

# 2024-2030年中国汽车用品 行业发展态势与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国汽车用品行业发展态势与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202405/459994.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国汽车用品行业发展态势与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：中国汽车用品行业发展综述

#### 1.1 汽车用品行业的相关概述

##### 1.1.1 汽车用品的相关概念

##### 1.1.2 汽车用品的产品分类

#### 1.2 汽车用品行业政策环境分析

##### 1.2.1 行业监管体系

##### 1.2.2 行业相关标准

###### （1）汽车用品行业相关标准

###### （2）中国标协汽车用品标准体系建设

##### 1.2.3 行业发展政策及规划

###### （1）中国汽车用品行业相关政策

###### （2）中国汽车产业主要发展规划

##### 1.2.4 行业政策对汽车用品行业发展的影响

#### 1.3 汽车用品行业经济环境分析

##### 1.3.1 宏观经济现状及展望

###### （1）全球宏观经济环境分析

###### （2）国内宏观经济环境分析

###### （3）宏观经济发展展望

##### 1.3.2 经济环境对行业发展的影响分析

#### 1.4 汽车用品行业社会环境分析

##### 1.4.1 中国人口规模分析

##### 1.4.2 中国城镇化水平不断提高

##### 1.4.3 中国居民消费支出水平分析

- (1) 居民收入水平
- (2) 居民消费支出水平
- (3) 居民消费结构
- 1.4.4 消费结构和消费心理变化分析
  - (1) 消费结构的变化
  - (2) 消费心理的变化
- 1.4.5 社会环境对行业发展影响分析
- 1.5 汽车用品行业技术环境分析
  - 1.5.1 汽车用品行业专利申请及获得情况
    - (1) 专利申请数量分析
    - (2) 专利申请人分析
    - (3) 专利领域分布分析
  - 1.5.2 技术环境对行业发展的影响分析

## 第2章：全球汽车用品行业发展状况分析

- 2.1 全球汽车工业发展概况分析
  - 2.1.1 全球汽车工业发展历程
  - 2.1.2 全球汽车工业产销状况分析
    - (1) 全球汽车产量分析
    - (2) 全球汽车销量分析
  - 2.1.3 全球汽车保有量状况分析
- 2.2 全球汽车用品行业主要细分市场发展概况分析
  - 2.2.1 全球汽车电子市场发展概况
    - (1) 全球汽车电子市场发展历程
    - (2) 全球汽车电子市场规模分析
    - (3) 全球汽车电子市场竞争格局分析
  - 2.2.2 全球汽车维修市场发展概况
    - (1) 全球汽车维修市场规模分析
    - (2) 全球主要地区汽车维修服务规模及预测
- 2.3 全球汽车用品行业代表性国家分析
  - 2.3.1 美国汽车用品需求与结构分析
    - (1) 美国汽车用品的下游需求现状分析

