

# 2020年中国汽车零部件市场调研报告- 行业调研与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汽车零部件市场调研报告-行业调研与发展趋势分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/518694518694.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

汽车零部件，是构成汽车配件加工整体的各单元及服务于汽车配件加工的产品，其上游产业为塑料粒子、五金件等，下游则为整车厂商及其零部件配套供应商。

汽车零部件行业产业链

资料来源：公开资料整理

上游方面：塑料粒子为汽车零部件生产制造的主要原材料。以通用塑料-聚苯乙烯为例，数据显示，2015-2019年我国聚苯乙烯产量稳步增长，截止到2019年我国聚苯乙烯产量为380万吨，五年复合增长率约为11.2%。

2015-2019年我国聚苯乙烯产量

数据来源：公开资料整理

现阶段，我国汽车零部件行业上游相关企业主要有会通新材料股份有限公司、中化塑料有限公司、宁波维成贸易有限公司与上海托新实业有限公司等。

我国汽车零部件行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

会通新材料股份有限公司

塑料及新材料、新产品研发、加工、制造、销售，技术服务、技术转让

1、产品种类与应用范围优势：公司拥有聚烯烃类、聚苯乙烯类、工程塑料及其他类多种产品平台，产品种类丰富，高分子高性能化和功能化产品品种300多项。公司产品广泛应用于家电、汽车、5G通讯、电子电气、医疗、轨道交通、家居建材、安防等诸多国家支柱性产业和新兴行业。

2、市场优势：是国内规模最大、客户覆盖最广的高分子改性材料企业之一。

中化塑料有限公司

销售危险化学品；销售塑料制品

1、销售网络优势：国内设立营销网络，境外设立采购平台。

2、客户资源优势：与客户建立长期战略合作伙伴关系，提供国内外大型石化生产企业在中国市场的代理分销业务及售后服务。

3、市场优势：中化塑料在电子电器、日用化工、汽车等领域具有较高的市场占有率，核心产品ABS、PC等市场份额处于国内领先地位。

宁波维成贸易有限公司

基础化学品，精细化学品，工程塑料原料等进出口业务

1、销售网络优势：销售辐射华东、华中、西南、东北、华北等主要汽车产业集中区域。

## 2、客户资源优势：公司塑料业务是Sabic-

IP(沙伯基础创新塑料公司)、博禄公司、以色列屹立工程塑料的签约经销商。

上海托新实业有限公司

汽车电镀饰件的制造和服务

1、客户资源优势：主要为国内各大主机厂供货，如通用、大众、福特、标致雪铁龙等。

2、认证优势：已获得ISO/TS16949、ISO14001认证、OHSAS18001认证和ISO17025认可。  
资料来源：公开资料整理

中游方面：作为汽车工业发展的基础，我国汽车零部件行业呈蓬勃发展态势，行业相关企业注册量与主营业务收入不断增长。数据显示，截止到2020年1-8月，我国汽车零部件共新增企业5.1万家，同比增长32.1%。截至2020年9月，全国范围内共有36万家在业、存续的汽车零部件相关企业；2019年我国汽车零部件行业主营业务收入3.37万亿元，同比增长4.20%，预计到2020年将达4.61万亿元。

2010-2020年8月我国汽车零部件相关企业注册量 数据来源：企查查

2012-2020年我国汽车零部件行业主营业务收入及预测 数据来源：公开数据整理

现阶段，我国汽车零部件行业相关企业主要有神通科技集团股份有限公司、常熟市汽车饰件股份有限公司、海南钧达汽车饰件股份有限公司、江苏新泉汽车饰件股份有限公司与成都航天模塑股份有限公司等。

我国汽车零部件行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

神通科技集团股份有限公司

汽车非金属部件及模具的研发、生产和销售

1、客户资源优势：公司现已发展成为上汽通用、一汽-大众、上汽通用五菱、上汽大众、广汽集团、吉利沃尔沃、奇瑞捷豹路虎、东风公司、长城汽车等知名整车厂的一级供应商以及延峰汽车饰件、佛吉亚、李尔、恩坦华等国内外知名汽车零部件企业的合格供应商。

2、车型优势：目前，公司产品配套车型覆盖了从热销乘用车到中高档主流车型。

3、生产基地布局与服务优势：公司采取紧贴汽车产业集群的战略，在宁波、烟台、柳州、武汉、长春、佛山等全国性汽车产业基地或主要客户所在地相继建立了生产基地，直接配套珠三角、长三角、东北、中部汽车产业群；公司现场办公进一步提高客户响应能力及满意度，将整车厂的适时要求及时、准确的反馈到公司生产基地，实现生产工艺技术的快速调整。

