



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国汽车用品行业 市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国汽车用品行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/232473.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

为汽车后市场的三大板块之一，汽车用品市场目前算是发展最快、前景最好的行业。近年来，随着汽车行业的快速发展，汽车用品行业发展一日千里。即便是眼下车市进入淡季，汽车用品商家仍然活得很滋润。随着新购车者越来越注重对时尚、个性的追求，汽车用品，特别是车内装饰品的销售有较大幅度提高。从整个国内市场的情况来看，中国汽车饰品部分约占30%左右，70%的空间有待开发，汽车饰品直接需求约150亿元。市场也有很大的开发空间，目前汽车用品开发还不到五成。

女性消费往往跟随潮流，花钱有很大的随意性，只要喜欢就买，而且常常随着时尚与季节的更替而更换饰品。正是基于上述特点，女性已日渐成为汽车饰品消费的一支生力军。目前每个月到店里购买汽车饰品的人群中，女性要占到了60%。目前在购车者中，一些造型新颖别致，带有浓郁卡通色彩的饰品备受女性车迷的关注，销量也十分看好。目前市面上许多汽车饰品非常注重人性化、时尚化的设计，布置饰品不用改变汽车的任何设置及性能，也不用花费多少钱就达到很好的效果，因此特别受到有车一族的喜爱。"个性化"和"人性化"成为汽车用品发展的最大动力。

《2013-2018年中国汽车用品行业市场深度分析与投资前景预测报告》立足于汽车用品市场发展现状分析，通过对汽车用品行业环境、汽车用品产业链、汽车用品市场供需、汽车用品价格、汽车用品生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对汽车用品产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握汽车用品未来的市场发展趋势，我中心还对汽车用品行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

第一章 2013年全球汽车用品市场运行分析

第一节 2013年全球汽车零部件市场综述

二、全球汽车零部件市场整合状况

三、金融危机加速全球汽车零部件产业调整步伐

五、汽车零部件跨国公司经营规模的分析比较

六、世界领先汽车零部件供应商大力拓展亚太市场

七、国际汽车零部件业兼并重组逐渐成为趋势

三、全球汽车零部件企业走向新兴市场分析

第二节 2013年全球汽车用品市场分析

一、全球汽车电子市场复苏分析

- 二、全球汽车继电器市场分析
- 三、全球汽车电子系统总值预测
- 四、全球传感器市场规模预测

第三节 2013年全球国家汽车用品市场分析

- 一、美国汽车配件市场分析
- 二、德国汽车配件行业分析
- 三、日本女性汽车用品市场分析

第二章 近几年中国汽车产业运行态势分析

第一节 2006-2013年1-10月中国汽车产销量分析

- 一、中国汽车产销量分析
- 二、中国载货汽车产销量分析
- 三、中国公路客车产销量分析
- 四、中国轿车产销量分析

第二节 2013年中国汽车保有量

- 一、2013年中国民用汽车保有量
- 二、各省民用汽车保有量分析
- 三、不同类型民用汽车保有量
- 四、2013年中国私人汽车保有量
- 五、各省私人汽车保有量分析
- 六、不同类型私人汽车保有量

第三章 2013年中国汽车用品行业运行形势分析

第一节 2013年中国汽车用品行业运行总况

- 一、外国汽车用品品牌涌入中国市场
- 二、汽车用品的品牌与连锁分析
- 三、汽车用品市场价格竞争的原因及解决措施
- 五、汽车用品市场销售渠道分析
- 六、汽车用品市场广告的投放策略

