

# 中国汽车用品市场需求规模及前景动向分析报告2021-2026年

产品名称	中国汽车用品市场需求规模及前景动向分析报告 2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国汽车用品市场需求规模及前景动向分析报告2021-2026年【报告编号】：329672【出版时间】：2021年3月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递  
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/329672.html>  
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

### 【报告目录】

第1章：中国汽车用品行业发展综述1.1 汽车用品行业的相关概述1.1.1 汽车用品的相关概念1.1.2 汽车用品的产品分类1.2 汽车用品行业政策环境分析1.2.1 行业监管体系1.2.2 行业相关标准（1）汽车用品行业相关标准（2）中国标协汽车用品标准体系建设1.2.3 行业发展政策及规划（1）中国汽车用品行业相关政策（2）中国汽车产业主要发展规划1.2.4 行业政策对汽车用品行业发展的影响1.3 汽车用品行业经济环境分析1.3.1 宏观经济现状（1）GDP增长情况分析（2）工业增加值分析（3）固定资产投资分析1.3.2 2020年宏观经济发展趋势1.3.3 经济环境对行业发展的影响分析1.4 汽车用品行业社会环境分析1.4.1 中国人口规模分析1.4.2 中国城市化水平不断提高1.4.3 中国居民消费支出水平分析1.4.4 消费结构和消费心理变化分析1.4.5 社会环境对行业发展影响分析1.5 汽车用品行业技术环境分析1.5.1 汽车用品行业专利申请及获得情况（1）专利申请数量分析（2）专利申请人分析（3）专利领域分布分析1.5.2 技术环境对行业发展的影响分析第2章：全球汽车用品行业发展状况分析2.1 全球汽车工业发展概况分析2.1.1 全球汽车工业发展历程2.1.2 全球汽车工业产销状况分析（1）全球汽车产量分析（2）全球汽车销量分析2.1.3 全球汽车保有量状况分析2.2 全球汽车用品行业主要细分市场发展概况分析2.2.1 全球汽车电子市场发展概况（1）全球汽车电子市场发展历程（2）全球汽车电子市场规模分析（3）全球汽车电子市场竞争格局分析2.2.2 全球汽车维修市场发展概况（1）全球汽车维修市场规模分析（2）全球汽车维修市场竞争格局分析2.3 全球汽车用品行业代表性国家分析2.3.1 美国汽车用品需求与结构分析（1）美国汽车用品的下游需求现

状分析(2)美国汽车用品的需求增长潜力分析2.3.2 德国汽车用品需求与结构分析(1)德国汽车用品下游需求现状(2)德国汽车用品的需求增长潜力分析2.3.3 日本汽车用品需求与结构分析(1)日本汽车用品下游需求现状(2)日本汽车用品的需求增长潜力分析2.3.4 韩国汽车用品需求与结构分析(1)韩国汽车用品下游需求现状(2)韩国汽车用品的需求增长潜力分析2.3.5 印度汽车用品需求与结构分析(1)印度汽车用品下游需求现状(2)印度汽车用品的需求增长潜力分析2.3.6 巴西汽车用品需求与结构分析(1)巴西汽车用品下游需求现状(2)巴西汽车用品的需求增长潜力分析2.4

全球汽车用品行业代表性企业分析2.4.1 日本澳德巴克斯(AUTOBACS)(1)日本澳德巴克斯介绍及发展历程(2)澳德巴克斯在华发展情况(3)澳德巴克斯公司销售网络(4)澳德巴克斯公司经营效益分析2.4.2 德国博世(BOSCH)公司(1)企业发展历程及基本信息(2)企业销售网络(3)企业整体业务架构(4)企业整体经营效益分析(5)企业在华布局及发展情况2.4.3 美国汽配公司NAPA(1)企业基本信息及发展历程(2)企业销售网络(3)企业整体经营效益分析2.4.4 韩国TAC(TAC SYSTEM)(1)韩国TAC简介及发展历程(2)韩国TAC在华发展情况2.5

