

2024-2029年中国汽车后市场行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

汽车后市场规模依托于汽车存量市场的规模，随着汽车领域发展的蒸蒸日上，汽车存量市场和汽车驾驶员数量均保持着持续稳定的增长。截至今年3月底，全国机动车保有量达3.3亿辆，其中汽车达2.46亿辆，驾驶人达4.1亿，机动车、驾驶人总量及增量均居世界第一。中国汽车后市场体量将比新车销量增长更快，到2030年前者复合增长率是8%，后者只有4%。

中国汽车后市场才刚刚起步，巨大的利润驱使，众多企业资本蜂拥而至，在极其短暂的时间内汇聚集中，犹如裂变一般聚集了巨大的能量，然而，受种种因素的制约，普遍业态简单、规模不大，而且服务质量也参差不齐，极易容易造成业态的畸形发展，犹如裂变之殇，一方面，市场规律决定的大鱼吃小鱼，小品牌或无品牌的企业难以生存，纷纷倒闭，更甚者，胡乱要价，恶性竞争，最终受伤的是消费者。

中国目前有40万家汽修门店，大多以夫妻档、小作坊、路边摊形式存在，这些门店在配件、工时等方面的价格比4S店便宜很多，但服务质量良莠不齐，形成了“散、乱、差”的局面。未来汽车后市场产业链将进一步整合，通过品牌化、标准化的方式形成更有效率的产业格局，为消费者提供更好的消费体验。维修门店有向规模化和专业化方向发展的趋势。特别是在新兴市场，品牌、设备、培训和高端教育的需求更为旺盛。

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、国家交通运输部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国汽车工业协会、中国汽车后市场总会、中国汽车维修协会、中国汽车流通协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国汽车后市场及各子行业的发展状况、行业发展环境、行业发展模式、发展趋势等进行了分析，并重点分析了中国汽车后市场行业发展状况和特点，以及中国汽车后市场行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对汽车后市场行业进行了趋向研判，是汽车后市场经营企业，服务、投资机构等单位准确了解目前汽车后市场行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 汽车后市场发展概述