第二节 2013年中国汽车用品市场热点分析

- 一、中国汽车用品市场的特征分析
- 二、冬季汽车用品行业热卖产品分析

三、2013年汽车用品市场供需分析

第三节 未来中国汽车用品行业发展方向

一、汽车用品行业转型走向

二、中国汽车电子行业大型规模化走向

三、2013年中国汽车用品行业发展方向分析

第四章 2013年中国汽车用品市场经销渠道分析

第一节 2013年中国汽车用品经销商分析

一、经销商销售网络实力分析

二、经销商在当地市场优势分析

三、经销商为企业降低风险分析

第二节 2013年汽车用品网店与实体店铺对比分析

一、网店产品价格优势分析

二、实体店售后服务优势分析

三、汽车用品网店发展状况

第三节 2013年汽车用品网店发展分析

一、汽车用品网店发展现状

二、汽车用品店网上店铺推广情况分析

三、中国汽车用品网店发展机遇

四、汽车用品网店发展策略

第四节 2013年上海汽车用品电子商务市场发展现状

一、上海地区汽车用品网店潜力分析

二、上海地区汽车用品网店商誉分析

三、上海地区汽车用品网商素质分析

四、上海地区汽车用品网店规模分析

五、上海地区汽车用品网店更新率分析

第五章 2013年中国汽车用品市场发展分析

第一节 2013年中国汽车用品市场特点

第二节 中国汽车用品市场发展状况

一、改装市场对汽车用品市场影响

二、汽车用品价格调整情况

三、汽车用品市场发展现状分析

四、女性汽车用品市场分析

五、纺企进入汽车用品市场情况

第三节 2013年中国主要地区汽车用品交易市场分析

一、北京主要汽车用品市场简况

二、上海汽车用品市场火爆

三、广州汽车用品行业发展状况

五、山东主要汽车用品市场分析

六、沈阳汽车用品行业整体状况

第六章 2013年中国汽车电子业运行态势分析

第一节 2013年中国汽车电子市场概况

一、中国汽车电子市场加速增长

二、中国汽车电子市场的销售模式

三、政府积极推进汽车电子产业化

四、家电企业切入汽车电子市场的方式

第二节 2013年中国汽车电子市场经营分析

一、中国汽车电子产业特点分析

二、中国汽车电子市场回顾

三、中国汽车电子市场保持增长态势

四、中国汽车产业带动汽车电子市场发展

第三节 2013年中国车载导航仪市场分析

一、汽车导航系统的发展历程

二、个人导航设备热销汽车导航系统市场

三、车载导航市场的难题

四、车载导航产业发展的策略

第四节 2013年中国车载通讯产品市场分析

一、车载电台的使用及管理

二、车载电话市场出现大众化趋势

三、车载蓝牙技术及市场发展概况

第五节 2013年中国汽车电子技术分析

一、汽车电子技术的发展阶段

- 二、中国汽车电子技术主要发展特点
- 三、网络技术在汽车电子发展中的应用
- 四、汽车电子技术的发展方向
- 五、中国汽车电子技术的发展策略

第六节 2013年中国汽车电子市场的问题与对策

- 一、本土汽车电子企业面临严峻挑战
- 二、中国应掌握汽车电子产业的核心技术
- 三、中国汽车电子企业与整车企业缺少沟通合作
- 四、中国汽车电子企业发展策略

第七章 2013年中国汽车电器行业运行探析

第一节 汽车音响

- 一、中国汽车音响市场环境分析
- 二、中国汽车音响企业经营状况
- 三、中国汽车音响消费市场透析
- 四、汽车音响行业本土品牌的忧患
- 五、中国汽车音响改装业运行分析
- 六、中国汽车音响企业发展战略解析

第二节 车载DVD

- 一、日韩品牌在中国车载DVD市场的发展状况
- 二、车载DVD国产品牌渐崛起
- 三、车载DVD普及的问题分析
- 四、推动车载DVD市场发展的因素

第三节 车载电视

- 一、移动电视行业兴起
- 二、中国车载电视发展特点分析
- 三、车载电视的相关技术发展分析
- 四、车载电视大规模应用的制约因素
- 五、车载电视运营策略分析

