

2026-2031年中国汽车后市场行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告简介

“汽车后市场”，指的是汽车售出之后的维修、保养、服务以及所需的汽车零配件、汽车用品和汽车材料的市场。汽车用品的消耗速度与消耗量均首屈一指，现役汽车的保有量直接决定了汽车用品的市场规模。在汽车售前利润不断下滑的同时，“汽车后市场”逐渐为众多品牌所重视。“汽车后市场”这块诱人的蛋糕，成为了国外品牌竞相争夺的对象。与外资企业的欣欣向荣形成鲜明对比的是，大部分国内品牌专业化、品牌化、规模化的发展思路还未成型。面对目前国内汽车养护品市场鱼龙混杂，良莠不齐的局面，打造大品牌，建立快速成熟的销售服务渠道，提高产品核心竞争力的诉求不绝于耳。目前汽车后市场主要有以下五大渠道：一是近年发展起来的汽车4S店；二是传统大中型维修厂；三是汽车维修路边店；四是汽车专项服务店；五是品牌快修美容装饰连锁店。这五大渠道在面积大小、设备投资、人员素质、地点便利性、服务质量、服务时间和收费标准等方面各有千秋，短期可以共存，但随着市场的发展变化，经过逐步变化的汽车4S店和国际知名的品牌快修保养美容连锁店是两大主要渠道。

随着汽车厂家产能的不断扩大，4S店数量的不断增长，新车销售的利润也越来越薄。全国3万家汽车经销商中，仅有1/3能维持盈利。这迫使汽车经销商的竞争向汽车后市场转移。中国汽车后市场巨大的市场规模和高额的利润，吸引着越来越多的国内外企业抢占新市场。面对国际大鳄的大举进驻，国内售后市场的整合还是以汽车经销商为主导。据了解，有将近80%的厂商采用“买车送服务”的营销策略，即把在4S店购车的客户发展成会员，然后利用会员折扣增加他们对4S店的忠诚度。但4S店售后服务收费较高也成为其诟病。

近几年来,伴随着我国汽车工业的发展、相关政策的调整与完善,以及汽车保有量的迅速增加,汽车后市场发展迅猛,市场前景十分看好,我国的汽车后市场也慢慢成熟起来。汽车后市场最早的分类是以汽车整车销售的前、后顺序进行分类的。一是汽保行业;二是汽车维修及配件行业;三是汽车精品、用品、美容、快修及改装行业;四是二手车及汽车租赁行业。我国的汽车行业发展之快是任何发达国家都无法比拟的,在短短的

几年里让中国的汽车后市场迅速细分,汽车后市场的雏形逐渐呈现出来。

近几年来,伴随着我国汽车工业的发展、相关政策的调整与完善,以及汽车保有量的迅速增加,汽车后市场发展迅猛,市场前景十分看好,我国的汽车后市场也慢慢成熟起来。汽车后市场最早的分类是以汽车整车销售的前、后顺序进行分类的。一是汽保行业;二是汽车维修及配件行业;三是汽车精品、用品、美容、快修及改装行业;四是二手车及汽车租赁行业。我国的汽车行业发展之快是任何发达国家都无法比拟的,在短短的几年里让中国的汽车后市场迅速细分,汽车后市场的雏形逐渐呈现出来。汽车在中国日益发展成为一种大众消费品,将直接推动中国的汽车后市场发展。

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、国家海关总署、中国汽车后市场行业协会、国家发改委、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、中国汽车后市场行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对中国汽车后市场行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据,对我国汽车后市场市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会等进行了分析。报告重点分析了中国汽车后市场的开发、产销、战略、经营状况等。报告还对中国汽车后市场市场风险进行了预测,为中国汽车后市场生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式,对欲在中国汽车后市场行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国汽车后市场行业发展动态,把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 行业发展环境

第一章 汽车后市场行业发展概述

第一节 汽车后市场行业的相关概念

一、定义

二、分类

三、特点

第二节 汽车后市场行业特征分析

- 一、产业链分析
- 二、汽车后市场行业在国民经济中的地位
- 三、汽车后市场行业生命周期分析
- 四、汽车后市场行业对经济周期的反应

第三节 最近3-5年中国汽车后市场行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 汽车后市场行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 汽车后市场行业政治法律环境(P)

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、汽车后市场行业标准
- 四、行业相关发展规划
 - 1、汽车后市场行业国家发展规划
 - 2、汽车后市场行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(E)

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析(S)

一、汽车后市场产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、汽车后市场产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(T)

