

2026-2031年中国汽车延保行业竞争格局分析与投资风险预测报告

报告简介

车是一种支出较大的耐用消费品，消费者的期望使用年限较长。国家最新的汽车“三包”规定加大了对消费者权益的保护力度，但消费者面临的汽车故障风险依然很大。如何管理“三包”期之后的汽车故障风险，成为一个重要问题，而汽车延长保修(以下简称“汽车延保”)可以分散和转移这种风险。

汽车延保公司要做大做强，需要谋求与保险公司的紧密合作，达到一定规模后，走纵向一体化的发展道路是汽车延保公司取得更大发展的一条重要路径。对中国汽车延保市场发展的几点建议不同的汽车延保商业模式各有优劣，汽车延保市场的发展更重要的还是要依靠汽车厂商、汽车经销商、保险公司和汽车延保公司共同参与，扬长避短，为消费者提供更多更好的汽车延保服务，实现“多赢”。汽车延保赔付责任风险的转移主要依靠保险业，这为中国保险业提供了新的业务增长点，也带来了新的挑战。随着汽车延保市场规模的扩大，竞争会逐步加剧，需要通过建立和完善行业规范和适度的监管防止无序竞争和损害消费者权益现象的发生，促进汽车延保市场的健康发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国汽车延保市场进行了分析研究。报告在总结中国汽车延保行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国汽车延保行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为汽车延保企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 汽车延保行业发展概述 1

