

2022-2028年中国汽车刹车 盘行业深度研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国汽车刹车盘行业深度研究与战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/202201/19-450167.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

刹车盘，简单来说，就是一个圆的盘子，车子行进时它也是转动的。制动卡钳夹住刹车盘而产生制动力的，踩刹车时就是它夹住刹车盘起到减速或者停车的作用。刹车盘是汽车制动系统重要的安全部件，所有制动效果的好坏都是通过刹车盘体现出来的，刹车盘的质量坏直接影响汽车的制动性能，关系到汽车驾驶人员的生命财产安全。刹车盘分类 资料来源：产业研究报告网整理

刹车系统的原理是将刹车盘同轮毂装配在一起,通过与制动衬片进行干摩擦,产生巨大的摩擦力,将高速行驶车辆的动能转化为热能。有时候汽车从时速100km刹车到静止仅需要十几秒甚至更短,可见刹车系统承受着巨大的负荷。刹车盘是刹车系统中的一个重要部件,它的性能直接影响刹车效果的好坏。

随着国内汽车制造业产销规模的增长以及汽车存量的增长,我国汽车刹车盘市场规模整体维持增长态势,2019年我国汽车刹车盘市场规模达到94.09亿元,其中OEM市场(直接向汽车整车制造商或配套商供货的市场)市场规模为58.13亿元;AM市场(用于汽车零部件售后维修、更换及改装的售后服务市场)市场规模为35.96亿元,AM市场份额占比从2011年的27.0%增长至2019年的38.2%。2013—2019年我国汽车刹车盘市场规模结构 资料来源:产业研究报告网整理

本研究咨询报告由产业研究报告网公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国产业信息网提供的最新行业运行数据为基础,验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国汽车刹车盘市场潜在需求与市场机会,报告对中国汽车刹车盘做了重点企业经营状况分析,并分析了中国汽车刹车盘发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据,同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 刹车盘产业概述

第一节 刹车盘业的概念界定

一、刹车盘业的定义

二、刹车盘业的基本特征

三、刹车盘业与其他相关概念的区别

四、刹车盘与传统制造业之间的关系

第二节 刹车盘业的分类简述

第二章世界刹车盘行业发展情况分析

第一节 世界刹车盘行业调研

一、世界刹车盘行业特点

二、世界刹车盘行业动态

第二节 世界刹车盘市场评估

一、世界刹车盘生产分布

二、世界刹车盘消费状况分析

第三节 2020年中外刹车盘市场对比

第三章 2020年中国刹车盘行业情况分析

第一节 2020年中国刹车盘行业运行现状分析

一、中国汽车刹车盘行业发展总体概况

2019年中国汽车刹车盘行业规模情况达到94.09亿元，较2018年同期下降2.43%。2013-2019年中国汽车刹车盘市场规模走势 资料来源：产业研究报告网整理

由于刹车盘工艺流程容易掌握，刹车盘已经成为各种汽配件中假冒伪劣现象最为突出的产品之一。据了解，现在我国有30%的刹车盘属假冒伪劣产品。这意味着我国在跑的汽车当中，有1/3的概率存在刹车盘事故隐患。总而言之，我国汽车刹车盘行业虽然面临一个很大的发展空间，但是，刹车盘行业的内部秩序混乱以及产品的品牌建设跟不上，成为了制约刹车盘行业发展的重要因素。因此，我国汽车刹车盘水平的提高依然需要所有刹车盘企业不断的努力

。

二、中国汽车刹车盘产业发展成就

三、2020年中国刹车盘行业运行现状分析

第二节 2020年中国刹车盘行业发展分析

一、刹车盘产业发展规划目标

二、鼓励和扶持刹车盘产业发展的政策措施

三、鼓励和扶持刹车盘产业发展的保障措施

第三节 2020年中国刹车盘行业存在的问题分析

第四节 2020年中国刹车盘行业发展对策分析

第四章中国刹车盘市场格局分析

第一节 刹车盘市场发展综述

一、市场结构

二、消费结构

三、供求态势

2019年我国汽车刹车盘产量为18035.54万件，2019年我国汽车刹车盘需求总量为16074.46万件，其中OEM 市场需求量为10288.28万件，AM 市场需求量为5786.18万件。2013-2019年中国汽车刹车盘产销量走势 资料来源：产业研究报告网整理

