

中国汽车用品市场竞争格局及前景规模调查报告2023-2028年

产品名称	中国汽车用品市场竞争格局及前景规模调查报告 2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
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

中国汽车用品市场竞争格局及前景规模调查报告2023-2028年【报告编号】：392276【出版时间】：2023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
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

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 宏观经济现状及展望（1）全球宏观经济环境分析（2）国内宏观经济环境分析（3）宏观经济发展展望1.3.2 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 中国城镇化水平不断提高1.4.3 中国居民消费支出水平分析（1）居民收入水平（2）居民消费支出水平（3）居民消费结构1.4.4 消费结构和消费心理变化分析（1）消费结构的变化（2）消费心理的变化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）全球主要地区汽车维修服务规模及预测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) 汽车养护市场规模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(1)
(1)国家将出台规范汽车改装的法律法规,行业发展仍将受到较大约束(2)行业自律是汽车改装行业向前发展的必然(3)个性需求仍将是推动汽车改装市场发展的主力(4)汽车改装展正逐渐步入消费者时代
(5)汽车改装品牌直营的力度将会加大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(1)行业整合将继续,微利时代的来临(2)市场争夺更加激烈(3)品牌战将代
替价格战、品质战(4)将有更多的汽车后市场企业以“复制”的方式收购中小企业(5)政府将继续加
大对汽车后市场产业的扶持(6)展会营销仍是主流推广模式,网络营销和传统渠道销售模式将长期并存
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
企业汽车用品产品结构分析8.1.4企业销售网络分析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
企业汽车用品产品结构分析8.2.4企业销售网络分析8.2.5企业经营状况优劣势分析8.3
广东德联集团股份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
企业主营业务分析8.3.4企业销售网络分析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经营情况分析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8.6
深圳市航盛电子股份有限公司经营情况分析8.6.1企业发展简况分析8.6.2
企业经营情况分析(1)****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企业经营状况优劣势分析8.7天派电子(深圳)有限公司经营情况分析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
企业经营状况优劣势分析8.8厦门金龙汽车座椅有限公司经营情况分析8.8.1企业发展简况分析8.8.2
企业汽车用品布局分析8.8.3企业生产设备分析8.8.4企业营销网络分析8.8.5企业经营优劣势分析8.9
上海海晏威固国际贸易有限公司经营情况分析8.9.1企业发展简况分析8.9.2企业产品结构分析8.9.3
企业销售渠道与网络8.9.4企业经营状况优劣势分析8.10
伊士曼(中国)投资管理有限公司经营情况分析8.10.1企业发展简况分析8.10.2企业经营情况分析8.10.3
企业业务结构分析8.10.4企业销售渠道与网络8.10.5企业经营状况优劣势分析8.11
深圳市赛格导航科技股份有限公司经营分析8.11.1企业发展简况分析8.11.2企业产品结构分析8.11.3
企业销售网络分布8.11.4企业经营情况分析8.11.5企业研发能力分析8.11.6企业经营状况优劣势分析8.12
广东好帮手电子科技股份有限公司经营情况分析8.12.1企业发展简况分析8.12.2企业发展历程分析8.12.3
企业经营状况分析8.12.4企业产品结构分析8.12.5企业销售渠道与网络8.12.6企业经营状况优劣势分析8.13
长春一汽富维汽车零部件股份有限公司经营情况分析8.13.1企业发展简况分析8.13.2
企业主营业务及产品结构8.13.3企业销售网络分布8.13.4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8.13.5
企业经营优劣势分析8.14北京合众思壮科技股份有限公司经营分析8.14.1企业发展简况分析8.14.2
企业主营业务分析8.14.3企业销售渠道与网络8.14.4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8.14.5企业研发能力分析8.14.6
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分析

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 行业发展趋势与前景预测(1)汽车用品行业发展趋势分析(2)汽车用品行业发展前景预测

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表

图表5：汽车安全行业标准汇总表

图表6：汽车美容行业标准汇总表

图表7：汽车养护行业现行标准汇总表

图表8：汽车电子主要EMC****汇总表

图表9：汽车维修行业标准汇总表

图表10：2015-2022年中国汽车用品产业主要相关政策图

图表11：2012-2022年中国汽车产业主要发展规划图

图表12：行业政策对汽车用品行业发展的影响分析图

图表13：2013-2022年美国国内生产总值及增速(单位：万亿美元，%)

图表14：2013-2022年欧盟27国GDP及增速(单位：万亿欧元，%)

图表15：2013-2022年日本GDP及增速(单位：万亿日元，%)

图表16：2011-2022年中国GDP增长走势图(单位：万亿元，%)

图表17：2016-2022年中国社会消费品零售额(单位：万亿元)

图表18：2023-2028年全球部分国家/地区经济预测(单位：%)

图表19：2022年中国GDP实际增长率预测(单位：%)

图表20：2011-2022年中国人口数量增长趋势图(单位：亿人)

图表21：2022年末中国大陆人口数及其构成(单位：万人，%)

图表22：2013-2022年中国居民人均可支配收入情况(单位：元，%)

图表23：2013-2022年中国居民人均消费支出额(单位：万元)

图表24：2022年居民人均消费支出及构成(单位：%)

图表25：中国消费升级演进趋势图

图表26：社会环境对行业发展影响分析图

图表27：2010-2022年中国汽车用品技术专利申请量变化趋势图(单位：项)

图表28：2022年中国汽车用品技术专利申请人Top10(单位：项)

图表29：2022年中国汽车用品行业技术相关专利分布领域Top10(单位：项)

图表30：全球汽车工业发展历程图

图表31：2013-2022年全球汽车产量统计情况(单位：万辆，%)

图表32：2022年全球汽车产量排名(按洲统计)(单位：万辆)