(2) 美国汽车用品的需求增长潜力分析

### 2.3.2 德国汽车用品需求与结构分析

(1) 德国汽车用品下游需求现状

(2) 德国汽车用品的需求增长潜力分析

### 2.3.3 日本汽车用品需求与结构分析

(1) 日本汽车用品下游需求现状

(2) 日本汽车用品的需求增长潜力分析

### 2.3.4 韩国汽车用品需求与结构分析

(1) 韩国汽车用品下游需求现状

(2) 韩国汽车用品的需求增长潜力分析

### 2.3.5 印度汽车用品需求与结构分析

(1) 印度汽车用品下游需求现状

(2) 印度汽车用品的需求增长潜力分析

### 2.3.6 巴西汽车用品需求与结构分析

(1) 巴西汽车用品下游需求现状

(2) 巴西汽车用品的需求增长潜力分析

## 2.4 全球汽车用品行业代表性企业分析

### 2.4.1 日本澳德巴克斯 (AUTOBACS)

(1) 日本澳德巴克斯介绍及发展历程

(2) 澳德巴克斯在华发展情况

(3) 澳德巴克斯公司销售网络

(4) 澳德巴克斯公司经营效益分析

### 2.4.2 德国博世 (BOSCH) 公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业销售网络

(3) 企业整体业务架构

(4) 企业整体经营效益分析

(5) 企业在华布局及发展情况

### 2.4.3 美国汽配公司NAPA

(1) 企业基本信息及发展历程

(2) 企业销售网络

(3) 企业整体经营效益分析

## 2.4.4 韩国TAC ( TAC SYSTEM )

(1) 韩国TAC简介及发展历程

(2) 韩国TAC在华发展情况

## 2.5 全球汽车用品行业发展前景预测

2.5.1 全球汽车用品行业发展趋势

2.5.2 全球汽车用品市场前景预测

## 第3章：中国汽车用品行业发展状况分析

### 3.1 汽车用品行业发展概述

3.1.1 汽车用品行业发展历程分析

3.1.2 汽车用品行业发展特征分析

### 3.2 汽车用品行业发展因素分析

3.2.1 行业发展驱动因素分析

3.2.2 行业发展制约因素分析

### 3.3 中国汽车用品行业发展概况

3.3.1 中国汽车用品行业市场规模分析

3.3.2 中国汽车用品行业市场产品结构分析

3.3.3 中国汽车用品行业企业竞争状况分析

(1) 汽车用品企业受欢迎度分析

(2) 汽车用品企业区域分布格局分析

(3) 汽车用品细分产品竞争格局分析

3.3.4 中国汽车用品竞争力缺陷分析

3.3.5 中国汽车用品行业价格走势分析

## 第4章：中国汽车用品行业投资兼并及竞争分析

### 4.1 汽车用品行业投资、兼并与重组分析

4.1.1 汽车用品行业投资现状分析

4.1.2 汽车用品行业兼并与重组

(1) 兼并与重组现状

(2) 兼并与重组动因

(3) 兼并与重组趋势

### 4.2 汽车用品行业五力模型分析

- 4.2.1 行业现有竞争者分析
- 4.2.2 行业供应商议价能力分析
- 4.2.3 行业购买者议价能力分析
- 4.2.4 行业潜在进入者威胁
- 4.2.5 行业替代品威胁分析
- 4.2.6 行业竞争情况总结

## 第5章：中国汽车用品行业营销模式分析

### 5.1 汽车用品营销渠道分析

#### 5.1.1 汽车用品主要营销渠道分析

- (1) 汽配城及汽车用品店
- (2) 网购汽车用品
- (3) 汽车4S店

#### 5.1.2 “深度营销”理论导入解析

- (1) 深度营销简介
- (2) 汽车用品深度营销的必要性
- (3) 深度营销在汽车用品行业中的应用

#### 5.1.3 汽车用品营销渠道存在问题分析

### 5.2 汽配城汽车用品营销模式分析

#### 5.2.1 汽配城概念及发展历程

#### 5.2.2 汽配城汽车用品经营现状

### 5.3 4S店汽车用品营销模式分析

#### 5.3.1 汽车4S店概念及发展历程

- (1) 汽车4S店概念
- (2) 汽车4S店发展历程

#### 5.3.2 汽车4S店营销分析

#### 5.3.3 汽车4S店的售后服务现状

#### 5.3.4 4S店汽车用品经营存在的问题

- (1) 产业中结构升级压力不断增大
- (2) 各项成本上升挤压4S店盈利空间

### 5.4 汽车用品电子商务营销分析

#### 5.4.1 电子商务市场发展分析

- (1) 电子商务市场发展规模
- (2) 电商网民规模与网购普及率
- (3) 电子商务市场竞争分析
- (4) 移动电子商务市场发展规模
- (5) 电子商务行业竞争格局分析
- (6) 中国电子商务行业发展趋势
- (7) 中国电子商务行业前景预测