第四节 汽车空调

- 一、国内外汽车空调技术进展
- 二、汽车空调成汽车市场竞争主要手段

三、中国汽车空调发展状况

四、中国汽车空调市场新特点分析

五、国内汽车空调发展问题及对策

六、未来新型动力车使用的空调系统预测

第五节 车载冰箱

一、车载冰箱国内外市场需求差异大

二、中国推出首款冷冻型车载冰箱

三、车载冰箱存在的缺点待改进

第八章 2013年中国汽车安全系统运行分析

第一节 2013年中国汽车安全系统运行简况

一、世界最大汽车安全带生产企业在河北建厂

二、汽车安全对国内汽车企业的影响分析

三、中国汽车安全新技术的发展

第二节 2013年中国汽车防盗器产品分析

一、汽车盗窃现象严重

二、汽车防盗器市场发展回顾

三、汽车防盗器市场问题多

第三节 2013年中国汽车倒车雷达产品分析

一、汽车倒车雷达产品发展历程

二、倒车雷达市场发展特点简析

三、促进倒车雷达行业发展迅速的因素

四、无线倒车雷达市场待发展

第四节 2013年中国汽车安全气囊分析

一、国外汽车安全气囊的发展历史

二、汽车安全气囊传感器技术发展动态

三、本田研制出新安全气囊

四、安全气囊行业标准存在漏洞

第五节 2013年中国汽车隔热防爆膜运行点评

一、防爆膜市场发展回顾

二、汽车隔热膜市场亟需规范

三、防爆膜行业的问题及解决措施

第九章 2013年中国汽车美容养护用品市场运行探析

第一节 2013年中国汽车美容养护产品运行状况

- 一、瑞典汽车养护品牌进驻中国市场
- 二、中国汽车养护品市场发展总体状况
- 三、中国汽车养护品市场增长快速
- 四、汽车养护品消费市场的特点

第二节 2013年中国润滑油市场竞争态势分析

- 一、中国汽车润滑油市场国外品牌竞争激烈
- 二、中国的三大润滑油品牌的竞争格局
- 三、中国润滑油市场及消费特点
- 四、本土润滑油高端市场份额低
- 五、本土润滑油企业品牌突围战略

第三节 2013年中国汽油添加剂产品简述

- 一、汽油添加剂的作用
- 二、国内汽油添加剂主要产品介绍
- 三、消费者要理性选择汽油添加剂

第四节 汽车漆面保护用品介绍

- 一、汽车镀膜提升汽车美容养护技术
- 二、青岛车蜡市场发展状况

第十章 2013年中国汽车装饰用品行业运行分析

第一节 2013年中国汽车饰品行业运行简况

- 一、汽车饰品市场的特点分析
- 二、消费者对汽车饰品的偏好分析
- 三、汽车饰品市场卡通装饰渐受欢迎

第二节 2013年中国汽车饰品不同材质分析

- 一、汽车饰品合成革的研发现状
- 二、汽车内饰纺织品行业发展状况
- 三、植绒织物汽车内饰材料的特点和优势

第三节 2013年中国汽车香水市场运行分析

- 一、汽车香水分分类简介

- 二、车用香水市场监管尚属空白
- 三、汽车香水市场治理困难的原因分析
- 四、广州汽车香水市场特征分析

第四节 2013年中国汽车饰品行业存在的问题

- 一、劣质饰品污染车内危害健康
- 二、汽车内饰面料市场亟需创新
- 三、汽车饰品市场期待净化
- 四、汽车饰品企业期盼行业标准

第十一章 2013年中国汽车用品行业竞争态势分析

第一节 2013年中国汽车用品行业竞争格局综述

- 一、汽车用品行业竞争格局分析
- 二、汽车用品市场企业与国外品牌竞争分析
- 三、汽车用品行业展会竞争状况
- 四、汽车用品品牌竞争分析
- 五、汽车用品终端市场竞争分析

第二节 2013年中国汽车用品行业同质化竞争分析

- 一、汽车用品同质化竞争问题分析
- 二、汽车用品价格竞争问题分析
- 三、汽车用品同质化竞争应对策略分析

第三节 2013年中国汽车用品细分行业竞争分析

- 一、汽车养护品牌竞争分析
- 二、汽车装饰行业竞争关系分析
- 三、2013年汽车装饰市场竞争状况
- 四、G技术应用对汽车影音行业竞争影响
- 五、汽车导航无序竞争分析
- 六、我国车载影音产品品牌竞争分析

第十二章 2013年中国汽车用品企业竞争策略分析

第一节 汽车用品市场竞争策略分析

- 一、汽车用品在4S店营销策略
- 二、汽车用品行业品牌化建设策略

三、汽车用品经销商竞争策略

四、汽车用品行业预定式销售模式分析

第二节 2013年汽车用品企业生存策略

一、产品创新

二、渠道创新

三、服务创新

四、推广创新

第三节 汽车用品业大区经理应对市场变化策略

一、汽车用品大区经理在企业地位分析

二、汽车用品大区经理工作开展策略

三、大区经理与经销商分工协作策略

第十三章 2013年中国汽车用品主体企业竞争力对及关键性财务数据分析

第一节 上海广电信息产业股份有限公司（600637）

一、上广电开拓车载DVD时代

二、上广电成功研制福克斯专用车载导航产品

三、企业运营财务指标分析

第二节 深圳赛格股份有限公司（000058）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 深圳元征科技股份有限公司