图表33：2013-2022年全球汽车销量统计情况(单位：万辆，%)

图表34：2022年全球主要地区汽车销量分析(单位：万辆)

图表35：2017-2022年全球汽车保有量走势图(单位：亿辆)

图表36：全球汽车电子市场发展历程图

图表37：2017-2022年全球汽车电子市场规模及预测(单位：亿元)

图表38：全球汽车电子细分市场分类构成图

图表39：全球主要汽车电子企业分析图

图表40：2023-2028年E全球不同类型汽车养护与维修规模及预测(单位：亿美元)

图表41：2023-2028年E全球不同类型汽车维修服务规模及预测(单位：亿美元)

图表42：2023-2028年E全球不同类型汽车维修服务规模及预测(单位：亿美元)

图表43：2016-2022年美国汽车保有量(单位：万辆，%)

图表44：2016-2022年美国汽车产量变化情况(单位：万辆，%)

图表45：2016-2022年美国汽车销量(单位：万辆，%)

图表46：2016-2022年德国汽车保有量(单位：万辆，%)

图表47：2016-2022年德国汽车产量变化情况(单位：万辆，%)

图表48：2016-2022年德国汽车销量变化趋势图(单位：万辆，%)

图表49：2016-2022年日本汽车保有量(单位：万辆，%)

图表50：2016-2022年日本汽车产量变化趋势图(单位：万辆，%)

图表51：2016-2022年日本汽车销量(单位：万辆，%)

图表52：2016-2022年日本汽车保有量(单位：万辆，%)

图表53：2016-2022年韩国汽车产量变化情况(单位：万辆，%)

图表54：2016-2022年韩国汽车销量变化趋势图(单位：万辆，%)

图表55：2016-2022年印度汽车保有量(单位：万辆，%)

图表56：2016-2022年印度汽车产量变化情况(单位：万辆，%)

图表57：2016-2022年印度汽车销量变化趋势图(单位：万辆，%)

图表58：2016-2022年巴西汽车保有量(单位：万辆，%)

图表59：2016-2022年巴西汽车产量变化情况(单位：万辆，%)

图表60：2016-2022年巴西汽

车销量情况（单位：万辆，%）图表61：日本澳德巴克斯公司发展历程图表62：日本澳德巴克斯公司在华发展情况图表63：日本澳德巴克斯公司批发业务销售网络布局图表64：2017-2022财年澳德巴克斯公司经营效益分析（单位：百万日元）图表65：1900-2022年德国博世（BOSCH）公司发展历程图表66：2022年德国博世（BOSCH）公司销售网络布局图表67：2022年德国博世（BOSCH）公司整体业务架构图表68：2017-2022年博世（BOSCH）公司经营情况（单位：亿欧元）图表69：德国博世（BOSCH）集团在中国业务布局图表70：美国汽车维修连锁店NAPA发展历程图表71：美国汽车维修连锁店NAPA销售网络布局图表72：2017-2022年Genuine Parts汽车配件业务规模及占比（单位：亿美元，%）图表73：全球汽车用品业发展趋势图表74：我国汽车用品行业发展历程图表75：汽车用品业发展特点图表76：汽车用品行业发展驱动因素图表77：汽车用品行业发展制约因素图表78：2016-2022年中国汽车用品市场规模变动趋势图（单位：百亿元）图表79：中国汽车用品行业市场产品结构图表80：2022年中国汽车用品**品牌图表81：2022年中国汽车用品企业主要分布省市（单位：万家）图表82：2022年中国大型汽车用品企业主要分布省市（单位：万家）图表83：汽车用品行业细分产品主要企业（品牌）图表84：国内汽车用品竞争力劣势分析图表85：2019-2022年中国汽车用品价格指数走势图图表86：2009-2022年中国汽车后市场行业投融资情况（单位：亿元，个）图表87：2017-2022年中国汽车用品行业兼并重组典型案例分布图表88：中国汽车用品行业兼并重组动因分析图表89：中国汽车用品行业兼并重组发展趋势图表90：中国汽车用品行业现有竞争者分析图表91：汽车用品业对上游议价能力分析图表92：汽车用品行业对下游购买者议价能力分析图表93：中国汽车用品行业潜在进入者威胁分析图表94：中国汽车用品行业替代品威胁分析图表95：中国汽车用品行业竞争情况总结图表96：汽车用品行业主要销售渠道图表97：汽车4S店汽车用品进货渠道结构图图表98：汽车用品深度营销的必要性图表99：深度营销在汽车用品行业中的应用图表100：汽车用品营销渠道存在问题分析图表101：中国汽配城发展历程图表102：2015-2022年中国汽配城企业成立数量（单位：家）图表103：中国汽配城主要企业及品牌图表104：汽车4S店概念简要解析图表105：2012-2022年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）图表106：2013-2022年中国网民规模及互联网普及率（单位：亿人，%）图表107：2013-2022年中国网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）图表108：2022年中国网络零售市场零售额占比（单位：%）图表109：2022年中国电子商务行业分布情况（单位：%）图表110：2013-2022年中国智能手机出货量（单位：亿部，%）图表111：2013-2022年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）图表112：B2B行业宏观层面分析图表113：2017-2022年中国电子商务B2B市场交易规模走势图（单位：万亿元，%）图表114：中国B2B电子商务市场格局图表115：2022年中国网络零售B2C市场交易份额（单位：%）图表116：2018-2022年中国网络零售B2C市场交易规模（单位：万亿，%）图表117：2017-2022年中国跨境电子商务进出口总额及增速（单位：亿元，%）图表118：2022年中国跨境电商竞争格局图表119：中国B2B电商发展趋势分析图表120：中国网络零售未来发展趋势