4、设计开发和生产一体化优势：公司具备从客户端概念设计到产品生产制造一体化能力，即具有同步开发、模块化供货能力，以及设计验证、工艺开发、产品制造的完整配套能力；依托模具和产品的开发实力，公司可实行产品自主研发和整车厂同步开发。

#### 常熟市汽车饰件股份有限公司

主要从事研发、生产和销售乘用车内饰件业务

1、客户资源优势：公司为奔驰、宝马、大众、奇瑞捷豹路虎、观致等客户提供优质的产品和服务。

2、质量管理优势：先后通过了OHSAS18001、ISO14001、ISO/TS16949等质量体系认证，获得多家公司“优秀供应商”的荣誉。

#### 海南钧达汽车饰件股份有限公司

汽车塑料内外饰件的研发、生产和销售业务

1、质量管理与专利优势：。在设计开发和产品制造上，公司推出一些列新技术，并取得了16项专利。公司先后通过了ISO14001：2004环境管理体系认证，ISO/TS16949：2009质量管理体系认证，中国国家强制性产品认证，实现了标准化和现代化管理。

2、产业布局优势：公司采取紧贴汽车产业集群的战略，在海口、苏州、开封、郑州、佛山、重庆等地建立了生产基地，直接配套珠三角、长三角、西南汽车产业集群，并可辐射东北、华北、中部汽车产业集群。

#### 江苏新泉汽车饰件股份有限公司

汽车内、外饰系统零部件及其模具的设计、制造及销售

1、市场优势：产品畅销国内市场，并远销日本、荷兰、缅甸、马来西亚、越南、肯尼亚、巴基斯坦等国家。

2、客户资源优势：凭借卓越的综合实力，公司成为众多汽车品牌的一级配套商，与一汽轿车、一汽解放、东风汽车、郑州日产、奇瑞汽车、金龙客车、北汽福田、江西昌河、保定长城、东风柳汽、上海汇众等大中型汽车生产企业建立了长期的合作关系。

3、质量认证优势：98年通过ISO9002国际质量体系标准认证，2002年通过QS9000认证，2005通过TS16949认证。

#### 成都航天模塑股份有限公司

汽车零部件

研发与制造

1、技术、人才与设备优势：经过三十年的技术积累和自主创新，公司已具备与各大汽车整机厂同步开发新车型的能力以及保险杠、仪表台、门板三大汽车总成设计开发与制造能力。目前，公司拥有成都、青岛、天津三个省级技术中心、中高级科研技术人员400余名，拥有各类先进生产线50余条和国际一流的喷涂、注塑、精密加工先进设备。

2、市场优势：凭借质优价廉的产品、一流的服务和自主创新能力，市场覆盖国内六大汽车产业聚集区和主要整车厂，是国内汽车塑料零部件制造行业的主要企业之一。

3、客户资源优势：依靠优良的产品和良好的信誉成为大众、通用、丰田等十余个主机厂的长期配套伙伴和最佳供应商。资料来源：公开资料整理

下游方面：汽车整车制造为我国主要的制造产业之一，近年来，受宏观经济放缓、汽

车市场趋向饱和、国六排放提前实施等多种因素影响，我国汽车制造业规模以上工业企业经营效益下滑，汽车整车制造行业洗牌仍将持续。数据显示，2019年，我国汽车制造业规模以上工业企业营业收入约80846.7亿元，同比下降3.03%；利润总额为5087亿元，同比下降15.9%

2013-2019年我国汽车制造业规模以上工业企业营业收入与利润总额 数据来源：国家统计局

现阶段，我国汽车零部件行业下游相关企业主要有上海汽车集团股份有限公司、中国第一汽车股份有限公司、一汽-大众汽车有限公司与广州汽车集团股份有限公司等。

我国汽车零部件行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

上海汽车集团股份有限公司

汽车，摩托车，拖拉机等各种机动车整车，机械设备，总成及零部件的生产、销售

1、产业链整体竞争优势：公司业务基本涵盖了汽车产业链的各环节,有利于充分发挥协同效应,提升整体竞争能力。

2、国内市场领先优势：公司整车产销规模多年来保持国内领先,产品门类齐全,销售服务网络点多面广,布局不断优化,有利于公司持续提高市场影响力和对用户需求的快速响应能力。三是持续提升的创新能力强优势。公司已初步构建起自主品牌全球研发体系框架;主要合资整车企业的本土化研发实力也在不断提升;新能源汽车研发自主掌控核心技术;汽车后市场加快创新布局,汽车金融服务领域创新能力突出,业务规模国内领先。