四、价格分析

第二节 刹车盘企业分布状况分析

一、2020年刹车盘企业总体分布

二、已投产刹车盘企业的分布

三、在建刹车盘企业的分布

四、新设立刹车盘项目的分布

第三节 刹车盘市场竞争概况

一、外资刹车盘巨头的竞争优势

二、中国刹车盘市场的竞争格局

三、我国刹车盘市场中外竞争力分析

第四节 国内刹车盘企业排名

一、2020年刹车盘销售额领先企业分析

(一) 烟台胜地汽车零部件制造有限公司

(二) 莱州三力汽车配件有限公司

(三) 山东隆基机械股份有限公司

(四) 山东鲁达轿车配件股份有限公司

(五) 东营信义汽车配件有限公司

(六) 山东金麒麟股份有限公司

(七) 山东万迪诺集团有限公司

(八) 烟台美丰机械有限公司

(九) 湖北飞龙摩擦密封材料股份有限公司

(十) 莱州双力机械有限公司

二、2020年刹车盘企业品牌分析

- 1、烟台胜地汽车零部件制造有限公司
- 2、莱州三力汽车配件有限公司
- 3、山东隆基机械股份有限公司
- 4、山东鲁达轿车配件股份有限公司
- 5、东营信义汽车配件有限公司
- 6、山东金麒麟股份有限公司
- 7、山东万迪诺集团公司
- 8、烟台美丰机械有限公司
- 9、湖北飞龙摩擦密封材料股份有限公司
- 10、莱州双力机械有限公司

第五章 2016-2020年中国刹车盘行业消费市场评估

第一节 中国刹车盘消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、消费者收入水平
- 三、2016-2020年消费者信心指数分析

第二节 刹车盘市场消费需求分析

- 一、刹车盘市场的消费需求变化
- 二、刹车盘行业的需求情况分析
- 三、2016-2020年刹车盘品牌市场消费需求分析

第三节 刹车盘消费市场状况分析

- 一、刹车盘行业消费特点
- 二、刹车盘消费者分析
- 三、刹车盘消费结构分析
- 四、刹车盘消费的市场变化
- 五、刹车盘市场的消费方向

第四节 刹车盘行业产品的品牌市场发展现状分析

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、刹车盘行业品牌忠诚度调查

六、刹车盘行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 2016-2020年中国刹车盘行业主要指标监测分析

第一节 2016-2020年中国刹车盘行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 2016-2020年中国刹车盘行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 2016-2020年中国刹车盘行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第七章 中国刹车盘行业产业链深度分析

第一节 上游

一、国内市场概述

二、国内产能分析

四、国内主要生产企业简介

（一）东泰铸业有限公司

（二）河南宏宇特种铸件有限公司

（三）西安忠信通用设备有限公司

（四）常州市恒源铸造有限公司

第二节 下游

一、国内市场概述

二、国内产能分析

三、近年国内行业现状调研

四、国内主要生产企业简介

(一) 上海汽车集团股份有限公司

(二) 东风汽车公司

(三) 中国第一汽车集团公司

第八章 2016-2020年中国刹车盘市场营运局势分析 ()

第一节 2016-2020年中国刹车盘市场发展现状分析

一、中国刹车盘市场现状调研

二、中国刹车盘项目建设情况分析

三、中国刹车盘市场销售现状分析

第二节 2016-2020年中国刹车盘市场运营格局分析

一、国内刹车盘市场生产规模分析

二、刹车盘市场需求形势分析

三、刹车盘产品销售情况分析

第三节 2016-2020年中国刹车盘进出口贸易分析

第九章国内刹车盘行业前景调研和行业发展利弊分析

第一节 风险环境

一、汇率风险

二、出口退税风险

三、其他风险

第二节 国内行业发展利弊

一、有利因素

二、不利因素

第十章中国刹车盘行业行业前景调研建议研究

第一节 市场策略分析

一、刹车盘价格策略分析

二、刹车盘渠道策略分析

第二节 对我国刹车盘品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、刹车盘实施品牌战略的意义

三、刹车盘企业品牌的现状分析

四、我国刹车盘企业的品牌战略

五、刹车盘品牌战略管理的策略

第三节 刹车盘企业经营管理策略

一、定价策略

二、竞争策略

三、并购重组策略

四、营销策略

五、人力资源

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202201/19-450167.html>