

2011-2015年中国汽车用品 市场竞争态势及投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2011-2015年中国汽车用品市场竞争态势及投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201103/03-69928.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

未来3年，我国汽车用品将进入高增长的阶段。伴随着汽车市场的规模成几何式扩张，车主用车的行为已发生了根本性的改变，不再是仅仅为满足单一出行而产生购车行为，私家车已经成为车主生活密不可分的一部分，对车的安全性能、功能配置及外观造型等方面更为关注。由此，伴随的车载环保安全、车载影音视听、车载娱乐休闲、车载舒适健康、车载审美装饰及车载户外用品快速发展起来，成为车主乐于接受与受追捧的车生活用品对象，改善并丰富了车主的车生活，年轻车主更成为现阶段购车主力。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国汽车用品市场竞争态势及投资战略咨询报告》共十九章。首先介绍了全球汽车用品行业的市场运行状况，接着分析了中国汽车产业发展情况，然后对中国汽车用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

第一章 2010-2011年全球汽车用品市场运行分析

第一节 2010-2011年全球汽车零部件市场综述

二、全球汽车零部件市场整合状况

三、金融危机加速全球汽车零部件产业调整步伐

五、汽车零部件跨国公司经营规模的分析比较

六、世界领先汽车零部件供应商大力拓展亚太市场

七、国际汽车零部件业兼并重组逐渐成为趋势

三、全球汽车零部件企业走向新兴市场分析

第二节 2010-2011年全球汽车用品市场分析

一、全球汽车电子市场复苏分析

二、全球汽车继电器市场分析

三、全球汽车电子系统总值预测

四、2010年全球传感器市场规模预测

第三节 2010-2011年全球国家汽车用品市场分析

一、美国汽车配件市场分析

- 二、德国汽车配件行业分析
- 三、日本女性汽车用品市场分析

第二章 近几年中国汽车产业运行态势分析

第一节 2006-2010年中国汽车产销量分析

- 一、中国汽车产销量分析
- 二、中国载货汽车产销量分析
- 三、中国公路客车产销量分析
- 四、中国轿车产销量分析

第二节 2010年中国汽车保有量

- 一、2010年中国民用汽车保有量
- 二、各省民用汽车保有量分析
- 三、不同类型民用汽车保有量
- 四、2010年中国私人汽车保有量
- 五、各省私人汽车保有量分析
- 六、不同类型私人汽车保有量

第三章 2010-2011年中国汽车用品行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国汽车用品行业运行总况

- 一、外国汽车用品品牌涌入中国市场
- 二、汽车用品的品牌与连锁分析
- 三、汽车用品市场价格竞争的原因及解决措施
- 五、汽车用品市场销售渠道分析
- 六、汽车用品市场广告的投放策略

第二节 2010-2011年中国汽车用品市场热点分析

- 一、中国汽车用品市场的特征分析
- 二、冬季汽车用品行业热卖产品分析
- 三、2010-2011年汽车用品市场供需分析

第三节 未来中国汽车用品行业发展方向

- 一、汽车用品行业转型走向
- 二、中国汽车电子行业大型规模化走向
- 三、2010-2011年中国汽车用品行业发展方向分析

第四章 2010-2011年中国汽车用品市场经销渠道分析

第一节 2010-2011年中国汽车用品经销商分析

- 一、经销商销售网络实力分析
- 二、经销商在当地市场优势分析
- 三、经销商为企业降低风险分析

第二节 2010-2011年汽车用品网店与实体店铺对比分析

- 一、网店产品价格优势分析
- 二、实体店售后服务优势分析
- 三、汽车用品网店发展状况

第三节 2010-2011年汽车用品网店发展分析

- 一、汽车用品网店发展现状
- 二、汽车用品店网上店铺推广情况分析
- 三、中国汽车用品网店发展机遇
- 四、汽车用品网店发展策略

第四节 2010-2011年上海汽车用品电子商务市场发展现状

- 一、上海地区汽车用品网店潜力分析
- 二、上海地区汽车用品网店商誉分析
- 三、上海地区汽车用品网商素质分析
- 四、上海地区汽车用品网店规模分析
- 五、上海地区汽车用品网店更新率分析

