



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国汽车配件行业市场分 析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008年中国汽车配件行业市场分析及发展趋势研究报告》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/64287.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

### 2008年中国汽车配件行业市场分析及发展趋势研究报告

#### 目录

#### 第一部分行业总体概貌13

#### 第一章汽配行业概述14

##### 1.1汽配行业定义和分类15

###### 1.1.1汽配行业15

###### 1.1.2汽配行业产品分类15

##### 1.2汽配市场特点分析17

###### 1.2.1需求特点17

###### 1.2.1.1需求增长以整车市场发展为前提17

###### 1.2.1.2需求量大，品种规格多17

###### 1.2.1.3需求时间、地点和品种都呈随机性18

###### 1.2.1.4质量要求高，但用户鉴别难18

###### 1.2.2经营特点18

###### 1.2.2.1经营所需的库存成本高18

###### 1.2.2.2规模效益优势不易发挥18

###### 1.2.2.3购销渠道相对固定18

##### 1.3中国汽配行业的基本特征分析20

###### 1.3.1汽配行业在汽车工业中占有重要地位20

###### 1.3.2中国汽配行业的发展历程20

###### 1.3.3中国汽配行业在行业生命周期中的阶段21

###### 1.3.4汽配行业的价值链21

###### 1.3.5中国汽配行业进入、退出分析22

###### 1.3.5.1进入门槛有望增高22

###### 1.3.5.2退出障碍低23

###### 1.3.6中国汽配行业增长空间广阔24

##### 1.4中国汽配行业现状及问题分析25

###### 1.4.1副厂配件是维修市场中主要产品25

###### 1.4.2汽配城与汽车配件交易会是主要组织形式25

- 1.4.3市场流通效率低26
- 1.4.4营销手段落后26
- 1.4.5市场集中度低26
- 1.4.6经营行为不规范26

## 第二章世界汽配行业发展状况28

- 2.1世界汽配行业概况29
  - 2.1.1世界汽车行业的发展现状29
  - 2.1.2全球汽配行业现状29
- 2.2日本汽配行业的发展状况31
  - 2.2.1日本汽配市场特点31
  - 2.2.2日本汽配市场发展构成及规模32
  - 2.2.3日本汽配行业的运行模式34
- 2.3美国汽配行业的发展状况38
  - 2.3.1美国汽配行业规模和特点38
  - 2.3.2美国汽配市场运行模式40

## 第二部分行业规模与结构分析43

## 第三章中国汽配市场需求分析44

- 3.1中国汽配市场规模概述45
- 3.2全国汽配需求特点分析48
  - 3.2.1汽车工业发展推动汽配需求持续增长48
  - 3.2.2未来市场向乘用车和重卡集中51
  - 3.2.3市场产品以机械类为主流，电子类为增长点52
  - 3.2.4高技术、高附加值产品进口依赖程度高54
  - 3.2.5汽配消费集中在经济发达省市56
  - 3.2.6汽车用品发展潜力大56
- 3.3全国汽配需求规模预测58
- 3.4汽配消费特点和消费偏好分析59
  - 3.4.1汽车维护保养观念深入人心60
  - 3.4.2价格仍然是消费者最关注的问题61
  - 3.4.34S店成为维修保养首选61

- 3.4.4服务专业性和价格成为用户选择维修点的主要因素62
- 3.4.5不同类型车主对维修终端选择的差异64
- 3.4.6中低端私人用户将给市场带来新变化64

## 第四章中国汽配市场供应分析66

- 4.1中国汽车零部件制造行业特点67
  - 4.1.1行业近几年发展迅速67
  - 4.1.2行业制造能力出现过剩70
  - 4.1.3外资零部件制造企业纷纷进入中国70
  - 4.1.4内资零部件企业以配套市场为主74
  - 4.1.5国内企业缺乏自主品牌75
  - 4.1.6行业整体利润率下降75
- 4.2中国零部件制造分工协作供应体系分析77
  - 4.2.1一级零部件供应商同整车厂关系紧密77
  - 4.2.2二级零部件供应商结构复杂83
  - 4.2.3专业化、规模化的零部件供应商逐渐形成85
- 4.3汽车零部件制造行业竞争分析87
  - 4.3.12006年度中国汽车零部件百强企业87
  - 4.3.2国内厂商生存压力增大89
  - 4.3.3行业集中度上升93
  - 4.3.4区域性制造优势已经体现95
- 4.4主要零部件制造企业经营状况分析96

## 第五章中国汽配市场流通分析105

- 5.1汽配市场流通模式概述106
  - 5.1.1中国汽配市场产业链和流通渠道106
  - 5.1.2中国汽配市场流通模式的分类107
  - 5.1.3各模式对汽配企业的要求109
  - 5.1.4中国汽配市场流通主体109
  - 5.1.4汽配市场的一般采购决策程序111
- 5.2中国汽配市场传统流通模式分析113
  - 5.2.1传统的流通模式概述113