第一节 延保行业背景及国际趋势 1

一、延保业务概述 1

二、行业背景及趋势 1

1、客户忠诚度 1

2、经销商的盈利能力 2

3、原厂配件销售 2

第二节 商业模式 2

一、产品设计 2

二、业务流程 2

三、商业模式分析 3

1、消费者层面 3

2、经销商层面 3

3、整车厂层面 4

第三节 中国延保市场的主要风险和挑战 4

一、缺少国内相关数据和缺乏经验 4

二、国内消费理念的不成熟 4

三、保修期长短 4

第四节 中国延保业务未来的发展方向 5

第二章 汽车延保行业市场环境及影响分析（PEST）6

第一节 行业政策环境分析(P) 6

一、行业监管体制分析 6

二、行业主要政策动向 6

三、政策环境对行业的影响 7

第二节 行业经济环境分析(E) 9

第三节 行业社会环境分析(S) 12

第四节 行业技术环境分析(T) 15

一、汽车延保现状分析 15

二、汽车延保应用技术发展分析 17

第二部分 行业深度分析

第三章 全球汽车延保行业发展分析 19

第一节 全球汽车延保市场总体情况分析 19

一、全球汽车延保行业的发展特点 19

二、全球汽车延保市场结构 20

三、2021-2026年全球汽车延保行业发展分析 20

四、发达国家汽车延保市场发展分布 23

第二节 全球汽车延保行业市场供需分析 26

一、2021-2026年全球汽车延保行业供给分析 26

二、2021-2026年全球汽车延保行业需求分析 27

第三节 全球汽车延保行业竞争状况分析 28

一、全球汽车延保行业竞争现状 28

二、全球汽车延保行业发展问题 29

第四节 全球汽车延保发展趋势分析 30

第五节 2021-2026年国际重点汽车延保企业运营分析 32

第四章 我国汽车延保行业发展分析 34

第一节 我国汽车延保行业发展状况分析 34

一、我国汽车延保行业发展阶段 34

二、我国汽车延保行业发展总体概况 35

三、我国汽车延保行业发展特点分析 36

四、我国汽车延保行业商业模式分析 37

1、保险人主导 37

2、整车厂/经销商主导 37

3、第三方延保管理机构主导 38

第二节 我国汽车延保行业市场供需状况 39

一、汽车延保服务成促销新卖点 39

二、融资租赁和延保将成金融主角 40

三、我国汽车行业进入移动互联网消费时代 41

第三节 我国汽车延保市场价格走势分析 44

一、汽车延保市场定价机制组成 44

二、汽车延保市场发展影响因素 44

三、汽车延保产品价格走势分析 46

第五章 汽车延保消费行为调查 47

第一节 2021-2026年中国汽车延保行业消费规模分析 47

一、汽车延保产品结构分析 47

二、业务流程状况分析 48

三、行业服务模式分析 49

四、汽车延保市场规模分析 50

第二节 汽车延保服务购买的意愿 50

第三节 汽车延保服务购买的用户群体 52

第四节 用户购买汽车延保服务的最核心利益点 54

第三部分 竞争格局分析

第六章 汽车延保行业竞争格局分析 56

第一节 行业竞争结构分析 56

一、现有企业间竞争 56

二、潜在进入者分析 56

三、替代品威胁分析 57

四、供应商议价能力 58

五、客户议价能力 58

第二节 行业集中度分析 58

一、市场集中度分析 58

二、企业集中度分析 59

三、区域集中度分析 60

第三节 汽车延保行业主要企业竞争力分析 61

第七章 汽车延保行业上下游产业分析 64

第一节 汽车延保产业结构分析 64

第二节 上游产业分析 64

一、发展现状 64

二、发展趋势预测 65

三、市场现状分析 67

四、行业竞争状况及其对汽车延保行业的意义 68

第三节 下游产业分析 68

一、发展现状 68

二、发展趋势预测 69

三、市场现状分析 70

四、汽车延保：汽车服务与保险服务协同作战 72

第四节 汽车延保关联产业发展 75

一、我国汽车后市场发展总体概况 75

二、我国汽车后市场发展特点分析 76

三、汽车后市场发展现状 76

四、我国汽车后市场营销分析 79

第五节 汽车后市场电子商务模式分析 88

一、各行业传统经营模式及电子商务应用状况 88

二、汽车后市场现行电子商务平台模式分析 93

1、B2C平台模式 93

2、点评网模式 93

3、携程网模式 94

三、汽车后市场新电子商务平台模式构建分析 95

1、汽车后市场电子商务平台模式的创新策略 95

2、新电子商务平台架构设计 96

3、汽车后市场新电子商务平台的资源整合步骤 96

4、汽车后市场新电子商务平台的盈利模式 98

5、汽车后市场新电子商务平台的实施主体 99

6、影响汽车后市场电子商务平台模式的因素 100

第八章 中国汽车延保行业主要企业调研分析 101

第一节 宝固汽车技术服务(北京)有限公司 101

一、基本情况 101

二、运营能力分析 101

三、发展能力分析 101

四、产品结构及新产品动向 101

五、经营发展策略 106

第二节 北京华奥汽车服务有限公司 106

一、基本情况 106

二、运营能力分析 106

三、发展能力分析 107

四、产品结构及新产品动向 107

五、经营发展策略 108

第三节 上海鑫富邦汽车延保服务咨询有限公司 108

一、基本情况 108

二、运营能力分析 109

三、发展能力分析 109

四、产品结构及新产品动向 109

五、经营发展策略 109

第四节 上海利真汽车服务咨询有限公司 110

一、基本情况 110

二、运营能力分析 110

三、发展能力分析 110

四、产品结构及新产品动向 111

五、经营发展策略 112

第五节 北京汇众保延汽车技术服务有限公司 112

一、基本情况 112

二、运营能力分析 112

三、发展能力分析 112

四、产品结构及新产品动向 113

五、经营发展策略 113

第四部分 发展前景展望

第九章 汽车延保行业发展前景预测 114

第一节 2026-2031年我国汽车延保行业需求与消费预测 114

一、2026-2031年汽车延保行业产品消费预测 114

二、2026-2031年汽车延保行业市场规模预测 115

第二节 2026-2031年我国汽车延保行业供需预测 115

一、2026-2031年汽车延保行业供给预测 115

三、2026-2031年汽车延保市场销量预测 117

第十章 我国汽车延保行业营销趋势及策略分析 119

第一节 汽车延保行业销售渠道分析 119

一、营销分析与营销模式推荐 119

二、汽车延保营销环境分析与评价 122

三、销售渠道存在的主要问题 125

四、营销渠道发展趋势与策略 126

第二节 汽车延保行业营销策略分析 128

一、中国汽车延保营销概况 128

二、汽车延保营销策略探讨 129

1、中国汽车延保产品营销策略浅析 129

2、汽车延保新产品的市场推广策略 129

第三节 汽车延保营销的发展趋势 129

一、未来汽车延保市场营销的出路 129

二、中国汽车延保营销的趋势预测 130

第十一章 2026-2031年中国汽车延保的投资风险与投资建议 131

第一节 2026-2031年中国汽车延保制造行业的投资风险及防范 131

一、政策风险及防范 131

二、技术风险及防范 133

三、经营风险及防范 136

四、宏观经济波动风险及防范 145

五、关联产业风险及防范 149

六、产品结构风险及防范 150

七、其他风险及防范 151

第二节 制药设备行业发展战略研究 157

一、战略综合规划 157

二、技术开发战略 158

三、业务组合战略 163

四、区域战略规划 168

五、产业战略规划 177

六、营销品牌战略 179

七、竞争战略规划 184

第三节 2026-2031年中国汽车延保项目投资可行性分析 188

图表目录

图表：2021-2026年中国GDP增速变化情况 10

图表：2021-2026年中国居民消费价格指数CPI变化情况 11

图表：2021-2026年中国人均可支配收入情况 12

图表：2021-2026年我国居民收入及消费支出情况 13

图表：2021-2026年我国城镇居民收入及消费支出情况 14

图表：2021-2026年我国农村居民收入及消费支出情况 14

图表：国外典型的第三方延保公司案例 29

图表：移动互联网汽车行业集中度 42

图表：互联网汽车发展阶段 43

图表：国内汽车延保产品举例 48

图表：2021-2026年我国汽车延保行业市场规模分析 50

图表：我国汽车主保养频率分析 52

图表：车辆保养地点及到店时的预约习惯 53

图表：不同地区的人群车辆保养地点的差异性 54

图表：汽车延保行业市场参与者 56

图表：当前中国延保行业的痛点 57

图表：不同汽车厂商延保周期对比 61

图表：不同汽车厂商延保项目对比 62

图表：不同汽车厂商延保价格对比 62

图表：汽车后市场新电子商务模式 96

图表：2026-2031年中国汽车延保行业市场规模预测 115

图表：汽车延保精细化发展 116

图表：国内主要的第三方延保提供商 117

图表：企业业务组合战略的一般步骤 168

图表：区域发展战略咨询流程图 174

图表：区域SWOT战略分析图 176

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：55228

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170316/55228.shtml>

在线订购：[点击这里](#)