一、元征深圳汽车电子产业园建成

二、元征高调进入DIY汽车市场

三、企业运营财务指标分析

第四节 北京四维图新导航信息技术有限公司

一、四维图新成为世界、五大导航地图企业

二、四维图新主导中国消费类电子导航市场

三、企业运营财务指标分析

第五节 深圳航盛电子股份有限公司

- 一、航盛宝安汽车电子制造基地建成
- 二、自主创新成深圳航盛核心竞争力
- 三、航盛的可持续发展思路及远景目标
- 四、企业运营财务指标分析

第六节 3M中国有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 华阳集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 深圳华强信息产业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十四章 2013-2018年中国汽车用品行业新趋势探析

第一节 我国汽车用品行业前景与机遇分析

- 一、汽车用品市场发展潜力
- 二、汽车用品市场发展前景
- 三、汽车用品市场发展趋势

第二节 4S店汽车用品发展趋势

- 一、汽车4S店汽车用品产品价格走向
- 二、4S店汽车用品发展问题
- 三、汽车用品新产业模式发展分析

第三节 汽车用品发展趋势

- 一、技术发展趋势
- 二、汽车内饰件发展趋势
- 三、汽车电子产品发展趋势
- 四、汽车化妆品发展趋势
- 五、汽车装修、改装和服务整合趋势
- 六、汽车用品销售渠道发展趋势

第十五章 2013-2018年中国汽车用品细分行业发展趋势

第一节 汽车安全系统发展新趋势

- 一、智能化趋势
- 二、由被动向主动发展趋势

第二节 汽车电子系统智能技术发展趋势

- 一、信息娱乐系统与G结合
- 二、互动智能电网新概念
- 三、汽车安全提高智能化
- 四、智能副驾驶系统

第三节 汽车电子市场发展趋势

- 一、世界汽车电子技术发展方向
- 二、我国汽车电子产业发展趋势
- 三、我国汽车电子行业规划方向

第十六章 2013年中国汽车用品行业投资现状分析

第一节 2013年中国汽车用品行业投资情况分析

- 一、汽车用品投资特性分析
- 二、汽车用品投资环境分析

第二节 汽车用品店投资方案分析

- 一、撰写创业计划书

- 二、创业资金筹措
- 三、选定行业决定产品
- 四、经营技术
- 五、店面选择及装潢

第十七章 2013年中国汽车用品行业投资环境解析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国汽车用品政策法规环境分析

- 一、盘点年来重要的汽车法律法规政策
- 二、《汽车零部件再制造试点管理办法》
- 三、玻璃贴膜新标准分析

第三节 2013年中国汽车用品社会环境分析

- 一、我国居民收入水平
- 二、消费者信心指数分析
- 三、居民生活水平分析
- 四、我国居民消费情况分析

第四节 我国汽车行业振兴规划解读

- 一、汽车行业振兴规划概述
- 二、汽车行业振兴规划细则
- 三、汽车行业振兴规划三大任务
- 四、汽车行业振兴规划五项措施
- 五、汽车行业振兴规划的意义与作用

第十八章 2013-2018年中国汽车用品行业投资机会与风险预警

第一节 2013-2018年中国汽车用品行业投资风险分析

- 一、产品质量风险
- 二、销售渠道风险
- 三、流通市场风险
- 四、产品价格风险

五、从业者专业素质风险

六、企业文化风险

第二节 2013-2018年中国汽车用品行业投资机遇分析

一、汽车用品投资机遇分析

二、汽车用品行业投资契机

第十九章 2013-2018年中国汽车用品行业投资战略研究

第一节 未来中国汽车用品行业投资剖析

一、汽车用品投资前准备工作

二、汽车用品店进货渠道

三、汽车用品店选址策略

四、汽车用品店装修策略

第二节 2013-2018年中国汽车装饰行业发展及投资前景

一、装饰市场投资回报分析

二、个性化汽车装饰改装市场潜力

三、行业投资风险及机遇

四、高档车用消费品投资前景

图表目录：（部分）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/232473.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提供专业投资咨询报告、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。