5.2.2我国汽配城发展现状分析	113
5.2.3我国汽配城经营模式分析	115
5.2.4我国汽配城增值服务分析	117
5.2.5汽配城发展方向分析	121
5.2.5.1汽配城未来面临多方的面挑战	121
5.2.5.2战略联盟成为汽配城开拓市场的新途径	122
5.2.5.3汽配城通过提升商户的能力维持自身优势	123
5.2.5.4通过对经营权的控制来实现汽配城连锁的优势	123
5.2.5.5以品牌为基础的合作成为提升汽配城竞争力的途径	123
5.2.5.6汽配主要流通渠道仍是未来关注点	124
5.2.6案例——北京西郊汽配城质量监管措施	126
5.3整车厂售后服务模式分析	128
5.3.1整车厂的售后服务体系流通方式分析	128
5.3.2供应商进入整车售后服务体系分析	129
5.3.3流通商进入整车售后服务流通体系分析	130
5.3.4我国整车售后服务体系现状	132
5.3.4.1我国4S专卖模式的发展情况	132
5.3.4.24S专卖模式的发展优势	132
5.3.4.34S专卖模式在发展中遇到的问题	132
5.3.4.44S专卖模式的发展对策	133
5.3.4.54S专卖模式的发展前景	134
5.4价值链垂直整合模式（连锁、大卖场、营销商）	136
5.4.1价值链垂直整合模式概述	136
5.4.2汽配连锁经营模式分析	136
5.4.2.1连锁经营模式多样	136
5.4.2.2汽配运用连锁经营发展的条件正趋向成熟	138
5.4.2.3汽配连锁经营的优势	139
5.4.2.4汽配连锁经营现状	140
5.4.2.5汽配连锁经营的核心问题	141
5.4.3汽配大卖场模式分析	142
5.4.3.1国内汽配大卖场概述	142
5.4.3.2汽配大卖场建立模式简要分析	143

5.4.4汽配营销商模式分析144

5.5汽配市场进货渠道分析149

5.6汽配市场品牌分析152

第三部分典型行业行为和典型企业分析155

第六章中国汽配市场企业经营分析156

6.1汽配行业的经营管理分析157

6.1.1汽配市场环境变化趋势157

6.1.2汽车维修养护服务企业的经营管理策略158

6.1.2.1营销管理158

6.1.2.2竞争力的培养和提高159

6.1.2.3服务管理160

6.1.2.4人才管理163

6.1.3汽配流通企业的经营管理策略164

6.1.3.1经营模式的选择164

6.1.3.2营销管理165

6.1.3.3采购管理167

6.1.3.4库房管理167

6.1.3.5电子商务经营168

6.2企业扩张行为分析175

6.2.1横向扩张175

6.2.2纵向扩张175

第七章典型企业案例分析177

7.1国外汽配企业分析178

7.1.1美国成功流通商案例ATUOZONE178

7.1.2美国成功流通商案例NAPA - 世界最大的汽车零部件经销商179

7.1.3日本成功流通商案例AUTOBACS180

7.2国内汽配企业分析182

7.2.1北京中汽联合汽配连锁有限公司182

7.2.2上海德朗汽车零部件制造有限公司183

7.2.3北京众义达快修连锁市场进入策略185

7.2.3.1经营模式185

7.2.3.2经营策略186

#### 第四部分行业影响因素和发展趋势192

#### 第八章汽配行业影响因素分析193

##### 8.1宏观经济环境影响分析194

8.1.1国民经济持续快速发展，商用车配件需求发展迅速194

8.1.2人均可支配收入稳步提高，乘用车配件市场将迅速扩大195

##### 8.2行业政策分析197

###### 8.2.1汽配市场行业管理需要加强197

8.2.1.1汽配行业现行行业管理组织体系的基本评述197

8.2.1.2汽车配件流通管理体制改革的的基本方向197

8.2.2《汽车贸易政策》将对汽配流通产生影响200

##### 8.3技术因素分析204

8.3.1电子技术发展迅速，与发达国家同步204

8.3.2产品开发模块化205

8.3.3自主创新成为主流驱动力205

#### 第九章汽配行业发展趋势207

##### 9.1汽配行业发展变化趋势208

9.1.1.消费群体由公务单位向私人转变208

9.1.2 “大3S”汽配城模式将有所作为208

9.1.3品牌将主导汽配市场208

9.1.4经营实体发展道路呈现多元化209

9.1.5国外著名汽车零部件企业全面进入国内汽配市场209

##### 9.2汽配营销的变化趋势210

9.2.1逐渐从实物型产品营销走向无形的服务营销?210

9.2.2逐渐从战术营销走向战略营销?210

9.2.3逐渐从分销平台趋向网络平台210

9.2.4逐渐从满足顾客需求走向创造顾客需求?210

9.2.5逐渐从一般营销走向文化营销211

9.2.6逐渐从单打独斗的独立运作走向企业联盟式的合作营销211



9.3经营模式和流通渠道的变化212

9.3.1经营模式变革的模式212

9.3.2汽配城在一定时期内占重要地位213

9.3.3快修和连锁网络的发展尚需时日213

9.3.4S垄断地位将下降213

9.3.5竞争格局将发生变化214

A045

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/64287.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](http://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。