全球汽车用品行业发展前景预测2.5.1 全球汽车用品行业发展趋势2.5.2

全球汽车用品市场前景预测第3章：中国汽车用品行业发展状况分析3.1 汽车用品行业发展概述3.1.1 汽车用品行业发展历程分析3.1.2 汽车用品行业发展特征分析3.2 汽车用品行业发展因素分析3.2.1 行业发展驱动因素分析3.2.2 行业发展制约因素分析3.3 中国汽车用品行业发展概况3.3.1 中国汽车用品行业市场规模分析3.3.2 中国汽车用品行业市场产品结构分析3.3.3 中国汽车用品行业企业竞争状况分析(1)汽车用品企业受欢迎度分析(2)汽车用品企业区域分布格局分析(3)汽车用品细分产品竞争格局分析3.3.4 中国汽车用品竞争力缺陷分析3.3.5

中国汽车用品行业价格走势分析第4章：中国汽车用品行业投资兼并及竞争分析4.1 汽车用品行业投资、兼并与重组分析4.1.1 汽车用品行业投资现状分析4.1.2 汽车用品行业兼并与重组(1)兼并与重组现状(2)兼并与重组动因(3)兼并与重组趋势4.2 汽车用品行业五力模型分析4.2.1 行业现有竞争者分析4.2.2 行业供应商议价能力分析4.2.3 行业购买者议价能力分析4.2.4 行业潜在进入者威胁4.2.5 行业替代品威胁分析4.2.6

行业竞争情况总结第5章：中国汽车用品行业营销模式分析5.1 汽车用品营销渠道分析5.1.1 汽车用品主要营销渠道分析(1)汽配城及汽车用品店(2)网购汽车用品(3)汽车4S店5.1.2 “深度营销”理论导入解析(1)深度营销简介(2)汽车用品深度营销的必要性(3)深度营销在汽车用品行业中的应用5.1.3 汽车用品营销渠道存在问题分析5.2 汽配城汽车用品营销模式分析5.2.1 汽配城概念及发展历程5.2.2 汽配城汽车用品经营现状5.3 4S店汽车用品营销模式分析5.3.1 汽车4S店概念及发展历程(1)汽车4S店概念(2)汽车4S店发展历程5.3.2 汽车4S店营销分析5.3.3 汽车4S店的售后服务现状5.3.4 4S店汽车用品经营存在的问题(1)产业中结构升级压力不断增大(2)各项成本上升挤压4S店盈利空间5.4 汽车用品电子商务营销分析5.4.1 电子商务市场发展分析(1)电子商务市场发展规模(2)电商网民规模与网购普及率(3)电子商务市场竞争分析(4)移动电子商务市场发展规模(5)电子商务行业竞争格局分析(6)中国电子商务行业发展趋势(7)中国电子商务行业前景预测5.4.2 汽车电子商务市场发展分析(1)汽车电子商务商业模式分析(2)汽车电子商务应用实例分析(3)汽车电子商务的发展前景预测5.4.3 汽车用品电子商务市场发展特征分析(1)汽车用品网购偏好(2)汽车用品主要网购产品(3)汽车用品电子商务平台模式第6章：中国汽车用品细分产品市场分析6.1 汽车用品细分产品发展概述6.2 汽车电子用品6.2.1 汽车电子用品的定义及分类6.2.2 汽车电子占汽车价值比重6.2.3 中国汽车电子行业发展(1)行业整体发展状况分析(2)中国汽车电子市场规模分析6.2.4 中国汽车电子细分产品市场(1)车载导航系统市场分析(2)车载娱乐系统市场分析(3)车载信息系统市场分析6.2.5 中国汽车电子行业竞争格局6.2.6 中国汽车电子行业发展趋势6.2.7 中国汽车电子行业发展前景分析6.3 汽车装饰用品6.3.1 汽车装饰用品定义及分类(1)汽车车外装饰的主要内容(2)汽车车内装饰的主要内容6.3.2 汽车装饰用品发展现状分析6.3.3 汽车装饰用品的竞争格局分析(1)汽车装饰品牌竞争分析(2)汽车装饰同质化竞争分析(3)汽车装饰价格竞争分析6.3.4 汽车装饰用品行业发展趋势6.3.5 汽车装饰用品行业市场前景分析6.4 汽车美容用品6.4.1 汽车美容用品定义及分类6.4.2 汽车美容发展概况及特征分析6.4.3 汽车美容市场需求分析(1)需求规模分析6.4.4 汽车美容用品的竞争格局分析6.4.5 汽车美容用品行业存在的问题分析6.4.6 汽车美容用品行业发展趋势分析6.5 汽车养护用品6.5.1 汽车养护用品定义及分类6.5.2 汽车养护用品发展现状分析(1)行业总体发展情况(2)汽车养护用品消费结构分析(3)汽车养护需求特征分析6.5.3