3、创新能力新优势：公司已初步构建起自主品牌全球研发体系框架;主要合资整车企业的本土化研发实力也在不断提

升;新能源汽车研发自主掌控核心技术;汽车后市场加快创新布局,汽车金融服务领域创新能力突出,业务规模国内领先。

中国第一汽车股份有限公司

汽车及零部件（包含新能源汽车及与其相关的电池、电机、电控，不含易燃易爆危险化学品）、智能产品及设备、铸锻件毛坯等的开发、设计、试验、检测检定、制造及再制造、销售

1、市场优势：经过六十多年的发展，中国一汽已成为年产销300万辆级的国有大型汽车企业集团，产销总量始终位列行业第一阵营。

2、技术与研发优势：近十年来，科技研发成果累计获得国家及行业奖项150多个，“解放第六代重型系列商用车及柴油机自主开发”项目，荣获国家科技进步一等奖。

一汽-大众汽车有限公司

大众、奥迪和捷达系列乘用车及其零部件（包括但不限于发动机、传动器、电池和电机）、附件和设备开发和制造

1、产业布局优势：经过近30年的发展，一汽-

大众产能布局已覆盖东北长春、西南成都、华南佛山、华东青岛以及华北天津。

2、产能规模优势：拥有轿车一厂、轿车二厂、轿车三厂、轿车四厂、轿车五厂、轿车六厂、动力总成事业部以及冲压中心八大专业生产厂。

广州汽车集团股份有限公司

研发、整车(汽车、摩托车)、零部件、商贸服务、金融五大业务板块

1、完整的产业链和结构优化的产业布局优势：经过多年的资源整合及产业重组,集团已经形成了立足华南,辐射华北、华中、华东和环渤海地区的产业布局和以整车制造为中心,覆盖上游汽车与零部件的研发和下游的汽车服务与金融投资的产业链闭环,是国内产业链最为完整、产业布局最为优化的汽车集团之一。

2、先进的制造、工艺、品质以及流程管理优势：集团在制造、工艺、品质以及流程管理等方面具有综合优势。主要包括:(1)国际领先的品质优势；(2)“持续改善”的创新优势；(3)精益求精的成本优势。

3、丰富的产品线和优化的产品结构优势：集团拥有轿车及SUV、MPV等全系列产品,并根据市场及消费者的需求变化,积极推进产品迭代。始终保持较高的客户忠诚度和广泛认可的品牌美誉度。资料来源：公开资料整理（shz）

本文根据互联网公开资料整理而成。我们保持中立立场，与文中提及的公司之间不存在业务往来，不涉及利益。文章仅作参考，不构成任何投资及应用建议。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国汽车零部件市场调研报告-行业调研与发展趋势分析》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国汽车零部件行业发展概述

#### 第一节 汽车零部件行业发展情况概述

##### 一、汽车零部件行业相关定义

##### 二、汽车零部件行业基本情况介绍

##### 三、汽车零部件行业发展特点分析

#### 第二节 中国汽车零部件行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、汽车零部件行业产业链条分析

##### 三、中国汽车零部件行业上游环节分析

##### 四、中国汽车零部件行业下游环节分析

#### 第三节 中国汽车零部件行业生命周期分析

##### 一、汽车零部件行业生命周期理论概述

##### 二、汽车零部件行业所属的生命周期分析

#### 第四节 汽车零部件行业经济指标分析

##### 一、汽车零部件行业的赢利性分析

##### 二、汽车零部件行业的经济周期分析

##### 三、汽车零部件行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国汽车零部件行业进入壁垒分析

##### 一、汽车零部件行业资金壁垒分析

##### 二、汽车零部件行业技术壁垒分析

##### 三、汽车零部件行业人才壁垒分析

##### 四、汽车零部件行业品牌壁垒分析

##### 五、汽车零部件行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球汽车零部件行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球汽车零部件行业发展历程回顾

#### 第二节 全球汽车零部件行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲汽车零部件行业地区市场分析

- 一、亚洲汽车零部件行业市场现状分析
- 二、亚洲汽车零部件行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲汽车零部件行业市场前景分析
- 第四节 北美汽车零部件行业地区市场分析
  - 一、北美汽车零部件行业市场现状分析
  - 二、北美汽车零部件行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美汽车零部件行业市场前景分析
- 第五节 欧盟汽车零部件行业地区市场分析
  - 一、欧盟汽车零部件行业市场现状分析
  - 二、欧盟汽车零部件行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧盟汽车零部件行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界汽车零部件行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球汽车零部件行业市场规模预测

### 第三章 中国汽车零部件产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品汽车零部件总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国汽车零部件行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国汽车零部件产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第四章 中国汽车零部件行业运行情况