第一节 汽车后市场定义

一、汽车后市场的界定

二、汽车市场与汽车后市场的区分

第二节 汽车后市场分类

- 一、按照整车销售的前后顺序进行分类
- 二、按照汽车后市场的业务模块进行分类
- 三、按照汽车后市场的构成进行分类
- 四、按照服务项目进行的分类

第三节 汽车后市场发展的理论基础

一、供应链理论

- 1、供应链理论概述
- 2、供应链理论在汽车后市场发展中的应用

二、战略联盟理论

- 1、战略联盟理论概述
- 2、战略联盟理论在汽车后市场发展中的应用

三、连锁经营理论

- 1、连锁经营理论概述
- 2、连锁经营理论在汽车后市场发展中的应用

第二章 汽车后市场发展环境及影响分析

第一节 汽车后市场政策环境分析

- 一、行业政策环境分析
- 二、政策环境对行业的影响

第二节 汽车后市场经济环境分析

- 一、宏观经济运行分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响

第三节 汽车后市场社会环境分析

- 一、行业社会环境分析
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 汽车后市场产业环境分析

一、汽车产销量分析

二、汽车细分产品产销量分析

三、汽车进出口市场分析

四、汽车工业发展形势

五、产业环境对行业的影响

第五节 汽车后市场与新技术

一、汽车后市场与互联网

1、汽车后市场与电子商务融合

2、汽车后市场技术支持与互联网解决方案

二、二手车销售与互联网

1、汽车类网站的现有盈利模式分析

2、社会化媒体客户关系管理在汽车后市场的应用

三、汽车自动驾驶技术

1、汽车自动驾驶技术发展概况

2、汽车自动驾驶技术的应用

3、汽车自动驾驶技术未来安全创新分析

第三章 汽车后市场关联产业分析

第一节 汽车销售行业发展分析

一、汽车销售市场运行及营销策略分析

1、汽车销售市场现状分析

2、汽车市场营销策略分析

3、汽车4S店营销策略分析

4、汽车市场网络营销模式分析

5、汽车营销模式发展趋势分析

二、汽车销售行业细分市场分析

1、乘用车销售细分市场分析

2、商用车销售细分市场分析

3、新能源汽车销售市场分析

4、二手车销售市场分析

三、汽车销售市场发展前景分析

1、汽车销售市场发展趋势分析

2、汽车消费市场发展前景分析

3、汽车销售市场规模预测分析

第二节 废旧车回收拆解市场分析

一、汽车回收行业发展现状

1、报废汽车回收拆解界定

2、废旧车回收规模分析

3、汽车回收量增长分析

4、报废汽车回收拆解企业销售额

5、报废汽车回收拆解企业资产总额

6、报废汽车回收市场集中度分析

7、报废汽车回收拆解企业回收规模

8、废旧车回收拆解行业发展特点

9、废旧车回收拆解市场升级效果

二、报废汽车回收行业回收模式分析

1、第三方负责回收模式

2、生产商负责回收模式

3、生产商联合体负责回收模式

4、报废汽车回收模式对比分析

三、报废汽车回收拆解市场分析

1、报废汽车回收拆解再生资源分析

(1)拆解所获再生资源的种类分析

(2)拆解所获再生资源的产值分析

2、报废汽车回收处理过程分析

(1)报废汽车逆向物流过程分析

(2)报废汽车拆解破碎过程分析

3、报废汽车材料回收利用分析

(1)asr污染专业处理过程分析

(2)废旧钢铁的回收利用

(3)有色金属的回收利用

(4)其他物质的回收利用

四、报废汽车回收行业市场前景预测

1、报废汽车数量预测

2、报废汽车回收市场预测

第二部分 市场深度分析

第四章 中国汽车后市场运行现状分析

第一节 中国汽车后市场发展状况分析

一、中国汽车后市场发展阶段

二、中国汽车后市场发展概况及特点

三、中国汽车后市场发展新形势分析

1、取消机动车维修经营许可影响深远

- 2、商业车险三次费改
- 3、进口汽车关税大幅下调
- 4、整车生产将分类型实行过渡期开放

第二节 汽车后市场经营情况分析

- 一、中国汽车后市场规模分析
- 二、汽车后市场市场结构方向
- 三、汽车后市场企业数量分析
- 四、汽车后市场线上交易总额占比分析

第三节 “互联网+”背景下汽车后市场o2o平台的搭建

一、搭建o2o互动平台

- 1、实现电子商城交互
- 2、实现app专享交互
- 3、实现客服及短信交互

二、搭建b2b供应链平台

- 1、建立配件电子目录库
- 2、建立市场预测管理系统
- 3、建立b2b电子采购平台
- 4、建立物流库存管理系统
- 5、建立订单交付管理系统

三、搭建门店运营系统

- 1、建立人车数据采集系统
- 2、建立业务结算管理系统
- 3、建立人事绩效评价系统
- 4、建立财务一体化系统

四、汽车后市场线上消费趋势

- 1、年轻人撑起“线上”半边天
- 2、购买力远未释放
- 3、“线上产品+线下服务”模式持续扩容
- 4、品牌化消费诉求提高
- 5、“车生活”消费增速迅猛
- 6、无人驾驶、车联网技术刺激新需求