汽车养护用品行业运营模式分析6.5.4 汽车养护用品的竞争格局分析6.5.5  
汽车养护用品行业市场投融资分析6.5.6 汽车养护用品行业市场面临的挑战6.5.7  
汽车养护用品行业市场发展趋势分析6.6 汽车改装用品6.6.1 汽车改装市场发展历程6.6.2  
汽车改装市场的发展现状分析(1) 汽车改装市场发展现状分析(2) 中国汽车改装市场规模分析6.6.3  
汽车改装用品的竞争格局分析6.6.4 汽车改装用品的消费者特征分析6.6.5 汽车改装用品行业发展趋势6.6.6  
汽车改装用品行业市场前景分析6.7 汽车维修工具6.7.1 汽车维修工具定义及分类6.7.2  
汽车维修工具的发展现状分析(1) 发展现状分析(2) 市场规模分析6.7.3  
汽车维修工具的竞争格局分析(1) 汽车维修企业分类(2) 汽车维修行业区域竞争格局6.7.4  
汽车维修行业发展趋势第7章：中国汽车用品下游需求市场潜力分析7.1  
汽车制造业发展对汽车用品的需求增长潜力分析7.1.1  
汽车制造业发展现状(1) 中国汽车产销整体情况(2) 中国分车型汽车产销情况7.1.2  
汽车制造业发展前景分析7.1.3 汽车制造业对汽车用品的需求分析7.2  
汽车后市场发展对汽车用品的需求增长潜力分析7.2.1  
汽车后市场及其细分市场的发展现状(1) 汽车后市场发展历程(2) 汽车后市场发展现状分析7.2.2  
汽车后市场的发展前景分析7.2.3 汽车后市场对汽车用品的需求分析7.2.4  
汽车后市场对汽车用品的需求增长潜力分析第8章：中国汽车用品行业重点企业经营分析8.1  
广州市标榜汽车用品实业有限公司经营情况分析8.1.1 企业发展简况分析8.1.2 企业经营情况分析8.1.3  
企业产品结构分析8.1.4 企业组织架构分析8.1.5 企业经营状况优劣势分析8.2  
广州车邦汽车用品制造有限公司经营情况分析8.2.1 企业发展简况分析8.2.2 企业经营情况分析8.2.3  
企业产品结构分析8.2.4 企业经营状况优劣势分析8.3 温岭市奥宝汽车用品有限公司经营情况分析8.3.1  
企业发展简况分析8.3.2 企业经营情况分析8.3.3 企业产品结构分析8.3.4 企业销售渠道与网络8.3.5  
企业经营状况优劣势分析8.4 深圳车仆汽车用品发展有限公司经营情况分析8.4.1 企业发展简况分析8.4.2  
企业经营情况分析8.4.3 企业产品结构分析8.4.4 企业销售渠道与网络8.4.5 企业经营状况优劣势分析8.5  
延锋伟世通汽车电子有限公司8.5.1 企业发展简况分析8.5.2 企业经营情况分析8.5.3 企业研发能力分析8.5.4  
企业产品结构分析8.5.5 企业经营优劣势分析8.5.6 企业zui新发展动向分析8.6  
深圳市航盛电子股份有限公司8.6.1 企业发展简况分析8.6.2  
企业经营情况分析(1) 国内市场经营状况(2) 国际市场经营状况8.6.3 企业产品结构分析8.6.4  
企业研发实力8.6.5 企业发展zui新动向8.6.6 企业经营状况优劣势分析8.7 天派电子(深圳)有限公司8.7.1  
企业发展概况8.7.2 企业发展历程8.7.3 企业业务结构及销售网络8.7.4 企业汽车电子业务布局(1) 汽车电  
子产品类型及特色(2) 汽车电子技术水平及资质能力(3) 汽车电子的主要客户类型8.7.5  
企业发展汽车电子业务的优劣势分析8.8 厦门金龙汽车座椅有限公司8.8.1 企业发展简况分析8.8.2  
企业主营产品分析8.8.3 企业生产设备分析8.8.4 业营销网络分析8.8.5 企业成功案例分析8.9  
企业经营优劣势分析8.10 上海海晏威固国际贸易有限公司经营情况分析8.10.1 企业发展简况分析8.10.2  
企业产品结构分析8.10.3 企业销售渠道与网络8.10.4 企业经营状况优劣势分析8.11  
伊士曼(中国)投资管理有限公司经营情况分析8.11.1 企业发展简况分析8.11.2 企业经营情况分析8.11.3  
企业业务结构分析8.11.4 企业销售渠道与网络8.11.5 企业经营状况优劣势分析8.12  
开封牧宝皮业有限公司经营情况分析8.12.1 企业发展简况分析8.12.2 企业经营情况分析8.12.3  
企业产品结构分析8.12.4 企业销售渠道与网络8.12.5 企业经营状况优劣势分析8.13  
深圳市赛格导航科技股份有限公司经营分析8.13.1 企业发展简况分析8.13.2 企业产品结构分析8.13.3  
企业销售网络分布8.13.4 企业经营情况分析(1) 企业经营情况分析(2) 企业盈利能力分析(3) 企业运  
营能力分析(4) 企业偿债能力分析(5) 企业发展能力分析8.13.5 企业研发能力分析8.13.6  
企业经营状况优劣势分析8.14 广东好帮手电子科技股份有限公司经营情况分析8.14.1  
企业发展简况分析8.14.2 企业发展历程分析8.14.3 企业经营状况分析8.14.4 企业产品结构分析8.14.5  
企业销售渠道与网络8.14.6 企业经营状况优劣势分析8.14.7 企业发展zui新动向8.15  
长春一汽富维汽车零部件股份有限公司经营情况分析8.15.1 企业发展简况分析8.15.2  
企业主营业务及产品结构8.15.3 企业销售网络分布8.15.4 企业经营状况分析(1) 公司经济指标分析(2)  
企业盈利能力分析(3) 企业运营能力分析(4) 企业偿债能力分析(5) 企业发展能力分析8.15.5  
企业经营优劣势分析8.16 北京合众思壮科技股份有限公司经营分析8.16.1 企业发展简况分析8.16.2  
企业产品与服务分析8.16.3 企业销售渠道与网络8.16.4 公司经营状况分析(1) 主要经济指标分析(2) 企  
业盈利能力分析(3) 企业运营能力分析(4) 企业偿债能力分析8.16.5 企业研发能力分析8.16.6  
企业经营状况优劣势分析第9章：中国汽车用品行业重点区域市场潜力分析9.1

