

2021-2027年中国互联网+ 汽车零部件市场发展趋势与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+汽车零部件市场发展趋势与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/qiche/S57750MVOI.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

零部件 19Q1 增速环比改善 19 年 Q1 零部件收入同比+4.91%，归母净利润同比-12.54%。

零部件深度国产替代趋势下，2017Q4 零部件行业营收与净利基数均较高，2018Q4 营收增速收窄主要系下游乘用车行业竞争压力加大，采购有所放缓，行业净利大幅下滑主要因为部分零部件公司 Q4 出现较大幅度亏损。19 年 Q1 零部件行业收入和业绩增速环比均有改善，主要是因为车企降本压力加大，深度国产替代正进行中。在零部件行业重点公司中，华域汽车 19 年 Q1 营收同比-11.62%，归母净利润-36.61%；潍柴动力 19 年 Q1 营收同比+15.3%，归母净利润同比+34.99%；福耀玻璃 19 年 Q1 营收同比+3.91%，归母净利润同比+7.72%；星宇股份 19 年 Q1 营收同比+21.21%，归母净利润同比+30.15%。虽然受下游需求低迷影响，零部件行业 Q1 业绩表现不佳，但随着深度国产替代进行，以及电动化和智能化发展加速，在细分行业具有领导地位的零部件公司有望受益。建议关注 Q1 业绩表现较好的标的潍柴动力、天成自控、星宇股份、福耀玻璃。受益电动化、智能化有估值提升空间的标的华域汽车、拓普集团。19Q1 主要零部件公司营收情况 19Q1 主要零部件公司归母净利情况 智研数据研究中心发布的

《2021-2027 年中国互联网+汽车零部件市场发展趋势与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了中国互联网+汽车零部件行业市场发展环境、互联网+汽车零部件整体运行态势等，接着分析了中国互联网+汽车零部件行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+汽车零部件市场竞争格局。随后，报告对互联网+汽车零部件做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+汽车零部件行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+汽车零部件产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+汽车零部件行业，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家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 中国互联网+汽车零部件行业发展综述第一节 “互联网+汽车零部件”概念界定一、“互联网+”的提出二、“互联网+”的内涵第二节 “互联网+汽车零部件”行业的内涵第三节 本报告的研究范围 第二章 汽车零部件所属行业发展现状与前景分析第一节 汽车零部件所属行业概况一、汽车零部件行业概念及分类二、全球汽车零部件所属行业概况三、中国汽车零部件所属行业概况2010-2017年，我国汽车零部件制造行业销售收入呈持续增长态势。2017年，汽车零部件制造行业销售收入达37392亿元，同比增长8.20%；预计2018年，汽车零部件销售收入将超过4万亿，达到40047亿元。2010-2018年中国汽车零部件制造行业销售收入及增长（单位：亿元，%）四、中国汽车零部件行业所处周期第二节 全球及我国汽车零部件行业发展前景展望一、全球汽车零部件

行业发展趋势展望二、我国汽车零部件行业发展趋势展望三、我国汽车零部件行业发展前景展望

第三节 中国汽车零部件行业产业链发展趋势一、中国汽车零部件行业产业链二、汽车零部件产业链利润分布三、汽车零部件上游产业链分析四、下游产业——汽车零部件机构分析

第三章 互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节 传统汽车零部件行业的痛点与缺陷一、汽车零部件行业痛点及根源二、汽车零部件营销受极大约束三、缺少精准营销的平台

第二节 移动互联网有望重构汽车零部件行业生态一、移动汽车零部件助力解决行业痛点二、互联网催生渠道价值三、汽车零部件服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网汽车零部件推动行业科学化、市场化一、精准营销改善行业痛点二、互联网汽车零部件推动产业链升级三、互联网汽车零部件模式的核心思路四、互联网汽车零部件未来趋势

第四章 中国互联网+汽车零部件行业发展背景

第一节 中国互联网+汽车零部件行业政策背景分析一、行业管理体制分析二、行业发展规划分析三、行业政策动向分析四、政策环境对行业的影响

第二节 中国互联网+汽车零部件行业经济背景分析一、宏观经济环境分析二、国际宏观经济运行分析三、国内宏观经济运行分析四、宏观经济发展对行业的影响

第三节 关联产业发展背景一、中国电子商务发展状况分析二、中国大数据产业发展状况分析三、中国互联网产业发展状况分析四、关联产业发展对行业的影响

第四节 中国互联网+汽车零部件行业技术背景分析一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析四、互联网相关技术对行业的影响