#### 5.4.2 汽车电子商务市场发展分析

- (1) 汽车电子商务商业模式分析
- (2) 汽车电子商务应用实例分析
- (3) 汽车电子商务的发展前景预测

#### 5.4.3 汽车用品电子商务市场发展特征分析

- (1) 汽车用品网购偏好
- (2) 汽车用品主要网购产品
- (3) 汽车用品电子商务平台模式

### 第6章：中国汽车用品细分产品市场分析

#### 6.1 汽车用品细分产品发展概述

#### 6.2 汽车电子用品

##### 6.2.1 汽车电子用品的定义及分类

##### 6.2.2 汽车电子占汽车价值比重

##### 6.2.3 中国汽车电子行业发展

- (1) 行业整体发展状况分析
- (2) 中国汽车电子市场规模分析

##### 6.2.4 中国汽车电子细分产品市场

- (1) 车载导航系统市场分析
- (2) 车载娱乐系统市场分析
- (3) 车载信息系统市场分析

##### 6.2.5 中国汽车电子行业竞争格局

##### 6.2.6 中国汽车电子行业发展趋势

##### 6.2.7 中国汽车电子行业发展前景分析

#### 6.3 汽车装饰用品



- 6.3.1 汽车装饰用品定义及分类
  - (1) 汽车车外装饰的主要内容
  - (2) 汽车车内装饰的主要内容
- 6.3.2 汽车装饰用品发展现状分析
- 6.3.3 汽车装饰用品的竞争格局分析
  - (1) 汽车装饰品牌竞争分析
  - (2) 汽车装饰同质化竞争分析
  - (3) 汽车装饰价格竞争分析
- 6.3.4 汽车装饰用品行业发展趋势
- 6.3.5 汽车装饰用品行业市场前景分析
- 6.4 汽车美容用品
  - 6.4.1 汽车美容用品定义及分类
  - 6.4.2 汽车美容发展概况及特征分析
  - 6.4.3 汽车美容市场需求分析
    - (1) 需求规模分析
  - 6.4.4 汽车美容用品的竞争格局分析
  - 6.4.5 汽车美容用品行业存在的问题分析
  - 6.4.6 汽车美容用品行业发展趋势分析
- 6.5 汽车养护用品
  - 6.5.1 汽车养护用品定义及分类
  - 6.5.2 汽车养护用品发展现状分析
    - (1) 行业总体发展情况
    - (2) 汽车养护用品消费结构分析
    - (3) 汽车养护市场规模
  - 6.5.3 汽车养护用品行业运营模式分析
  - 6.5.4 汽车养护用品的竞争格局分析
  - 6.5.5 汽车养护用品行业市场投融资分析
  - 6.5.6 汽车养护用品行业市场面临的挑战
  - 6.5.7 汽车养护用品行业市场发展趋势分析
- 6.6 汽车改装用品
  - 6.6.1 汽车改装市场发展历程
  - 6.6.2 汽车改装市场的发展现状分析

- (1) 汽车改装市场发展现状分析
- (2) 中国汽车改装市场规模分析
- 6.6.3 汽车改装用品的竞争格局分析
- 6.6.4 汽车改装用品的消费者特征分析
- 6.6.5 汽车改装用品行业发展趋势
  - (1) 国家将出台规范汽车改装的法律法规，行业发展仍将受到较大约束
  - (2) 行业自律是汽车改装行业向前发展的必然
  - (3) 个性需求仍将是推动汽车改装市场发展的主力
  - (4) 汽车改装展正逐渐步入消费者时代
  - (5) 汽车改装品牌直营的力度将会加大
- 6.6.6 汽车改装用品行业市场前景分析
- 6.7 汽车维修工具
  - 6.7.1 汽车维修工具定义及分类
  - 6.7.2 汽车维修工具的发展现状分析
    - (1) 发展现状分析
    - (2) 市场规模分析
  - 6.7.3 汽车维修工具的竞争格局分析
    - (1) 汽车维修企业分类
    - (2) 汽车维修行业区域竞争格局
  - 6.7.4 汽车维修行业发展趋势

## 第7章：中国汽车用品下游需求市场潜力分析

- 7.1 汽车制造业发展对汽车用品的需求增长潜力分析
  - 7.1.1 汽车制造业发展现状
    - (1) 中国汽车产销整体情况
    - (2) 中国分车型汽车产销情况
  - 7.1.2 汽车制造业发展前景分析
  - 7.1.3 汽车制造业对汽车用品的需求分析
- 7.2 汽车后市场发展对汽车用品的需求增长潜力分析
  - 7.2.1 汽车后市场及其细分市场的发展现状
    - (1) 汽车后市场发展历程
    - (2) 汽车后市场发展现状分析

## 7.2.2 汽车后市场的发展前景分析

- (1) 行业整合将继续，微利时代的来临
- (2) 市场争夺更加激烈
- (3) 品牌战将代替价格战、品质战
- (4) 将有更多的汽车后市场企业以“复制”的方式收购中小企业
- (5) 政府将继续加大对汽车后市场产业的扶持
- (6) 展会营销仍是主流推广模式，网络营销和传统渠道销售模式将长期并存

