



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国汽车零部件行业研究 、投资分析及市场发展趋势研究 报告

一、调研说明

《2006年中国汽车零部件行业研究、投资分析及市场发展趋势研究报告》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/64633.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

【目录】

第一部分 2006年中国汽车零部件产业现状

第一章 产业概述

第一节 汽车零部件产业概述

一、零部件产业概况

二、零部件的分类

第二节 行业特征分析

一、基本特征

二、汽车零部件产业的产业链分析

第二章 2006年全球汽车零部件产业发展状况

第一节 国际汽车零部件工业发展概况

一、发达的国外汽车零部件行业

二、跨国零部件公司竞争力分析

第二节 国际汽车零配件企业的发展模式

第三节 发达国家汽车零部件市场分析及发展趋势研究报告

一、美国汽车零部件行业现状

二、欧洲汽车零部件行业现状

第四节 2006年国际汽车零部件工业发展趋势

第三章 2006年中国汽车零部件产业发展概况

第一节 我国汽车零部件发展历程介绍

第二节 2006年我国汽车零部件产业发展现状

一、中国汽车零部件和国际发达国家的差距

二、中国汽车零部件产业发展的问题

三、我国汽车零部件生产概况

第三节 我国零部件行业未来发展展望

一、“入世”给汽车零部件工业带来的变化

二、我国汽车零部件发展展望

第四节 2005年中国汽车零部件进出口状况分析

- 一、进出口概况
- 二、具体产品进出口情况分析
- 三、我国汽车零部件进出口形势分析

第二部分 2006年中国汽车零部件产品市场格局分析

第四章 2006年中国汽车零部件业区域格局分析

第一节 2005年中国汽车零部件业区域布局概况

第二节 2006年重点地区汽车零部件市场发展分析

- 一、湖北汽车零部件产业发展分析
- 二、广东汽车零部件产业发展分析
- 三、浙江汽车零部件产业发展分析
- 四、吉林汽车零部件产业发展分析
- 五、辽宁汽车零部件产业发展分析
- 六、北京汽车零部件产业发展分析
- 七、湖南汽车零部件产业发展分析
- 八、河北汽车零部件产业发展分析

第三节 2006年中国汽车零部件区域格局变动分析

第五章 2006年中国汽车零部件产业产品格局发展预测

第一节 2006年发动机及附件市场分析

- 一、2006年中国发动机工业现状
- 二、2006年中国汽油发动机市场状况
- 三、2006年柴油机市场状况分析
- 四、2006年发动机行业需求预测
- 五、中国主要生产企业竞争力分析

第二节 2006年车身及附件系统市场分析

第三节 2006年底盘系统市场分析

- 一、2006年底盘系统市场发展预测

第四节 2006年轮胎制造市场发展趋势

- 一、2006年轮胎市场容量预测
- 二、我国轮胎工业运行分析

三、轮胎市场前景及容量预测

四、我国轮胎企业提高经济运行质量分析

第五节 2006年车轮制造市场发展趋势

第六节 2006年电器系统市场发展趋势

一、现代汽车电子技术综述

二、2006年中国汽车电子技术应用现状

三、未来汽车电子产品发展的热点

四、2006年电器系统的发展趋势

第三部分 中国汽车零部件产业经营和竞争策略分析

第六章 中国汽车零部件产业竞争力分析

第一节 对汽车零部件行业的波特模型分析

第二节 汽车零部件行业的SWOT分析

一、中国汽车零部件工业的优势和劣势

二、中国汽车零部件工业的机会和威胁

第三节 2006年竞争格局发展预测

一、2006年世界汽车格局与中国汽车格局

二、2006年零部件行业竞争格局

三、2006年汽车零部件产业竞争格局预测

第四节 2006年外资企业投资策略分析

一、外资企业投资情况

二、跨国公司市场战略分析

第五节 2006年我国零部件企业竞争策略分析

一、我国汽车零部件工业将何去何从

二、中国汽车零部件工业近期应该采取的对策

第七章 2006年中国汽车零部件产业的营销策略分析

第一节 汽车配套市场营销策略

一、整车配套市场采购方式

二、中国汽车零部件企业的多渠道营销策略

三、Q S T P——帮助中国零部件供应商进入国际O E M

第二节 售后服务市场营销策略

第三节 电子商务与中国零部件企业的发展

一、汽车行业BtoB电子商务的发展

二、零部件企业如何发展电子商务

第五节 汽车零部件市场流通模式分析

第八章 重点生产厂家营销和竞争策略分析

第一节 2006年业内企业总体概况

第二节 万向集团

第三节 上海汇众

第四节 陕西法士特齿轮有限责任公司

第五节 联合汽车电子有限公司

第六节 延锋伟世通汽车饰件系统有限公司

第七节 德尔福派克电子系统有限公司

第四部分 2006年中国汽车零部件产业投资机会与风险

第九章 2006年中国汽车零部件产业发展前景分析

第一节 2006年中国宏观经济环境分析

一、2005年中国经济运行情况

二、2006年中国宏观经济预测

三、2006年世界经济发展预测

第二节 国家汽车工业产业政策分析

一、发展战略

二、发展及结构调整重点

三、2005年度政策分析

第三节 中国汽车工业进入机遇期

一、2005汽车工业发展综述

第十章 2006年中国汽车零部件产业投资机会分析

第一节 投资方向推荐

一、汽车电子产品

二、汽车关键零部件

三、高性能电池及材料

四、尾气净化装置和洁净燃料、混合动力配套系统

五、智能运输系统

六、子午线轮胎

第二节 投资建议

第三节 我国汽车零部件经营模式分析

第十一章 2006年中国汽车零部件产业投资风险分析

第一节 2006年行业投资风险分析

一、我国汽车零部件产业生命周期性风险

二、我国汽车零部件产业行业增长性与波动性风险分析

三、我国汽车零部件产业市场竞争风险

四、汽车零部件产业上下游产业变动的风险

五、汽车零部件产业政策风险

六、我国汽车零部件出口风险分析

第二节 风险防范措施及建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/64633.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。