

# 2019-2025年中国汽车OEM市场竞争格局分析及 投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国汽车OEM市场竞争格局分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/380034.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

OEM是originalequipmentmanufacturer的缩写,原意为原始设备制造商,指为主机厂进行配套的零部件制造商.现指在社会化分工、专业化利益驱动下产生的,其基本含义是:按原单位(品牌单位)委托合同进行产品开发和制造,用原单位商标,由原单位销售或经营的合作经营生产方式OEM零件有两个必要条件:1.制造商为主机厂实际进行配套生产.(如果你对广本进行配套生产,零件对广本就是OEM零件,而对上海大众就不能称为OEM零件).2.使用非主机厂商标在售后市场进行销售。

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OEM行业发展综述

#### 1.1 汽车OEM行业概述

##### 1.1.1 汽车OEM行业的定义

##### 1.1.2 汽车OEM行业主要产品

##### 1.1.3 汽车OEM行业在国民经济中的地位

#### 1.2 汽车OEM行业统计标准

##### 1.2.1 汽车OEM行业统计部门和统计口径

##### 1.2.2 汽车OEM行业统计方法

##### 1.2.3 汽车OEM行业数据种类

#### 1.3 汽车OEM市场特征分析

##### 1.3.1 市场规模

##### 1.3.2 产业关联度

##### 1.3.3 影响需求的关键因素

##### 1.3.4 国内和国际市场

##### 1.3.5 主要竞争因素

##### 1.3.6 生命周期

### 第二章 中国汽车OEM行业发展环境分析

#### 2.1 汽车OEM行业政策环境分析

##### 2.1.1 汽车OEM行业监管体制

##### 2.1.2 汽车OEM行业相关政策

##### 2.1.3 政策环境对汽车OEM行业的影响

#### 2.2 汽车OEM行业经济环境分析

## 2.2.1 全球宏观经济环境分析

## 2.2.2 中国宏观经济环境分析

### (1) 国内生产总值 (GDP) 分析

### (2) 工业发展情况分析

### (3) 制造业发展情况分析

### (4) 进出口情况分析

## 2.2.3 经济环境对汽车OEM行业的影响

## 2.3 汽车OEM行业社会环境分析

### 2.3.1 “城市化”水平提高

### 2.3.2 生活方式和价值观念的转变

### 2.3.3 汽车文化逐渐形成

### 2.3.4 社会环境对汽车OEM行业的影响

## 2.4 汽车OEM行业技术环境分析

### 2.4.1 汽车OEM行业技术环境分析

### 2.4.2 技术环境对汽车OEM行业的影响

## 第三章 全球及中国汽车市场发展情况分析

### 3.1 全球汽车市场发展情况分析

#### 3.1.1 全球汽车市场规模分析

#### 3.1.2 全球汽车市场产销分析

#### 3.1.3 全球汽车市场结构分析

### 3.2 中国汽车市场发展规模分析

#### 3.2.1 中国汽车市场总体规模分析

##### (1) 中国汽车保有量分析

##### (2) 中国汽车保有量占全球比重分析

#### 3.2.2 中国汽车市场产销规模分析

##### (1) 2013-2018年汽车产销量分析

##### (2) 中国汽车市场产销率分析

##### (3) 中国汽车产销量占全球比重分析

#### 3.2.3 中国汽车市场进出口规模分析

##### (1) 中国汽车进口情况分析

##### (2) 中国汽车出口情况分析

##### (3) 中国汽车进出口区域分析

##### (4) 中国汽车贸易竞争力分析

## 第四章 中国汽车OEM所属行业主要需求产业运营分析

### 4.1 汽车整车制造所属行业运营状况分析

- 4.1.1 汽车整车制造所属行业规模分析
- 4.1.2 汽车整车制造所属行业生产情况
- 4.1.3 汽车整车制造所属行业需求情况
- 4.1.4 汽车整车制造所属行业供求平衡情况
- 4.1.5 汽车整车制造所属行业财务运营情况
- 4.1.6 汽车整车制造所属行业运行特点及趋势分析
- 4.2 汽车车身及挂车制造所属行业运营状况分析
  - 4.2.1 汽车车身、挂车制造所属行业规模分析
  - 4.2.2 汽车车身、挂车制造所属行业生产情况
  - 4.2.3 汽车车身、挂车制造所属行业需求情况