第五章 2010-2011年中国汽车用品市场发展分析

第一节 2010-2011年中国汽车用品市场特点

第二节 中国汽车用品市场发展状况

- 一、改装市场对汽车用品市场影响
- 二、汽车用品价格调整情况
- 三、汽车用品市场发展现状分析
- 四、女性汽车用品市场分析
- 五、纺企进入汽车用品市场情况

第三节 2010-2011年中国主要地区汽车用品交易市场分析

- 一、北京主要汽车用品市场简况
- 二、上海汽车用品市场火爆

- 三、广州汽车用品行业发展状况
- 五、山东主要汽车用品市场分析
- 六、沈阳汽车用品行业整体状况

第六章 2010-2011年中国汽车电子业运行态势分析

第一节 2010-2011年中国汽车电子市场概况

- 一、中国汽车电子市场加速增长
- 二、中国汽车电子市场的销售模式
- 三、政府积极推进汽车电子产业化
- 四、家电企业切入汽车电子市场的方式

第二节 2010-2011年中国汽车电子市场经营分析

- 一、中国汽车电子产业特点分析
- 二、中国汽车电子市场回顾
- 三、中国汽车电子市场保持增长态势
- 四、中国汽车产业带动汽车电子市场发展

第三节 2010-2011年中国车载导航仪市场分析

- 一、汽车导航系统的发展历程
- 二、个人导航设备热销汽车导航系统市场
- 三、车载导航市场的难题
- 四、车载导航产业发展的策略

第四节 2010-2011年中国车载通讯产品市场分析

- 一、车载电台的使用及管理
- 二、车载电话市场出现大众化趋势
- 三、车载蓝牙技术及市场发展概况

第五节 2010-2011年中国汽车电子技术分析

- 一、汽车电子技术的发展阶段
- 二、中国汽车电子技术主要发展特点
- 三、网络技术在汽车电子发展中的应用
- 四、汽车电子技术的发展方向
- 五、中国汽车电子技术的发展策略

第六节 2010-2011年中国汽车电子市场的问题与对策

- 一、本土汽车电子企业面临严峻挑战

- 二、中国应掌握汽车电子产业的核心技术
- 三、中国汽车电子企业与整车企业缺少沟通合作
- 四、中国汽车电子企业发展策略

第七章 2010-2011年中国汽车电器行业运行探析

第一节 汽车音响

- 一、中国汽车音响市场环境分析
- 二、中国汽车音响企业经营状况
- 三、中国汽车音响消费市场透析
- 四、汽车音响行业本土品牌的忧患
- 五、中国汽车音响改装业运行分析
- 六、中国汽车音响企业发展战略解析

第二节 车载DVD

- 一、日韩品牌在中国车载DVD市场的发展状况
- 二、车载DVD国产品牌渐崛起
- 三、车载DVD普及的问题分析
- 四、推动车载DVD市场发展的因素

第三节 车载电视

- 一、移动电视行业兴起
- 二、中国车载电视发展特点分析
- 三、车载电视的相关技术发展分析
- 四、车载电视大规模应用的制约因素
- 五、车载电视运营策略分析

第四节 汽车空调

- 一、国内外汽车空调技术进展
- 二、汽车空调成汽车市场竞争主要手段
- 三、中国汽车空调发展状况
- 四、中国汽车空调市场新特点分析
- 五、国内汽车空调发展问题及对策
- 六、未来新型动力车使用的空调系统预测