汽车用品行业区域市场需求概况9.2 重点省市汽车用品市场需求增长潜力测算9.2.1 北京市汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析9.2.2 上海市汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析9.2.3 广东省汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析9.2.4 浙江省汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析9.2.5 江苏省汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析9.2.6 山东省汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力测算9.2.7 四川省汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析9.2.8 河北省汽车用品市场需求增长潜力分析(1)汽车制造业及汽车后市场发展现状分析(2)汽车制造业及汽车后市场增长潜力分析

第10章：中国汽车用品行业发展前景预测与投资建议10.1 汽车用品行业发展前景预测10.1.1 行业发展驱动因素(1)积极产业政策的推动(2)汽车行业持续快速发展(3)消费者消费理念的转变10.1.2 行业发展趋势预测10.2 汽车用品行业投资特性分析10.2.1 行业投资主体分析(1)行业投资主体构成(2)各主体投资切入方式10.2.2 行业进入壁垒分析(1)品牌壁垒(2)渠道壁垒(3)资本壁垒(4)技术壁垒10.2.3 行业投资风险预警(1)汽车用品行业国家政策风险(2)汽车用品行业市场风险(3)汽车用品行业供需与结构风险10.3 汽车用品行业投资价值与投资机会10.4 汽车用品行业投资策略与建议10.4.1 行业投资策略分析(1)轻资产模式(2)拥抱汽车用品新零售(3)品牌化战略(4)专业化10.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：汽车用品分类图

