用品投资机会

四、2009年汽车用品细分行业投资机会

五、2009年汽车用品投资新方向

第三节 汽车用品行业发展前景分析

一、汽车用品市场发展前景分析

二、我国汽车用品市场蕴藏的商机

三、金融危机下汽车用品市场的发展前景

四、2009年汽车用品市场面临的发展商机

五、2009-2012年汽车用品市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第八章 汽车用品行业竞争格局分析

第一节 汽车用品行业集中度分析

一、汽车用品市场集中度分析

二、汽车用品企业集中度分析

三、汽车用品区域集中度分析

第二节 汽车用品行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 汽车用品行业竞争格局分析

一、2008年汽车用品行业竞争分析

二、2008年中外汽车用品产品竞争分析

三、2008-2009年国内外汽车用品竞争分析

四、2008-2009年我国汽车用品市场竞争分析

五、2008-2009年我国汽车用品市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要汽车用品企业动向

第九章 2009-2012年中国汽车用品行业发展形势分析

第一节 汽车用品行业发展概况

一、汽车用品行业发展特点分析

二、汽车用品行业投资现状分析

三、汽车用品行业总产值分析

四、汽车用品行业技术发展分析

第二节 2008-2009年汽车用品行业市场情况分析

一、汽车用品行业市场发展分析

二、汽车用品市场存在的问题

三、汽车用品市场规模分析

第三节 2008-2009年汽车用品产销状况分析

一、汽车用品产量分析

二、汽车用品产能分析

三、汽车用品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第十章 中国汽车用品行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国汽车用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国汽车用品行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国汽车用品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 汽车用品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2008-2009年汽车用品原材料价格走势
- 二、2008-2009年汽车用品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年汽车用品行业产销情况
- 二、2008-2009年汽车用品行业库存情况
- 三、2008-2009年汽车用品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年汽车用品行业价格走势
- 二、2008-2009年汽车用品行业营业收入情况
- 三、2008-2009年汽车用品行业毛利率情况
- 四、2008-2009年汽车用品行业赢利能力
- 五、2008-2009年汽车用品行业赢利水平
- 六、2009-2012年汽车用品行业赢利预测

第十二章 汽车用品行业盈利能力分析

第一节 2009年中国汽车用品行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国汽车用品行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国汽车用品行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国汽车用品行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十三章 汽车用品重点企业发展分析

第一节 深圳航盛电子股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 佛山市顺德区东箭汽车用品制造有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 本田汽车用品（广东）有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 浙江天鸿汽车用品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 浙江明丰汽车用品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 佛山市顺德区华钿越野汽车用品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 浙江利丰汽车用品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 河南省博洋汽车用品制造有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 仙居县乐群汽车用品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十节 浙江天台天盛汽车用品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 汽车用品行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 汽车用品行业投资效益分析

一、2009年汽车用品行业投资状况分析

二、2009年汽车用品行业投资效益分析

三、2009-2012年汽车用品行业投资方向

四、2009-2012年汽车用品行业投资建议

第四节 汽车用品行业投资策略研究

一、2008年汽车用品行业投资策略

二、2009年汽车用品行业投资策略

三、2009-2012年汽车用品行业投资策略

四、2009-2012年汽车用品细分行业投资策略

第十五章 汽车用品行业投资风险预警

第一节 影响汽车用品行业发展的主要因素

一、2009年影响汽车用品行业运行的有利因素

二、2009年影响汽车用品行业运行的稳定因素

三、2009年影响汽车用品行业运行的不利因素

四、2009年我国汽车用品行业发展面临的挑战

五、2009年我国汽车用品行业发展面临的机遇

第二节 汽车用品行业投资风险预警

一、2009-2012年汽车用品行业市场风险预测

二、2009-2012年汽车用品行业政策风险预测

三、2009-2012年汽车用品行业经营风险预测

四、2009-2012年汽车用品行业技术风险预测

五、2009-2012年汽车用品行业竞争风险预测

六、2009-2012年汽车用品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十六章 汽车用品行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国汽车用品市场趋势分析

一、2008-2009年我国汽车用品市场趋势总结

二、2009-2012年我国汽车用品发展趋势分析

第二节 2009-2012年汽车用品产品发展趋势分析

一、2009-2012年汽车用品产品技术趋势分析

二、2009-2012年汽车用品产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国汽车用品行业供需预测

一、2008-2012年中国汽车用品供给预测

二、2009-2012年中国汽车用品需求预测

三、2009-2012年中国汽车用品价格预测

第四节 2009-2012年汽车用品行业规划建议

一、汽车用品行业"十一五"整体规划

二、汽车用品行业"十一五"发展预测

三、2009-2012年汽车用品行业规划建议

第十七章 汽车用品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、汽车用品价格策略分析

二、汽车用品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高汽车用品企业竞争力的策略

一、提高中国汽车用品企业核心竞争力的对策

二、汽车用品企业提升竞争力的主要方向

三、影响汽车用品企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高汽车用品企业竞争力的策略

第四节 对我国汽车用品品牌的战略思考

一、汽车用品实施品牌战略的意义

二、汽车用品企业品牌的现状分析

三、我国汽车用品企业的品牌战略

四、汽车用品品牌战略管理的策略

图表目录

图表：汽车用品产业链分析

图表：汽车用品行业生命周期

图表：2008-2009年中国汽车用品行业市场规模

图表：2008-2009年全球汽车用品产业市场规模

图表：2008-2009年汽车用品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国汽车用品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国汽车用品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国汽车用品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国汽车用品竞争力分析

图表：2009-2012年中国汽车用品市场前景预测

图表：2009-2012年中国汽车用品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国汽车用品发展前景预测

图表：2001-2008年美国汽车用品市场销售规模

图表：2009-2012年美国汽车用品市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国汽车用品市场规模

图表：2002-2008年英国汽车用品市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国汽车用品市场规模预测

图表：2008-2012年英国汽车用品市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国汽车用品市场规模

图表：2002-2008年德国汽车用品市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国汽车用品市场规模预测

图表：2008-2012年德国汽车用品市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本汽车用品市场规模

图表：2002-2008年日本汽车用品市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本汽车用品市场规模预测

图表：2009-2012年日本汽车用品市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国汽车用品市场规模

图表：2002-2008年中国汽车用品市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国汽车用品市场规模预测

图表：2009-2012年中国汽车用品市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年8月汽车用品行业销售成本分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业销售费用分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业管理费用分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业财务费用分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业销售及利润分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业销售利润率分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业资产分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业负债分析

图表：2008-2009年8月汽车用品行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-8月工业生产主要指标

图表：2008-2009年8月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年8月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-8月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年1-8月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年1月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年1月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年2月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年2月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年3月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年3月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年上半年我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年上半年我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年4月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年4月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年5月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年5月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年6月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年6月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年2季度我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年2季度我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年7月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年7月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年8月我国汽车用品产品进口数据

图表：2009年8月我国汽车用品产品出口数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业国有企业工业数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业集体企业工业数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业私营企业工业数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-8月中国汽车用品行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计资产总计对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计利润总额对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业产销率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业人均销售率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业亏损面对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业销售利润率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制汽车用品企业资金利税率对比

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量北京市统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量天津市统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量河北省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量吉林省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量上海市统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量江苏省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量浙江省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量安徽省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量福建省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量江西省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量山东省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量河南省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量湖北省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量湖南省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量广东省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量广西区统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量海南省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量四川省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量云南省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量陕西省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量青海省统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月汽车用品产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/138260.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；
行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。