第五节 车载冰箱

- 一、车载冰箱国内外市场需求差异大

二、中国推出首款冷冻型车载冰箱

三、车载冰箱存在的缺点待改进

第八章 2010-2011年中国汽车安全系统运行分析

第一节 2010-2011年中国汽车安全系统运行简况

一、世界最大汽车安全带生产企业在河北建厂

二、汽车安全对国内汽车企业的影响分析

三、中国汽车安全新技术的发展

第二节 2010-2011年中国汽车防盗器产品分析

一、汽车盗窃现象严重

二、汽车防盗器市场发展回顾

三、汽车防盗器市场问题多

第三节 2010-2011年中国汽车倒车雷达产品分析

一、汽车倒车雷达产品发展历程

二、倒车雷达市场发展特点简析

三、促进倒车雷达行业发展迅速的因素

四、无线倒车雷达市场待发展

第四节 2010-2011年中国汽车安全气囊分析

一、国外汽车安全气囊的发展历史

二、汽车安全气囊传感器技术发展动态

三、本田研制出新安全气囊

四、安全气囊行业标准存在漏洞

第五节 2010-2011年中国汽车隔热防爆膜运行点评

一、防爆膜市场发展回顾

二、汽车隔热膜市场亟需规范

三、防爆膜行业的问题及解决措施

第九章 2010-2011年中国汽车美容养护用品市场运行探析

第一节 2010-2011年中国汽车美容养护产品运行状况

一、瑞典汽车养护品牌进驻中国市场

二、中国汽车养护品市场发展总体状况

三、中国汽车养护品市场增长快速

四、汽车养护品消费市场的特点

第二节 2010-2011年中国润滑油市场竞争态势分析

一、中国汽车润滑油市场国外品牌竞争激烈

二、中国的三大润滑油品牌的竞争格局

三、中国润滑油市场及消费特点

四、本土润滑油高端市场份额低

五、本土润滑油企业品牌突围战略

第三节 2010-2011年中国汽油添加剂产品简述

一、汽油添加剂的作用

二、国内汽油添加剂主要产品介绍

三、消费者要理性选择汽油添加剂

第四节 汽车漆面保护用品介绍

一、汽车镀膜提升汽车美容养护技术

二、青岛车蜡市场发展状况

第十章 2010-2011年中国汽车装饰用品行业运行分析

第一节 2010-2011年中国汽车饰品行业运行简况

一、汽车饰品市场的特点分析

二、消费者对汽车饰品的偏好分析

三、汽车饰品市场卡通装饰渐受欢迎

第二节 2010-2011年中国汽车饰品不同材质分析

一、汽车饰品合成革的研发现状

二、汽车内饰纺织品行业发展状况

三、植绒织物汽车内饰材料的特点和优势

第三节 2010-2011年中国汽车香水市场运行分析

一、汽车香水分类简介

二、车用香水市场监管尚属空白

三、汽车香水市场治理困难的原因分析

四、广州汽车香水市场特征分析

第四节 2010-2011年中国汽车饰品行业存在的问题

一、劣质饰品污染车内危害健康

二、汽车内饰面料市场亟需创新

三、汽车饰品市场期待净化

四、汽车饰品企业期盼行业标准

第十一章 2010-2011年中国汽车用品行业竞争态势分析

第一节 2010-2011年中国汽车用品行业竞争格局综述

一、汽车用品行业竞争格局分析

二、汽车用品市场企业与国外品牌竞争分析

三、汽车用品行业展会竞争状况

四、汽车用品品牌竞争分析

五、汽车用品终端市场竞争分析

第二节 2010-2011年中国汽车用品行业同质化竞争分析

一、汽车用品同质化竞争问题分析

二、汽车用品价格竞争问题分析

三、汽车用品同质化竞争应对策略分析

第三节 2010-2011年中国汽车用品细分行业竞争分析

一、汽车养护品牌竞争分析

二、汽车装饰行业竞争关系分析

三、2010-2011年汽车装饰市场竞争状况

四、G技术应用对汽车影音行业竞争影响

五、汽车导航无序竞争分析

六、我国车载影音产品品牌竞争分析

第十二章 2010-2011年中国汽车用品企业竞争策略分析

第一节 汽车用品市场竞争策略分析

一、汽车用品在4S店营销策略

二、汽车用品行业品牌化建设策略

三、汽车用品经销商竞争策略

四、汽车用品行业预定式销售模式分析

第二节 2010-2011年汽车用品企业生存策略

一、产品创新

二、渠道创新

三、服务创新

四、推广创新

第三节 汽车用品业大区经理应对市场变化策略

- 一、汽车用品大区经理在企业地位分析
- 二、汽车用品大区经理工作开展策略
- 三、大区经理与经销商分工协作策略

第十三章 2010-2011年中国汽车用品主体企业竞争力对及关键性财务数据分析

第一节 上海广电信息产业股份有限公司（600637）

- 一、上广电开拓车载DVD时代
- 二、上广电成功研制福克斯专用车载导航产品
- 三、企业运营财务指标分析

第二节 深圳赛格股份有限公司（000058）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 深圳元征科技股份有限公司