一、汽车后市场技术分析

1、汽车后市场行业技术发展现状

2、我国汽车后市场行业新技术研究

二、汽车后市场技术发展水平

1、我国汽车后市场行业技术水平所处阶段

2、与国外汽车后市场行业的技术差距

三、2021-2026年汽车后市场技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 2021-2026年中国汽车后市场发展现状分析

第一节 中国汽车后市场发展概述

- 一、中国汽车后市场发展历程
- 二、我国汽车后市场发展特点分析
- 三、中国汽车后市场发展面临的问题
- 四、中国汽车后市场发展趋势分析

第二节 我国汽车后市场发展状况

- 一、2021-2026年中国汽车后市场发展回顾
- 二、2021-2026年中国汽车后市场企业发展分析
- 三、2021-2026年我国汽车后市场发展分析

第三节 2021-2026年中国汽车后市场行业供需分析

- 一、2021-2026年中国汽车后市场行业需求分析
- 二、2021-2026年中国汽车后市场行业供求分析

第四节 2021-2026年汽车后市场行业产量分析

- 一、2021-2026年我国汽车后市场产量分析
- 二、2026-2031年我国汽车后市场产量预测

第五节 2021-2026年中国汽车后市场价格走势及影响因素分析

- 一、2021-2026年中国汽车后市场价格回顾
- 二、汽车后市场当前市场价格及评述
- 三、汽车后市场价格影响因素分析
- 四、2026-2031年汽车后市场未来价格走势预测

第六节 对中国汽车后市场市场的分析及思考

一、汽车后市场市场分析

二、汽车后市场市场变化的方向

三、中国汽车后市场产业发展的新思路

四、对中国汽车后市场产业发展的思考

第四章 我国汽车后市场行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国汽车后市场行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国汽车后市场行业销售及利润分析

一、2021-2026年中国汽车后市场行业销售收入分析

二、2021-2026年中国汽车后市场行业利润增长情况

三、2021-2026年中国汽车后市场行业亏损情况

四、2021-2026年中国汽车后市场行业成本费用分析

五、2021-2026年中国汽车后市场行业毛利率

第三节 2021-2026年中国汽车后市场行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第二部分 行业深度分析

第五章 中国汽车后市场行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 2021-2026年华北地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第三节 2021-2026年东北地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第四节 2021-2026年华东地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第五节 2021-2026年华南地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第六节 2021-2026年华中地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第七节 2021-2026年西南地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第八节 2021-2026年西北地区汽车后市场行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求规模分析

四、2026-2031年市场发展前景分析

第六章 2026-2031年汽车后市场行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、汽车后市场行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、汽车后市场行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、汽车后市场行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、汽车后市场行业SWOT分析

- 1、优势
- 2、劣势

3、机会

4、威胁

第二节 中国汽车后市场行业竞争格局综述

一、汽车后市场行业竞争概况

1、中国汽车后市场行业品牌竞争格局

2、汽车后市场行业未来竞争格局和特点

3、汽车后市场市场进入及竞争对手分析

二、中国汽车后市场行业竞争力分析

1、我国汽车后市场行业竞争力剖析

2、我国汽车后市场企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内汽车后市场企业竞争能力提升途径

三、汽车后市场行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 汽车后市场行业竞争格局分析

一、国内外汽车后市场竞争分析

二、我国汽车后市场市场竞争分析

三、我国汽车后市场市场集中度分析

四、国内主要汽车后市场企业动向

五、国内汽车后市场企业拟在建项目分析

第四节 汽车后市场行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 汽车后市场行业产业结构分析

第一节 汽车后市场产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 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、中国汽车后市场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