## 7.2.3 汽车后市场对汽车用品的需求分析

## 7.2.4 汽车后市场对汽车用品的需求增长潜力分析

# 第8章：中国汽车用品行业重点企业经营分析

## 8.1 广州市标榜汽车用品实业有限公司经营情况分析

- 8.1.1 企业发展简况分析
- 8.1.2 企业经营情况分析
- 8.1.3 企业汽车用品产品结构分析
- 8.1.4 企业销售网络分析
- 8.1.5 企业经营状况优劣势分析

## 8.2 广州车邦汽车用品制造有限公司经营情况分析

- 8.2.1 企业发展简况分析
- 8.2.2 企业经营情况分析
- 8.2.3 企业汽车用品产品结构分析
- 8.2.4 企业销售网络分析
- 8.2.5 企业经营状况优劣势分析

## 8.3 广东德联集团股份有限公司经营情况分析

- 8.3.1 企业发展简况分析
- 8.3.2 企业经营情况分析
- 8.3.3 企业主营业务分析
- 8.3.4 企业销售网络分析
- 8.3.5 企业经营状况优劣势分析

## 8.4 深圳车仆汽车用品发展有限公司经营情况分析

- 8.4.1 企业发展简况分析
- 8.4.2 企业经营情况分析

- 8.4.3 企业产品结构分析
- 8.4.4 企业销售渠道与网络
- 8.4.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.5 延锋伟世通汽车电子有限公司经营情况分析
  - 8.5.1 企业发展简况分析
  - 8.5.2 企业经营情况分析
  - 8.5.3 企业研发能力分析
  - 8.5.4 企业产品结构分析
  - 8.5.5 企业经营优劣势分析
- 8.6 深圳市航盛电子股份有限公司经营情况分析
  - 8.6.1 企业发展简况分析
  - 8.6.2 企业经营情况分析
    - (1) 国内市场营销状况
    - (2) 国际市场营销状况
  - 8.6.3 企业产品结构分析
  - 8.6.4 企业研发实力
  - 8.6.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.7 天派电子(深圳)有限公司经营情况分析
  - 8.7.1 企业发展概况
  - 8.7.2 企业发展历程
  - 8.7.3 企业业务结构及销售网络
  - 8.7.4 企业汽车电子业务布局
    - (1) 汽车电子产品类型及特色
    - (2) 汽车电子技术水平及资质能力
    - (3) 汽车电子的主要客户类型
  - 8.7.5 企业经营状况优劣势分析
- 8.8 厦门金龙汽车座椅有限公司经营情况分析
  - 8.8.1 企业发展简况分析
  - 8.8.2 企业汽车用品布局分析
  - 8.8.3 企业生产设备分析
  - 8.8.4 企业营销网络分析
  - 8.8.5 企业经营优劣势分析

## 8.9 上海海晏威固国际贸易有限公司经营情况分析

### 8.9.1 企业发展简况分析

### 8.9.2 企业产品结构分析

### 8.9.3 企业销售渠道与网络

### 8.9.4 企业经营状况优劣势分析

## 8.10 伊士曼（中国）投资管理有限公司经营情况分析

### 8.10.1 企业发展简况分析

### 8.10.2 企业经营情况分析

### 8.10.3 企业业务结构分析

### 8.10.4 企业销售渠道与网络

### 8.10.5 企业经营状况优劣势分析

## 第9章：中国汽车用品行业重点区域市场潜力分析

### 9.1 汽车用品行业区域市场需求概况

### 9.2 重点省市汽车用品市场需求增长潜力测算

#### 9.2.1 北京市汽车用品市场需求增长潜力分析

##### （1）汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

##### （2）汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.2 上海市汽车用品市场需求增长潜力分析

##### （1）汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

##### （2）汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.3 广东省汽车用品市场需求增长潜力分析

##### （1）汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

##### （2）汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.4 浙江省汽车用品市场需求增长潜力分析

##### （1）汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

##### （2）汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.5 江苏省汽车用品市场需求增长潜力分析

##### （1）汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

##### （2）汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.6 山东省汽车用品市场需求增长潜力分析

##### （1）汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.7 四川省汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