- 一、元征深圳汽车电子产业园建成
- 二、元征高调进入DIY汽车市场
- 三、企业运营财务指标分析

第四节 北京四维图新导航信息技术有限公司

- 一、四维图新成为世界、五大导航地图企业
- 二、四维图新主导中国消费类电子导航市场
- 三、企业运营财务指标分析

第五节 深圳航盛电子股份有限公司

- 一、航盛宝安汽车电子制造基地建成
- 二、自主创新成深圳航盛核心竞争力
- 三、航盛的可持续发展思路及远景目标
- 四、企业运营财务指标分析

第六节 3M中国有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 华阳集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 深圳华强信息产业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十四章 2011-2015年中国汽车用品行业新趋势探析

第一节 我国汽车用品行业前景与机遇分析

一、汽车用品市场发展潜力

二、汽车用品市场发展前景

三、汽车用品市场发展趋势

第二节 4S店汽车用品发展趋势

一、汽车4S店汽车用品产品价格走向

二、4S店汽车用品发展问题

三、汽车用品新产业模式发展分析

第三节 汽车用品发展趋势

一、技术发展趋势

- 二、汽车内饰件发展趋势
- 三、汽车电子产品发展趋势
- 四、汽车化妆品发展趋势
- 五、汽车装修、改装和服务整合趋势
- 六、汽车用品销售渠道发展趋势

第十五章 2011-2015年中国汽车用品细分行业发展趋势

第一节 汽车安全系统发展新趋势

- 一、智能化趋势
- 二、由被动向主动发展趋势

第二节 汽车电子系统智能技术发展趋势

- 一、信息娱乐系统与G结合
- 二、互动智能电网新概念
- 三、汽车安全提高智能化
- 四、智能副驾驶系统

第三节 汽车电子市场发展趋势

- 一、世界汽车电子技术发展方向
- 二、我国汽车电子产业发展趋势
- 三、我国汽车电子行业规划方向

第十六章 2010-2011年中国汽车用品行业投资现状分析

第一节 2010-2011年中国汽车用品行业投资情况分析

- 一、汽车用品投资特性分析
- 二、汽车用品投资环境分析

第二节 汽车用品店投资方案分析

- 一、撰写创业计划书
- 二、创业资金筹措
- 三、选定行业决定产品
- 四、经营技术
- 五、店面选择及装潢

第十七章 2010-2011年中国汽车用品行业投资环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国汽车用品政策法规环境分析

- 一、盘点年来重要的汽车法律法规政策
- 二、《汽车零部件再制造试点管理办法》
- 三、玻璃贴膜新标准分析

第三节 2010-2011年中国汽车用品社会环境分析

- 一、我国居民收入水平
- 二、消费者信心指数分析
- 三、居民生活水平分析
- 四、我国居民消费情况分析

第四节 我国汽车行业振兴规划解读

- 一、汽车行业振兴规划概述
- 二、汽车行业振兴规划细则
- 三、汽车行业振兴规划三大任务
- 四、汽车行业振兴规划五项措施
- 五、汽车行业振兴规划的意义与作用

第十八章 2011-2015年中国汽车用品行业投资机会与风险预警

第一节 2011-2015年中国汽车用品行业投资风险分析

- 一、产品质量风险
- 二、销售渠道风险
- 三、流通市场风险
- 四、产品价格风险
- 五、从业者专业素质风险
- 六、企业文化风险

第二节 2011-2015年中国汽车用品行业投资机遇分析

- 一、汽车用品投资机遇分析
- 二、汽车用品行业投资契机

第十九章 2011-2015年中国汽车用品行业投资战略研究

第一节 未来中国汽车用品行业投资剖析

一、汽车用品投资前准备工作

二、汽车用品店进货渠道

三、汽车用品店选址策略

四、汽车用品店装修策略

第二节 2011-2015年中国汽车装饰行业发展及投资前景

一、装饰市场投资回报分析

二、个性化汽车装饰改装市场潜力

三、行业投资风险及机遇

四、高档车用消费品投资前景

图表目录（部分）：

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国汽车用品市场竞争态势及投资战略咨询报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201103/03-69928.html>