  - 4.2.4 汽车车身、挂车制造所属行业供求平衡情况
  - 4.2.5 汽车车身、挂车制造所属行业财务运营情况
  - 4.2.6 汽车车身、挂车制造所属行业运行特点及趋势分析
- 第五章 中国汽车OEM行业市场发展分析
  - 5.1 中国汽车OEM所属市场现状分析及预测
    - 5.1.1 2013-2018年我国汽车OEM所属行业总产值分析
    - 5.1.2 2019-2025年我国汽车OEM所属行业总产值预测
  - 5.2 中国汽车OEM产品产量分析及预测
    - 5.2.1 2013-2018年我国汽车OEM产量分析
    - 5.2.2 2019-2025年我国汽车OEM产量预测
  - 5.3 中国汽车OEM市场需求分析及预测
    - 5.3.1 2013-2018年我国汽车OEM市场需求分析
    - 5.3.2 2019-2025年我国汽车OEM市场需求预测
- 第六章 中国汽车OEM行业市场竞争格局分析
  - 6.1 行业总体市场竞争状况分析
    - 6.1.1 汽车OEM行业竞争结构分析
    - 6.1.2 汽车OEM行业企业间竞争格局分析
    - 6.1.3 汽车OEM行业集中度分析
    - 6.1.4 汽车OEM行业SWOT分析
  - 6.2 中国汽车OEM行业竞争格局综述
    - 6.2.1 汽车OEM行业竞争概况
    - 6.2.2 中国汽车OEM行业竞争力分析
    - 6.2.3 中国汽车OEM产品竞争力优势分析
    - 6.2.4 汽车OEM行业主要企业竞争力分析
  - 6.3 中国汽车OEM行业竞争格局综述

## 第七章 2019-2025年汽车OEM行业发展前景趋势预测

### 7.1 汽车OEM行业发展前景展望

#### 7.1.1 全球汽车OEM市场前景良好

#### 7.1.2 汽车产业发展将支撑汽车OEM市场快速成长

#### 7.1.3 汽车后市场扩容有望带动汽车OEM行业发展

### 7.2 中国汽车OEM行业“十三五”发展规划

#### 7.2.1 “十三五”期间市场需求预测

#### 7.2.2 “十三五”期间发展战略与指导思想

#### 7.2.3 “十三五”发展规划目标

#### 7.2.4 发展重点及主要任务

#### 7.2.5 政策性建议和措施意见

### 7.3 2019-2025年汽车OEM市场趋势分析

#### 7.3.1 2013-2018年中国汽车OEM市场趋势总结

#### 7.3.2 2019-2025年中国汽车OEM发展趋势预测

### 7.4 2019-2025年汽车OEM产品发展趋势分析

#### 7.4.1 2019-2025年汽车OEM产品技术趋势分析

#### 7.4.2 2019-2025年汽车OEM产品价格趋势分析

## 第八章 2019-2025年汽车OEM行业投资价值分析评估

### 8.1 汽车OEM行业投资特性分析

#### 8.1.1 汽车OEM行业进入壁垒分析

#### 8.1.2 汽车OEM行业盈利模式分析

#### 8.1.3 汽车OEM行业盈利因素分析

### 8.2 2019-2025年汽车OEM行业发展的影响因素

#### 8.2.1 有利因素

#### 8.2.2 不利因素

### 8.3 2019-2025年汽车OEM行业投资价值评估分析

#### 8.3.1 行业投资效益分析

#### 8.3.2 产业发展的空白点分析

#### 8.3.3 投资回报率比较高的投资方向

#### 8.3.4 新进入者应注意的障碍因素

## 第九章 汽车OEM企业发展策略分析

### 9.1 2018年汽车OEM行业面临的困境

#### 9.1.1 汽车OEM行业发展的主要困境

#### 9.1.2 外资巨头环伺

#### 9.1.3 重产能弃研发企业发展短视现象普遍

## 9.2 汽车OEM企业面临的困境及对策

### 9.2.1 汽车OEM企业面临的困境及对策

### 9.2.2 国内汽车OEM企业的出路分析

## 9.3 中国汽车OEM行业存在的问题及对策

### 9.3.1 中国汽车OEM行业存在的问题

### 9.3.2 汽车OEM行业发展的建议对策

(1) 把握国家投资的契机

(2) 竞争性战略联盟的实施

(3) 企业自身应对策略

### 9.3.3 市场的重点客户战略实施

(1) 实施重点客户战略的必要性

(2) 合理确立重点客户

(3) 重点客户战略管理

(4) 重点客户管理功能

## 第十章汽车OEM行业研究结论及建议

### 10.1 报告研究结论

### 10.2 建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/380034.html>