#### 9.2.8 河北省汽车用品市场需求增长潜力分析

(1) 汽车制造业及汽车后市场发展现状分析

(2) 汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

### 第10章：中国汽车用品行业发展前景预测与投资建议

#### 10.1 汽车用品行业发展前景预测

##### 10.1.1 行业发展驱动因素

(1) 积极产业政策的推动

(2) 汽车行业持续快速发展

(3) 消费者消费理念的转变

##### 10.1.2 行业发展趋势与前景预测

(1) 汽车用品行业发展趋势分析

(2) 汽车用品行业发展前景预测

#### 10.2 汽车用品行业投资特性分析

##### 10.2.1 行业投资主体分析

(1) 行业投资主体构成

(2) 各主体投资切入方式

##### 10.2.2 行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 渠道壁垒

(3) 资本壁垒

(4) 技术壁垒

##### 10.2.3 行业投资风险预警

(1) 汽车用品行业国家政策风险

(2) 汽车用品行业市场风险

(3) 汽车用品行业供需与结构风险

#### 10.3 汽车用品行业投资价值与投资机会

#### 10.4 汽车用品行业投资策略与建议

## 10.4.1 行业投资策略分析

(1) 轻资产模式

(2) 拥抱汽车用品新零售

(3) 品牌化战略

(4) 专业化

## 10.4.2 行业可持续发展建议

### 图表目录

图表1：汽车用品分类图

图表2：汽车用品行业细分产品结构

图表3：汽车用品行业监管体系

图表4：汽车装饰行业标准汇总

图表5：汽车安全行业标准汇总

图表6：汽车美容行业标准汇总

图表7：汽车养护行业现行标准汇总

图表8：汽车电子主要EMC国际标准汇总

图表9：汽车维修行业标准汇总

图表10：2015-2021年中国汽车用品产业主要相关政策

图表11：2012-2021年中国汽车产业主要发展规划

图表12：行业政策对汽车用品行业发展的影响分析

图表13：2013-2021年美国国内生产总值及增速（单位：万亿美元，%）

图表14：2013-2021年欧盟27国GDP及增速（单位：万亿欧元，%）

图表15：2013-2021年日本GDP及增速（单位：万亿日元，%）

图表16：2011-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表17：2016-2021年中国社会消费品零售额（单位：万亿元）

图表18：2022-2027年全球部分国家/地区经济预测（单位：%）

图表19：2021年中国GDP实际增长率预测（单位：%）

图表20：2011-2021年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）

图表21：2021年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表22：2013-2021年中国居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表23：2013-2021年中国居民人均消费支出额（单位：万元）