图表2：汽车用品行业细分产品结构图

图表3：汽车用品行业监管体系图

图表4：汽车装饰行业标准汇总图

图表5：汽车安全行业标准汇总图

图表6：汽车美容行业标准汇总图

图表7：汽车养护行业现行标准汇总图

图表8：汽车电子主要EMC国际标准汇总图

图表9：汽车维修行业标准汇总图

图表10：2014-2020年中国汽车用品产业主要相关政策图

图表11：2012-2020年中国汽车产业主要发展规划图

图表12：2020-2020年9月中国主要省市汽车产业发展规划及政策图

图表13：2008-2020年H1中国GDP增长走势图(单位：亿元，%)

图表14：2013-2020年7月中国工业增加值及增长率走势图(单位：亿元，%)

图表15：2013-2020年上半年全国固定资产投资(不含农户)变化情况(单位：万亿元，%)

图表16：2009-2020年中国人口数量增长趋势图(单位：亿人)

图表17：2009-2020年中国城镇化率(单位：%)

图表18：2013-2020年H1中国居民人均消费支出额(单位：元)

图表19：2010-2020年9月中国汽车用品技术专利申请量变化趋势图(单位：项)

图表20：截止到2020年9月8日中国汽车用品技术专利申请人Top10(单位：项)

图表21：截止到2020年9月8日中国汽车用品行业技术相关专利分布领域Top10(单位：项)

图表22：全球汽车工业发展历程图

图表23：2010-2020年全球汽车产量及增速(单位：万辆，%)

图表24：2020年全球汽车产量排名前十国家(单位：万辆，%)

图表25：2010-2020年全球汽车销量及增速(单位：万辆，%)

图表26：2013-2020年全球主要地区汽车销量分析(单位：万辆)

图表27：2010-2020年全球汽车保有量及增速(单位：亿辆，%)

图表28：全球汽车电子市场发展发展历程图

图表29：2017-2020年全球汽车电子市场规模(单位：亿美元)

图表30：全球汽车电子细分市场分类构成图

图表31：全球主要汽车电子企业分析图

图表32：2014-2020年全球汽车维修服务规模情况(单位：亿美元)

图表33：2014-2025E全球不同类型汽车维修服务规模及预测(单位：亿美元)

图表34：2020年全球不同类型汽车维修服务市场份额(单位：%)

图表35：2000-2020年美国汽车保有量(单位：亿辆)

图表36：2020年美国汽车后市场主要业态结构分析(单位：%)

图表37：2010-2020年美国汽车产量情况(单位：万辆，%)

图表38：2012-2020年美国汽车销量(单位：万辆，%)

图表39：2015-2020德国汽车千人保有量(单位：辆)

图表40：2010-2020年德国汽车产量及增长情况(单位：万辆，%)

图表41：2012-2020年德国汽车销量及增长情况(单位：万辆，%)

图表42：2010-2020年日本汽车产量及增长情况(单位：万辆，%)

图表43：2012-2020年日本汽车销量及增长情况(单位：万辆，%)

图表44：2011-2020年韩国汽车保有量(单位：万辆)

图表45：2010-2020年韩国汽车产量及增长情况(单位：万辆，%)

图表46：2012-2020年韩国汽车销量及增长情况(单位：万辆，%)

图表47：2010-2020年印度汽车产量及增长情况(单位：万辆，%)

图表48：2012-2020年印度汽车销量(单位：万辆，%)

图表49：2015-2020年巴西汽车千人保有量(单位：辆)

图表50：2010-2020年巴西汽车产量及增长情况(单位：万辆，%)

图表51：2012-2020年巴西汽车销量(单位：万辆，%)

