

2021-2027年中国汽车零部件再制造行业深度研究与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国汽车零部件再制造行业深度研究与市场运营趋势报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/202107/19-418458.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

汽车及其零部件产业作为国家的重要产业，历来备受政府关注。近年来，国家出台了一系列政策，大力支持汽车及其零部件行业的发展。汽车零部件行业相关政策
汽车零部件行业相关政策
2019年12月
国家发展改革委

《机动车零部件再制造管理暂行办法（征求意见稿）》
为规范机动车零部件再制造行为和市场秩序，保障再制造产品质量，加快再制造产业规范化规模化发展，根据《中华人民共和国循环经济促进法》、《中华人民共和国报废机动车回收管理办法》，国家发展改革委会同有关部门组织起草了《机动车零部件再制造管理暂行办法（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见
2018年12月

国家发展改革委员会
《汽车产业投资管理规定》2018年第22号令

《政府核准的投资项目目录（2016年本）》中新建中外合资轿车生产企业项目、新建纯电动乘用车生产企业（含现有汽车企业跨类生产纯电动乘用车）项目及其余由省级政府核准的汽车投资项目均不再实行核准管理，调整为备案管理
2016年11月

国务院
《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》
强化技术创新，完善产业链，优化配套环境，落实和完善扶持政策，提升纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化水平，推进燃料电池汽车产业化。形成一批具有国际竞争力的新能源汽车整车和关键零部件企业。
2015年5月

国务院
《中国制造 2025》
继续支持电动车汽车、燃料电池汽车发展、掌握汽车低碳化、信息化、智能化核心技术，提升动力电池、驱动电机、高效内燃机、先进变速器、轻量化材料、智能控制等核心技术的工程化和产业化能力，形成从关键零部件到整车的完整工业体系和创新体系，推动中国品牌节能与新能源汽车同国际先进水平接轨
2012年6月
国务院
《节能

与新能源汽车产业发展规划（2012-2020）》
提出节能与新能源汽车已成为国际汽车产业的发展方向，未来10 年将迎来全球汽车产业转型升级的重要战略机遇期。提出要加快培育和发展节能与新能源汽车产业
2011年3月
全

国人大
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》

提出汽车行业要强化整车研发能力，实现关键零部件技术自主化，提高节能、环保和安全技术水平
数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国汽车零部件再制造行业深度研究与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了汽车零部件再制造行业市场发展环境、汽车零部件再制造整体运行态势等，接着分析了汽车零部件再制造行业市场运行的现状，然后介绍了汽车零部件再制造市场竞争格局。随后，报告对汽车零部件再制造做了重点企业经营状况分析，最后

分析了汽车零部件再制造行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车零部件再制造产业有个系统的了解或者想投资汽车零部件再制造行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 汽车零部件再制造行业发展综述

1.1 汽车零部件再制造行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 汽车零部件再制造行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 汽车零部件再制造行业在国民经济中的地位

1.2.3 汽车零部件再制造行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）汽车零部件再制造行业生命周期

1.3 最近3-5年中国汽车零部件再制造行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 汽车零部件再制造行业运行环境分析

2.1 汽车零部件再制造行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

- 2.1.2 行业主要法律法规
- 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 汽车零部件再制造行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 汽车零部件再制造行业社会环境分析
 - 2.3.1 汽车零部件再制造产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 汽车零部件再制造产业发展对社会发展的影响
- 2.4 汽车零部件再制造行业技术环境分析
 - 2.4.1 汽车零部件再制造技术分析
 - 2.4.2 汽车零部件再制造技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国汽车零部件再制造所属行业运行分析

- 3.1 我国汽车零部件再制造行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国汽车零部件再制造行业发展阶段
 - 3.1.2 我国汽车零部件再制造行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国汽车零部件再制造行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年汽车零部件再制造行业发展现状

在汽车工业发展初期，汽车零部件生产主要作为汽车整车制造的附属产业，由汽车整车厂的下属部门或分公司完成。自上世纪90年代起，随着世界经济全球化、市场一体化的发展，世界汽车工业格局发生了重大变化，国际大型汽车整车制造商将经营重心放在了汽车整车开发和技术革新上，逐渐由传统的纵向经营、追求大而全的生产模式转向精简机构、以开发整车项目为主的专业化生产模式，纷纷将其旗下的汽车零部件制造企业剥离出去，以进一步降低成本，提升利润率。汽车零部件工业逐渐脱离整车厂商迈向独立化、专业化发展。随着汽车工业的不断发展，汽车零部件制造业对汽车整车企业的配套供应逐渐系统化、模块化。为适应系统化和模块化采购的特点，汽车零部件供应体系形成了金字塔型的分层结构，即供应商按照与整车制造商之间的供应联系分为一级供应商、二级供应商、三级供应商等多层级关系。整车厂处于金字塔顶尖；一级供应商直接为整车厂“配套供货，双方之间形成直接的合作关系；二级供应商通过一级供应商向整车厂供应专业性较强的拆分零部件产品，依此类推

。汽车零部件供应体系分层结构 数据来源：公开资料整理

3.2.1 2015-2019年我国汽车零部件再制造行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国汽车零部件再制造行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国汽车零部件再制造企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 汽车零部件再制造细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 汽车零部件再制造产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年汽车零部件再制造价格走势

3.5.2 影响汽车零部件再制造价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2021-2027年汽车零部件再制造产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要汽车零部件再制造企业价位及价格策略

第四章 我国汽车零部件再制造所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国汽车零部件再制造所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国汽车零部件再制造所属行业产销情况分析