总结

第五章 中国互联网+汽车零部件行业发展现状分析

第一节 中国互联网+汽车零部件行业市场发展阶段分析一、对互联网+汽车零部件行业发展阶段的研究二、中国互联网+汽车零部件行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给汽车零部件行业带来的冲击和变革分析一、互联网时代汽车零部件行业大环境变化分析二、互联网给汽车零部件行业带来的突破机遇分析三、互联网给汽车零部件行业带来的挑战分析四、互联网+汽车零部件行业融合创新机会分析

第三节 中国互联网+汽车零部件行业市场发展现状分析一、中国互联网+汽车零部件行业投资布局分析（1）中国互联网+汽车零部件行业投资切入方式（2）中国互联网+汽车零部件行业投资规模分析（3）中国互联网+汽车零部件行业投资业务布局二、汽车零部件行业目标客户互联网渗透率分析三、中国互联网+汽车零部件行业市场规模分析四、中国互联网+汽车零部件行业竞争格局分析（1）中国互联网+汽车零部件行业参与者结构（2）中国互联网+汽车零部件行业竞争者类型（3）中国互联网+汽车零部件行业市场占有率

第六章 中国互联网+汽车零部件行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍一、商业模式的定义及与其他模式的比较二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+汽车零部件行业市场定位创新分析一、中国汽车零部件行业消费者特征分析二、中国汽车零部件行业企业主流的市场定位分析三、互联网对汽车零部件行业市场定位的变革分析四、

互联网下汽车零部件行业市场定位优秀案例分析第三节 中国互联网+汽车零部件行业价值主张创新分析一、中国汽车零部件行业主要的客户价值主张要素分析二、互联网+汽车零部件行业价值主张创新策略分析（1）汽车零部件行业企业如何利用互联网升级产品使用体验（2）汽车零部件行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验（3）汽车零部件行业企业如何利用互联网节约客户成本三、互联网+汽车零部件行业价值主张创新优秀案例第四节 中国互联网+汽车零部件行业渠道通路创新分析一、中国汽车零部件行业渠道通路的主要类别及特点分析（1）价值传递通路的定义及特点（2）产品销售渠道的定义及特点（3）现有渠道通路特点的优势及不足（4）互联网对渠道通路的改造分析二、互联网对汽车零部件行业渠道通路的颠覆性变革分析三、互联网+汽车零部件行业网络媒体汽车零部件宣传策略分析四、互联网+汽车零部件行业电商渠道构建策略分析五、互联网+汽车零部件行业渠道通路创新优秀案例第五节 中国互联网+汽车零部件行业客户关系创新分析一、中国汽车零部件行业客户关系的类别及关系成本分析（1）汽车零部件行业客户关系的类别分析（2）汽车零部件行业客户关系成本分析二、中国互联网+汽车零部件行业客户关系创新路径分析三、中国互联网+汽车零部件行业客户关系创新优秀案例第六节 中国互联网+汽车零部件行业收入来源创新分析一、中国汽车零部件行业收入的主要来源渠道及特点二、中国互联网+汽车零部件行业收入来源的创新分析三、中国互联网+汽车零部件行业收入来源创新优秀案例第七节 中国互联网+汽车零部件行业合作伙伴创新分析一、中国汽车零部件行业主要的合作伙伴及其特点分析二、互联网如何改变汽车零部件行业合作伙伴结构三、互联网下汽车零部件行业新增合作伙伴的特点四、互联网下汽车零部件行业新增合作伙伴优秀案例第八节 中国互联网+汽车零部件行业成本机构优化分析一、中国汽车零部件行业主要成本结构及特点分析二、互联网如何改变汽车零部件行业成本结构三、互联网下汽车零部件行业成本结构的优化路径四、互联网下汽车零部件行业成本结构优化优秀案例第九节 国外互联网+汽车零部件行业商业模式创新经验一、国外互联网+汽车零部件行业商业模式优秀案例剖析（1）案例一1）案例一基本信息分析2）案例一经营情况分析3）案例一盈利模式分析4）案例一商业模式评价（2）案例二1）案例二基本信息分析2）案例二经营情况分析3）案例二盈利模式分析4）案例二商业模式评价（3）案例三1）案例三基本信息分析2）案例三经营情况分析3）案例三盈利模式分析4）案例三商业模式评价二、国外互联网+汽车零部件行业商业模式创新经验借鉴 第七章 中国汽车零部件行业企业电商战略规划及模式选择第一节 中国汽车零部件行业企业电商战略规划分析一、汽车零部件企业电商如何正确定位二、汽车零部件电商核心业务确定策略三、汽车零部件企业电商化组织变革策略第二节 中国汽车零部件行业典型电商发展模式总体分析一、中国电子商务主流模式分析二、B2B电商模式及其优劣势分析（1）B2B电商模式的特点（2）B2B电商模式的适用范围（3）B2B电商模式的优秀案例（4）B2B电商模式的优劣势三、B2C电商模式及其优劣势分