图表24：2021年居民人均消费支出及构成（单位：%）

图表25：中国消费升级演进趋势

图表26：社会环境对行业发展影响分析

图表27：2010-2021年中国汽车用品技术专利申请量变化趋势图（单位：项）

图表28：2021年中国汽车用品技术专利申请人Top10（单位：项）

图表29：2021年中国汽车用品行业技术相关专利分布领域Top10（单位：项）

图表30：全球汽车工业发展历程

图表31：2013-2021年全球汽车产量统计情况（单位：万辆，%）

图表32：2021年全球汽车产量排名（按洲统计）（单位：万辆）

图表33：2013-2021年全球汽车销量统计情况（单位：万辆，%）

图表34：2021年全球主要地区汽车销量分析（单位：万辆）

图表35：2017-2021年全球汽车保有量走势图（单位：亿辆）

图表36：全球汽车电子市场发展发展历程

图表37：2017-2022年全球汽车电子市场规模及预测（单位：亿元）

图表38：全球汽车电子细分市场分类构成

图表39：全球主要汽车电子企业分析

图表40：2022-2027年E全球不同类型汽车养护与维修规模及预测（单位：亿美元）

图表41：2022-2027年E全球不同类型汽车维修服务规模及预测（单位：亿美元）

图表42：2022-2027年E全球不同类型汽车维修服务规模及预测（单位：亿美元）

图表43：2016-2021年美国汽车保有量（单位：万辆，%）

图表44：2016-2021年美国汽车产量变化情况（单位：万辆，%）

图表45：2016-2021年美国汽车销量（单位：万辆，%）

图表46：2016-2021年德国汽车保有量（单位：万辆，%）

图表47：2016-2021年德国汽车产量变化情况（单位：万辆，%）

图表48：2016-2021年德国汽车销量变化趋势图（单位：万辆，%）

图表49：2016-2021年日本汽车保有量（单位：万辆，%）

图表50：2016-2021年日本汽车产量变化趋势图（单位：万辆，%）

图表51：2016-2021年日本汽车销量（单位：万辆，%）

图表52：2016-2021年日本汽车保有量（单位：万辆，%）

图表53：2016-2021年韩国汽车产量变化情况（单位：万辆，%）

图表54：2016-2021年韩国汽车销量变化趋势图（单位：万辆，%）

图表55：2016-2021年印度汽车保有量（单位：万辆，%）

图表56：2016-2021年印度汽车产量变化情况（单位：万辆，%）



图表57：2016-2021年印度汽车销量变化趋势图（单位：万辆，%）

图表58：2016-2021年巴西汽车保有量（单位：万辆，%）

图表59：2016-2021年巴西汽车产量变化情况（单位：万辆，%）

图表60：2016-2021年巴西汽车销量情况（单位：万辆，%）

图表61：日本澳德巴克斯公司发展历程

图表62：日本澳德巴克斯公司在华发展情况

图表63：日本澳德巴克斯公司批发业务销售网络布局

图表64：2017-2021财年澳德巴克斯公司经营效益分析（单位：百万日元）

图表65：1900-2021年德国博世（BOSCH）公司发展历程

图表66：2021年德国博世（BOSCH）公司销售网络布局

图表67：2021年德国博世（BOSCH）公司整体业务架构

图表68：2017-2021年博世（BOSCH）公司经营情况（单位：亿欧元）

图表69：德国博世（BOSCH）集团在中国业务布局

图表70：美国汽车维修连锁店NAPA发展历程

图表71：美国汽车维修连锁店NAPA销售网络布局

图表72：2017-2021年Genuine Parts汽车配件业务规模及占比（单位：亿美元，%）

图表73：全球汽车用品业发展趋势

图表74：我国汽车用品行业发展历程

图表75：汽车用品业发展特点

图表76：汽车用品行业发展驱动因素

图表77：汽车用品行业发展制约因素

图表78：2016-2021年中国汽车用品市场规模变动趋势图（单位：百亿元）

图表79：中国汽车用品行业市场产品结构

图表80：2021年中国汽车用品十大品牌

图表81：2021年中国汽车用品企业主要分布省市（单位：万家）

图表82：2021年中国大型汽车用品企业主要分布省市（单位：万家）

图表83：汽车用品行业细分产品主要企业（品牌）

图表84：国内汽车用品竞争力劣势分析

图表85：2019-2021年中国汽车用品价格指数走势

图表86：2009-2021年中国汽车后市场行业投融资情况（单位：亿元，个）

图表87：2017-2021年中国汽车用品行业兼并重组典型案例分布

图表88：中国汽车用品行业兼并重组动因分析

图表89：中国汽车用品行业兼并重组发展趋势

图表90：中国汽车用品行业现有竞争者分析

图表91：汽车用品业对上游议价能力分析

图表92：汽车用品行业对下游购买者议价能力分析

图表93：中国汽车用品行业潜在进入者威胁分析

图表94：中国汽车用品行业替代品威胁分析

图表95：中国汽车用品行业竞争情况总结

图表96：汽车用品行业主要销售渠道

图表97：汽车4S店汽车用品进货渠道结构图

图表98：汽车用品深度营销的必要性

图表99：深度营销在汽车用品行业中的应用

图表100：汽车用品营销渠道存在问题分析

图表101：中国汽配城发展历程

图表102：2015-2021年中国汽配城企业成立数量（单位：家）

图表103：中国汽配城主要企业及品牌

图表104：汽车4S店概念简要解析

图表105：2012-2021年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表106：2013-2021年中国网民规模及互联网普及率（单位：亿人，%）

图表107：2013-2021年中国网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表108：2021年中国网络零售市场零售额占比（单位：%）

图表109：2021年中国电子商务行业分布情况（单位：%）

图表110：2013-2021年中国智能手机出货量（单位：亿部，%）

图表111：2013-2021年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）

图表112：B2B行业宏观层面分析

图表113：2017-2021年中国电子商务B2B市场交易规模走势图（单位：万亿元，%）

图表114：中国B2B电子商务市场格局

图表115：2021年中国网络零售B2C市场交易份额（单位：%）

图表116：2018-2021年中国网络零售B2C市场交易规模（单位：万亿，%）

图表117：2017-2021年中国跨境电子商务进出口总额及增速（单位：亿元，%）

图表118：2021年中国跨境电商竞争格局

图表119：中国B2B电商发展趋势分析

图表120：中国网络零售未来发展趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202405/459994.html>