4.2.1 我国汽车零部件再制造所属行业工业总产值

4.2.2 我国汽车零部件再制造所属行业工业销售产值

4.2.3 我国汽车零部件再制造所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国汽车零部件再制造所属行业财务指标总体分析

- 4.3.1 所属行业盈利能力分析
- 4.3.2 所属行业偿债能力分析
- 4.3.3 行业营运能力分析
- 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国汽车零部件再制造行业供需形势分析

- 5.1 汽车零部件再制造行业供给分析
 - 5.1.1 2015-2019年汽车零部件再制造行业供给分析
 - 5.1.2 2021-2027年汽车零部件再制造行业供给变化趋势
 - 5.1.3 汽车零部件再制造行业区域供给分析
- 5.2 2015-2019年我国汽车零部件再制造行业需求情况
 - 5.2.1 汽车零部件再制造行业需求市场
 - 5.2.2 汽车零部件再制造行业客户结构
 - 5.2.3 汽车零部件再制造行业需求的地区差异
- 5.3 汽车零部件再制造市场应用及需求预测
 - 5.3.1 汽车零部件再制造应用市场总体需求分析
 - (1) 汽车零部件再制造应用市场需求特征
 - (2) 汽车零部件再制造应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2021-2027年汽车零部件再制造行业领域需求量预测
 - (1) 2021-2027年汽车零部件再制造行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2021-2027年汽车零部件再制造行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业汽车零部件再制造产品/服务需求分析预测

第六章 汽车零部件再制造行业产业结构分析

- 6.1 汽车零部件再制造产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
 - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
 - 6.2.1 产业价值链的构成
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国汽车零部件再制造行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国汽车零部件再制造行业产业链分析

7.1 汽车零部件再制造行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 汽车零部件再制造上游行业分析

7.2.1 汽车零部件再制造产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对汽车零部件再制造行业的影响

7.3 汽车零部件再制造下游行业分析

7.3.1 汽车零部件再制造下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对汽车零部件再制造行业的影响

第八章 我国汽车零部件再制造行业渠道分析及策略

8.1 汽车零部件再制造行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对汽车零部件再制造行业的影响

8.1.3 主要汽车零部件再制造企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 汽车零部件再制造行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 汽车零部件再制造行业营销策略分析

8.3.1 中国汽车零部件再制造营销概况

8.3.2 汽车零部件再制造营销策略探讨

8.3.3 汽车零部件再制造营销发展趋势

第九章 我国汽车零部件再制造行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 汽车零部件再制造行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 汽车零部件再制造行业企业间竞争格局分析

9.1.3 汽车零部件再制造行业集中度分析

9.1.4 汽车零部件再制造行业SWOT分析

9.2 中国汽车零部件再制造行业竞争格局综述

9.2.1 汽车零部件再制造行业竞争概况

(1) 中国汽车零部件再制造行业竞争格局

(2) 汽车零部件再制造行业未来竞争格局和特点

(3) 汽车零部件再制造市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国汽车零部件再制造行业竞争力分析

(1) 我国汽车零部件再制造行业竞争力剖析

(2) 我国汽车零部件再制造企业市场竞争的优势

(3) 国内汽车零部件再制造企业竞争能力提升途径

9.2.3 汽车零部件再制造市场竞争策略分析

第十章 汽车零部件再制造行业领先企业经营形势分析

10.1 中国第一汽车集团公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

- 10.1.3 产品/服务特色
- 10.1.4 公司经营状况
- 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 上海汽车工业（集团）总公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况
 - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 安徽江淮汽车集团有限公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 公司经营状况
 - 10.3.5 公司发展规划
- 10.4 奇瑞汽车有限公司
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 公司经营状况
 - 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 潍柴动力（潍坊）再制造有限公司
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 公司经营状况
 - 10.5.5 公司发展规划

第十一章 2021-2027年汽车零部件再制造行业投资前景

- 11.1 2021-2027年汽车零部件再制造市场发展前景
 - 11.1.1 2021-2027年汽车零部件再制造市场发展潜力
 - 11.1.2 2021-2027年汽车零部件再制造市场前景展望

11.1.3 2021-2027年汽车零部件再制造细分行业发展前景分析

11.2 2021-2027年汽车零部件再制造市场发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年汽车零部件再制造行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年汽车零部件再制造市场规模预测

11.2.3 2021-2027年汽车零部件再制造行业应用趋势预测

11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

11.3 2021-2027年中国汽车零部件再制造行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国汽车零部件再制造行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国汽车零部件再制造行业需求预测

11.3.3 2021-2027年中国汽车零部件再制造供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年汽车零部件再制造行业投资机会与风险

12.1 汽车零部件再制造行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2021-2027年汽车零部件再制造行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年汽车零部件再制造行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 汽车零部件再制造行业投资战略研究

13.1 汽车零部件再制造行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国汽车零部件再制造品牌的战略思考

13.2.1 汽车零部件再制造品牌的重要性

13.2.2 汽车零部件再制造实施品牌战略的意义

13.2.3 汽车零部件再制造企业品牌的现状分析

13.2.4 我国汽车零部件再制造企业的品牌战略

13.2.5 汽车零部件再制造品牌战略管理的策略

13.3 汽车零部件再制造经营策略分析

13.3.1 汽车零部件再制造市场细分策略

13.3.2 汽车零部件再制造市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 汽车零部件再制造新产品差异化战略

13.4 汽车零部件再制造行业投资战略研究

13.4.1 2019年汽车零部件再制造行业投资战略

13.4.2 2021-2027年汽车零部件再制造行业投资战略

13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 汽车零部件再制造行业研究结论

14.2 汽车零部件再制造行业投资价值评估

14.3 汽车零部件再制造行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202107/19-418458.html>