析（1）B2C电商模式的特点（2）B2C电商模式的适用范围（3）B2C电商模式的优秀案例（4）B2C电商模式的优劣势四、C2C电商模式及其优劣势分析（1）C2C电商模式的特点（2）C2C电商模式的适用范围（3）C2C电商模式的优秀案例（4）C2C电商模式的优劣势五、O2O电商模式及其优劣势分析（1）O2O电商模式的特点（2）O2O电商模式的适用范围（3）O2O电商模式的优秀案例（4）O2O电商模式的优劣势六、中国汽车零部件行业最优电商模式的选择

第三节 中国汽车零部件行业企业电商切入模式及发展路径一、模式一（1）模式一的特点及优劣势（2）模式一的业务布局分析（3）模式一的渠道通路分析（4）模式一的收入来源分析（5）模式一的关键资源能力分析（6）模式一的经营风险分析（7）模式一的优秀案例分析二、模式二（1）模式二的特点及优劣势（2）模式二的业务布局分析（3）模式二的渠道通路分析（4）模式二的收入来源分析（5）模式二的关键资源能力分析（6）模式二的经营风险分析（7）模式二的优秀案例分析三、模式三（1）模式三的特点及优劣势（2）模式三的业务布局分析（3）模式三的渠道通路分析（4）模式三的收入来源分析（5）模式三的关键资源能力分析（6）模式三的经营风险分析（7）模式三的优秀案例分析

第四节 中国汽车零部件行业移动电商切入路径及典型产品一、中国汽车零部件行业移动电商的商业价值分析（1）移动电商的商业价值分析（2）中国移动互联网发展现状（3）中国移动互联网趋势分析二、中国汽车零部件行业移动电商市场发展现状三、中国汽车零部件行业移动电商市场切入路径四、中国汽车零部件行业移动电商典型产品形式五、中国汽车零部件行业移动电商发展趋势及前景

第八章 中国互联网+汽车零部件商业模式创新优秀案例剖析第一节 案例一、案例一基本信息分析二、案例一经营情况分析三、案例一产品服务分析四、案例一盈利模式分析五、案例一渠道通路分析六、案例一合作伙伴分析七、案例一融资情况分析八、案例一商业模式评价第二节 案例二一、案例二基本信息分析二、案例二经营情况分析三、案例二产品服务分析四、案例二盈利模式分析五、案例二渠道通路分析六、案例二合作伙伴分析七、案例二融资情况分析八、案例二商业模式评价第三节 案例三一、案例三基本信息分析二、案例三经营情况分析三、案例三产品服务分析四、案例三盈利模式分析五、案例三渠道通路分析六、案例三合作伙伴分析七、案例三融资情况分析八、案例四商业模式评价第四节 案例四一、案例四基本信息分析二、案例四经营情况分析三、案例四产品服务分析四、案例四盈利模式分析五、案例四渠道通路分析六、案例四合作伙伴分析七、案例四融资情况分析八、案例四商业模式评价第五节 案例五一、案例五基本信息分析二、案例五经营情况分析三、案例五产品服务分析四、案例五盈利模式分析五、案例五渠道通路分析六、案例五合作伙伴分析七、案例五融资情况分析八、案例五商业模式评价

第九章 中国重点企业互联网+汽车零部件投资布局分析第一节 企业一一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+汽车零部件投资布局四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析五、企业最新发展动向第二节 企业二

一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+汽车零部件投资布局四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析五、企业最新发展动向

第三节 企业三一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+汽车零部件投资布局四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析五、企业最新发展动向

第四节 企业四一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+汽车零部件投资布局四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析五、企业最新发展动向

第五节 企业五一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+汽车零部件投资布局四、企业互联网+汽车零部件产品服务分析五、企业最新发展动向

第十章 2021-2027年中国互联网+汽车零部件行业市场发展趋势预测第一节 2021-2027年中国互联网+汽车零部件行业市场趋势预测分析一、中国互联网+汽车零部件行业市场增长动力分析二、中国互联网+汽车零部件行业市场发展瓶颈剖析三、中国互联网+汽车零部件行业市场发展趋势分析

第二节 2021-2027年中国汽车零部件行业电商发展现状及趋势分析一、中国汽车零部件行业电商总体开展情况二、中国汽车零部件行业电商交易规模分析三、中国汽车零部件行业电商产品服务品类四、中国汽车零部件行业电商盈利情况分析五、中国汽车零部件行业电商市场现存问题六、中国汽车零部件行业电商市场趋势分析七、中国汽车零部件行业电商市场规模预测