第八章 我国汽车后市场行业产业链分析

第一节 汽车后市场行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 汽车后市场上游行业分析

一、汽车后市场成本构成

二、2021-2026年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游行业对汽车后市场行业的影响

第三节 汽车后市场下游行业分析

一、汽车后市场下游行业分布

二、2021-2026年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对汽车后市场行业的影响

第九章 2026-2031年中国汽车后市场行业发展形势分析

第一节 汽车后市场行业发展概况

一、汽车后市场行业发展特点分析

二、汽车后市场行业投资现状分析

三、汽车后市场行业总产值分析

四、汽车后市场行业技术发展分析

第二节 2021-2026年汽车后市场行业市场情况分析

一、汽车后市场行业市场发展分析

二、汽车后市场市场存在的问题

三、汽车后市场市场规模分析

第三节 2021-2026年汽车后市场产销状况分析

一、汽车后市场产量分析

二、汽车后市场产能分析

三、汽车后市场市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 行业竞争格局

十章 汽车后市场行业领先企业经营形势分析

第

第一节 中国汽车后市场企业总体发展状况分析

一、汽车后市场企业主要类型

二、汽车后市场企业资本运作分析

三、汽车后市场企业创新及品牌建设

四、汽车后市场企业国际竞争力分析

五、2021-2026年汽车后市场行业企业排名分析

第二节 上海幼狮高级轿车修理有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第三节 奇星(国际)汽车改装部品有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第四节 山东迅力特种汽车有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第五节 深圳市航盛电子股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第六节 深圳市路畅科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第七节 上汽通用汽车金融有限责任公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第八节 东风标致雪铁龙汽车金融有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第九节 浙江物产元通机电(集团)有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第十节 庞大汽贸集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第十一节 中升集团控股有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第四部分 行业投资策略

第十一章 汽车后市场行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2021-2026年汽车后市场行业投资效益分析

第四节 2021-2026年汽车后市场行业投资策略研究

第五节 中国汽车后市场制造行业的投资建议

一、汽车后市场制造行业投资现状分析

二、汽车后市场制造行业最新投资动向

三、汽车后市场制造行业投资及信贷建议

第十二章 2026-2031年汽车后市场行业投资前景

第一节 2026-2031年汽车后市场市场发展前景

一、2026-2031年汽车后市场市场发展潜力

二、2026-2031年汽车后市场市场发展前景展望

三、2026-2031年汽车后市场细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年汽车后市场市场发展趋势预测

一、2026-2031年汽车后市场行业发展趋势

二、2026-2031年汽车后市场市场规模预测

三、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国汽车后市场行业供需预测

一、2026-2031年中国汽车后市场行业供给预测

二、2026-2031年中国汽车后市场行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 冷链物流行业投资特性分析

一、冷链物流行业进入壁垒分析

二、冷链物流行业盈利因素分析

三、冷链物流行业盈利模式分析

第六节 2026-2031年冷链物流行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第七节 2026-2031年冷链物流行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第五部分 发展策略分析

第十三章 2026-2031年汽车后市场行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年汽车后市场行业面临的困境

第二节 汽车后市场企业面临的困境及对策

一、重点汽车后市场企业面临的困境及对策

二、中小汽车后市场企业发展困境及策略分析

三、国内汽车后市场企业的出路分析

第三节 中国汽车后市场行业存在的问题及对策

一、中国汽车后市场行业存在的问题

二、汽车后市场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

三、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

第四节 中国汽车后市场市场发展面临的挑战与对策

第十四章 汽车后市场行业发展战略研究

第一节 汽车后市场行业发展战略研究

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

第二节 对我国汽车后市场品牌的战略思考

一、汽车后市场品牌的重要性

二、汽车后市场实施品牌战略的意义

三、汽车后市场企业品牌的现状分析

四、我国汽车后市场企业的品牌战略

五、汽车后市场品牌战略管理的策略

第三节 汽车后市场经营策略分析

一、汽车后市场市场细分策略

二、汽车后市场市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车后市场产品差异化战略

第四节 汽车后市场行业投资战略研究

一、2021-2026年汽车后市场行业投资战略

二、2026-2031年汽车后市场行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：汽车后市场行业生命周期

图表：汽车后市场行业产业链结构

图表：2021-2026年全球汽车后市场行业市场规模

图表：2021-2026年中国汽车后市场行业市场规模

图表：2021-2026年汽车后市场行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国汽车后市场市场占全球份额比较

图表：2021-2026年汽车后市场行业工业总产值

图表：2021-2026年汽车后市场行业销售收入

图表：2021-2026年汽车后市场行业利润总额

图表：2021-2026年汽车后市场行业资产总计

图表：2021-2026年汽车后市场行业负债总计

图表：2021-2026年汽车后市场行业竞争力分析

图表：2021-2026年汽车后市场市场价格走势

图表：2021-2026年汽车后市场行业主营业务收入

图表：2021-2026年汽车后市场行业主营业务成本

图表：2021-2026年汽车后市场行业销售费用分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业管理费用分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业财务费用分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业销售利润率分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业产能分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业产量分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业需求分析

图表：2021-2026年汽车后市场行业进口数据

图表：2021-2026年汽车后市场行业出口数据

图表：2021-2026年汽车后市场行业集中度

图表：2026-2031年中国汽车后市场行业供给预测

图表：2026-2031年中国汽车后市场行业产量预测

图表：2026-2031年中国汽车后市场市场销量预测

图表：2026-2031年中国汽车后市场行业需求预测

图表：2026-2031年中国汽车后市场行业供需平衡预测

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：55757

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170319/55757.shtml>

在线订购：[点击这里](#)