图表52：日本澳德巴克斯公司发展历程图

图表53：日本澳德巴克斯公司在华发展情况图

图表54：截至2020年日本澳德巴克斯公司汽修连锁销售网络布局图

图表55：2017-2020财年澳德巴克斯公司经营效益分析(单位：百万日元)

图表56：德国博世(BOSCH)集团在中国的主要分公司公司分布图

图表57：美国汽车维修

连锁店NAPA发展历程图表58：2016-2020年Genuine Parts Co财务经营状况分析（单位：百万美元）图表59：全球汽车用品业发展趋势图表60：我国汽车用品行业发展历程图表61：汽车用品业发展特点图表62：汽车用品行业发展驱动因素图表63：汽车用品行业发展制约因素图表64：2018-2020年中国汽车用品行业市场规模（单位：亿元）图表65：中国汽车用品行业市场产品结构图表66：2020-2020年中国汽车用品十大品牌图表67：截止2020年9月10日中国汽车用品企业主要分布省市（单位：家）图表68：汽车用品行业细分产品主要企业（品牌）图表69：国内汽车用品竞争力劣势分析图表70：2020-2020年8月中国汽车用品价格指数图表71：2014-2020年8月中国汽车后市场融资次数汇总（单位：件）图表72：2020年中国汽车后市场各融资轮次事件数（单位：件）图表73：2017-2020年中国汽车用品行业兼并重组典型案例分布图表74：中国汽车用品行业兼并重组动因分析图表75：中国汽车用品行业兼并重组发展趋势图表76：中国汽车用品行业现有竞争者分析图表77：汽车用品业对上游议价能力分析图表78：汽车用品行业对下游购买者议价能力分析图表79：中国汽车用品行业潜在进入者威胁分析图表80：中国汽车用品行业替代品威胁分析图表81：中国汽车用品行业竞争情况总结图表82：汽车用品行业主要销售渠道图表83：汽车4S店汽车用品进货渠道结构图图表84：汽车用品深度营销的必要性图表85：深度营销在汽车用品行业中的应用图表86：汽车用品营销渠道存在问题分析图表87：中国汽配城发展历程图表88：2012-2020年12月中国汽配城企业数量（单位：家）图表89：中国汽配城主要企业及品牌图表90：汽车4S店概念简要解析图表91：2011-2020年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）图表92：2012-2020年12月中国网民规模与普及率（单位：万人，%）图表93：2012-2020年12月中国网络购物用户规模（单位：万人，%）图表94：2020年中国电子商务区域分布情况（单位：万亿元，%）图表95：2020年中国电子商务行业分布情况（单位：%）图表96：2014-2020年中国手机出货量（单位：亿台，%）图表97：2013-2020年中国移动电子商务实物交易用户规模及预测（单位：亿人，%）图表98：B2B行业宏观层面分析图表99：2012-2020年中国电子商务B2B市场交易规模走势图（单位：万亿元，%）图表100：2012-2020中国电子商务B2B企业营收规模走势图（单位：亿元，%）图表101：中国B2B电商行业百强榜图表102：2020年Q4中国网络零售B2C市场交易份额（单位：%）图表103：2010-2020年中国网上零售额规模（单位：亿元，%）图表104：2010-2020年中国网上零售额占社会消费品零售总额比例（单位：%）图表105：2020年中国电子商务上市公司领域分布情况（单位：家）图表106：中国B2B电商发展趋势分析图表107：中国网络零售未来发展趋势图表108：中国生活服务电商发展趋势图表109：2021-2026年中国电子商务行业市场规模预测（单位：亿元）图表110：B2C电商模式的优劣势分析图表111：O2O电商模式的优劣势分析图表112：O2O经营模式图表113：汽车电子商务应用实例分析图表114：汽车用品电子商务平台模式分析图表115：中国汽车电子的应用分类图表116：1950-2030年汽车电子成本占比（单位：%）图表117：2011-2020年中国汽车电子市场规模分析（单位：亿元，%）图表118：车载导航市场发展现状图表119：2016-2020年中国前装车载导航设备出货量变化趋势图（单位：万台，%）图表120：车载导航市场需求分析