#### 第一节 中国汽车零部件行业发展状况情况介绍

## 一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

## 四、行业发展动态

### 第二节 中国汽车零部件行业市场规模分析

### 第三节 中国汽车零部件行业供应情况分析

### 第四节 中国汽车零部件行业需求情况分析

### 第五节 中国汽车零部件行业供需平衡分析

### 第六节 中国汽车零部件行业发展趋势分析

## 第五章 中国汽车零部件所属行业运行数据监测

### 第一节 中国汽车零部件所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国汽车零部件所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国汽车零部件所属行业财务指标分析

#### 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

## 第六章 2017-2020年中国汽车零部件市场格局分析

### 第一节 中国汽车零部件行业竞争现状分析

#### 一、中国汽车零部件行业竞争情况分析

#### 二、中国汽车零部件行业主要品牌分析

### 第二节 中国汽车零部件行业集中度分析

#### 一、中国汽车零部件行业市场集中度分析

#### 二、中国汽车零部件行业企业集中度分析

### 第三节 中国汽车零部件行业存在的问题

### 第四节 中国汽车零部件行业解决问题的策略分析

## 第五节 中国汽车零部件行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

## 第六节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国汽车零部件行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

## 第七章 2017-2020年中国汽车零部件行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国汽车零部件行业消费者基本情况

### 第二节 中国汽车零部件行业消费者属性及偏好调查

### 第三节 汽车零部件行业成本分析

### 第四节 汽车零部件行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

### 第五节 中国汽车零部件行业价格现状分析

### 第六节 中国汽车零部件行业平均价格走势预测

- 一、中国汽车零部件行业价格影响因素
- 二、中国汽车零部件行业平均价格走势预测
- 三、中国汽车零部件行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国汽车零部件行业区域市场现状分析

### 第一节 中国汽车零部件行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区汽车零部件市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区汽车零部件市场规模分析
- 四、华东地区汽车零部件市场规模预测

### 第三节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述

- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区汽车零部件市场规模分析
- 四、华北地区汽车零部件市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
  - 一、华南地区概述
  - 二、华南地区经济环境分析
  - 三、华南地区汽车零部件市场规模分析
  - 四、华南地区汽车零部件市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国汽车零部件行业竞争情况

### 第一节 中国汽车零部件行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国汽车零部件行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国汽车零部件行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 汽车零部件行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国汽车零部件行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车零部件行业未来发展前景分析

一、汽车零部件行业国内投资环境分析

二、中国汽车零部件行业市场机会分析

三、中国汽车零部件行业投资增速预测

第二节 中国汽车零部件行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车零部件行业市场发展预测

一、中国汽车零部件行业市场规模预测

二、中国汽车零部件行业市场规模增速预测

三、中国汽车零部件行业产值规模预测

四、中国汽车零部件行业产值增速预测

五、中国汽车零部件行业供需情况预测

第四节 中国汽车零部件行业盈利走势预测

一、中国汽车零部件行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车零部件行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国汽车零部件行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 汽车零部件产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 汽车零部件行业投资风险分析

一、汽车零部件行业政策风险分析

二、汽车零部件行业技术风险分析

三、汽车零部件行业竞争风险分析

#### 四、汽车零部件行业其他风险分析

##### 第三节 汽车零部件行业企业经营发展分析及建议

###### 一、汽车零部件行业经营模式

###### 二、汽车零部件行业销售模式

###### 三、汽车零部件行业创新方向

##### 第四节 汽车零部件行业应对策略

###### 一、把握国家投资的契机

###### 二、竞争性战略联盟的实施

###### 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国汽车零部件行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国汽车零部件行业品牌战略分析

##### 一、汽车零部件企业品牌的重要性

##### 二、汽车零部件企业实施品牌战略的意义

##### 三、汽车零部件企业品牌的现状分析

##### 四、汽车零部件企业的品牌战略

##### 五、汽车零部件品牌战略管理的策略

#### 第二节 中国汽车零部件行业市场重点客户战略实施

##### 一、实施重点客户战略的必要性

##### 二、合理确立重点客户

##### 三、对重点客户的营销策略

##### 四、强化重点客户的管理

##### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 中国汽车零部件行业战略综合规划分析

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、业务组合战略

##### 四、区域战略规划

##### 五、产业战略规划

##### 六、营销品牌战略

##### 七、竞争战略规划

### 第十四章 2021-2026年中国汽车零部件行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国汽车零部件行业产品策略分析

##### 一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国汽车零部件行业定价策略分析

第三节 中国汽车零部件行业营销渠道策略

一、汽车零部件行业渠道选择策略

二、汽车零部件行业营销策略

第四节 中国汽车零部件行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车零部件行业重点投资区域分析

二、中国汽车零部件行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/518694518694.html>