第十一章 2021-2027年中国互联网+汽车零部件行业市场投资机会及建议（）第一节 2021-2027年中国互联网+汽车零部件行业投资特性及风险一、互联网+汽车零部件行业投资壁垒分析（1）政策壁垒（2）技术壁垒（3）市场壁垒二、互联网+汽车零部件行业投资特性分析三、互联网+汽车零部件行业投资前景分析

第二节 2021-2027年中国互联网+汽车零部件行业投融资现状及趋势一、中国互联网+汽车零部件行业投资现状及趋势（1）中国互联网+汽车零部件行业投资主体结构（2）各投资主体核心资源分析（3）各投资主体投资方式分析（4）各投资主体投资规模分析（5）2019年主要投资事件分析（6）各投资主体投资前景分析二、中国互联网+汽车零部件行业融资现状及趋势（1）中国互联网+汽车零部件行业融资主体结构（2）各融资主体核心资源分析（3）各融资主体融资方式分析（4）各融资主体融资规模分析（5）2019年主要融资事件及用途（6）各融资主体融资趋势分析

第三节 2021-2027年中国互联网+汽车零部件行业投资机会及建议一、中国互联网+汽车零部件行业投资机会分析二、关于互联网+汽车零部件行业的投资建议（）

图表目录：图表：汽车零部件分类图表：大汽车零部件市场分类图表：中国汽车零部件市场消费者的性别分布图表：中国汽车零部件市场消费者的年龄分布图表：中国汽车零部件市场消费者的职业分布图表：中国汽车零部件市场消费者的学历分布图表：中国汽车零部件市场消费者收入分布图表：中国汽车零部件市场消费者的地域分布图表：中国汽车零部件行业前景图表：汽车零部件客户生命周期图表：主要整型消费人群图表：汽车零部件行业产业链图表：汽车零部件产业是一个交叉产业图表：我国汽车零部件市场地域分布特点图表：汽车零部件行业痛点溯源图表：汽车零部件行业获客

渠道图表：移动汽车零部件助力解决行业痛点图表：新兴汽车零部件平台一览图表：汽车零部件价值链——移动汽车零部件的作用图表：互联网汽车零部件平台信息图表：汽车零部件行业产业链目前呈现的“再分工”趋势图表：汽车零部件行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态图表：理想状态下互联网汽车零部件产业链格局图表：汽车零部件宣传方式在进化图表：互联网汽车零部件平台商业模式比较图表：国内互联网汽车零部件平台比较图表：整形汽车零部件医院招揽顾客的主要方式图表：“互联网+汽车零部件”项目的类型分布图表：“互联网+汽车零部件”项目的地域分布图表：“互联网+汽车零部件”项目的融资方式分布图表：“互联网+汽车零部件”项目的阶段分布图表：互联网+汽车零部件行业发展规划汇总表图表：互联网+汽车零部件行业主要政策汇总表图表：政策环境对行业的影响分析表图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测图表：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势图表：2021-2027年中国电商交易规模预测图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度图表：关联产业发展对行业的影响总结表图表：互联网相关技术对行业的影响总结表图表：中国互联网+汽车零部件行业发展阶段图表：主要企业互联网+汽车零部件行业投资切入角度图表：2015-2019年中国互联网+汽车零部件行业主要投资事件图表：中国互联网+汽车零部件行业投资业务布局图表：2015-2019年中国互联网+汽车零部件行业市场规模发展趋势图表：中国互联网+汽车零部件行业主要的市场参与者图表：中国互联网+汽车零部件行业市场增长动力图表：中国互联网+汽车零部件行业市场发展瓶颈图表：2015-2019年中国汽车零部件行业电商交易规模图表：中国汽车零部件行业电商产品服务品类图表：中国汽车零部件行业电商市场现存问题图表：2021-2027年中国汽车零部件行业电商市场规模预测图表：商业模式与其它模式的区别图表：商业模式与其它模式的联系图表：商业模式框架图图表：中国汽车零部件行业消费者特征图表：中国汽车零部件行业企业主流的市场定位图表：中国汽车零部件行业主要的客户价值主张要素图表：汽车零部件行业企业利用互联网升级产品使用体验的策略图表：汽车零部件行业企业利用互联网改善个性化服务体验的策略图表：汽车零部件行业企业利用互联网节约客户成本的策略图表：汽车零部件行业价值传递通路的特点图表：汽车零部件行业产品销售渠道的特点图表：中国汽车零部件行业现有渠道通路的优劣势图表：中国汽车零部件行业客户关系的分类图表：中国汽车零部件行业主要的收入来源渠道图表：中国汽车零部件行业主要合作伙伴类别图表：中国汽车零部件行业主要成本结构分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/S57750MVOI.html>