第四节 中国汽车后市场营销分析

一、汽车后市场营销现状

- 1、理性消费观念逐步形成
- 2、价格竞争导致利润普遍下降
- 3、渠道为王、终端制胜时代到来

二、汽车后市场营销问题

- 1、渠道集中度低
- 2、终端服务不规范
- 3、渠道自身管理缺乏规范

三、汽车后市场服务营销分析

- 1、汽车后市场服务质量含义
- 2、预期服务质量的影响因素
- 3、感知服务质量的影响因素
- 4、汽车后市场服务质量同有形产品质量的区别

四、汽车后市场深度营销分析

- 1、深度营销简介
- 2、汽车后市场深度营销的必要性

3、深度营销在行业中的应用

第五章 中国汽车后市场发展模式分析

第一节 汽车后市场创业模式分析

一、汽车用品网店

二、汽车用品实体店

三、服务终端

第二节 汽车后市场服务连锁经营模式分析

一、汽车后市场企业连锁经营分析

1、汽车后市场企业连锁经营的经营理念

2、汽车后市场企业连锁经营的业务范围

3、汽车后市场企业连锁经营的竞争优势

4、汽车后市场企业连锁经营的分析总结

二、汽车后市场服务连锁经营实践分析

1、国内汽车后市场业务的由来

2、国内汽车后市场业务的发展

3、国内汽车后市场的连锁经营企业

三、汽车后市场服务连锁经营模式设计

1、组织机构的设置

2、企业形象设计

3、连锁网点的选择

4、配送中心的建立和管理

5、信息系统的建立与管理

6、销售管理

7、财务管理

8、人事管理

第三节 汽车后市场电子商务模式分析

一、各行业传统经营模式及电子商务应用状况

1、汽车保险行业

2、汽车金融行业

3、汽车电子行业

4、汽车美容养护行业和维修配件行业

5、汽车文化与汽车运动行业

6、二手车与汽车租赁行业

7、代办服务行业

二、汽车后市场现行电子商务平台模式分析

1、b2c平台模式

2、点评网模式

3、携程网模式

三、汽车后市场新电子商务平台模式构建分析

1、汽车后市场电子商务平台模式的创新策略

2、新电子商务平台架构设计

3、汽车后市场新电子商务平台的资源整合步骤

4、汽车后市场新电子商务平台的盈利模式

5、汽车后市场新电子商务平台的实施主体

6、影响汽车后市场电子商务平台模式的因素

第三部分 市场全景调研

第六章 中国汽车维修与养护市场运行现状分析

第一节 汽车维修市场发展现状分析

- 一、汽车维修市场发展现状
- 二、汽车维修市场监管分析
- 三、汽车维修人才需求分析
- 四、汽车维修成本结构分析
- 五、汽车维修经营情况分析
- 六、汽车维修经营模式分析
- 七、汽车维修企业管理分析

第二节 汽车保修设备市场分析

一、汽车保修设备市场概况

- 1、汽车保修设备发展概况
- 2、汽车保修设备市场规模

二、汽车保修设备市场特征

- 1、汽车保修设备需求特征
- 2、汽车保修设备购买特征
- 3、汽车保修设备决策特征
- 4、汽车保修设备交易特征
- 5、汽车保修设备产品特征

三、汽车保修设备市场营销策略

- 1、汽车保修设备市场品牌定位
- 2、汽车保修设备关系营销
- 3、汽车保修设备事件营销

第三节 汽车检测设备市场分析

一、汽车检测设备市场概况

- 1、汽车检测设备市场现状

2、汽车检测设备产品结构

3、高科技设备对维修的影响

4、汽车检测设备发展方向

二、汽车检测设备细分产品分析

1、汽车举升机市场分析及趋势

2、汽车喷烤漆房设备市场分析及趋势

3、汽车检测线市场分析及趋势

三、汽车检测技术发展趋势

1、汽车检测设备趋于智能化

2、汽车检测技术趋于规范化

3、汽车检测管理趋于网络化

4、汽车检测系统趋于综合化

第四节 汽车养护市场发展现状分析

一、汽车养护市场发展现状分析

1、汽车养护市场发展现状

2、汽车养护产品细分市场分析

3、汽车养护产品市场营销策略

二、汽车美容市场发展分析

1、汽车美容市场发展现状

2、汽车美容市场发展特征

3、汽车美容市场需求分析

4、汽车美容市场经营模式分析

5、汽车美容店经营策略分析

6、汽车美容市场发展前景分析

三、汽车装饰市场发展分析

1、汽车装饰相关知识概述

2、汽车装饰竞争状况分析

3、汽车装饰投资前景分析

第五节 汽车维修与养护行业竞争格局分析

一、汽车维修行业竞争格局分析

二、汽车养护行业竞争格局分析

第七章 中国汽车改装市场运行现状分析

第一节 汽车改装市场发展现状分析

一、汽车改装市场发展现状

二、汽车改装市场发展态势

三、汽车改装配件供应分析

四、汽车改装市场需求分析

1、汽车改装市场消费群体分析

2、汽车改装市场需求动机分析

3、汽车改装市场需求规模分析

五、汽车改装商业模式分析

1、4s店汽车改装商业模式

2、仿造配件的汽配城商业模式

3、知名改装品牌店商业模式

第二节 汽车音响改装市场分析

一、汽车音响市场发展现状

二、汽车音响改装市场特征

三、汽车音响改装消费市场

四、汽车音响改装经营分析

五、汽车音响改装问题及对策

第三节 汽车机械及外观改装市场分析

一、汽车发动机改装市场分析

1、汽车发动机改装市场现状

2、汽车发动机改装部件分析

3、汽车发动机动力改装策略

4、汽车动力改装对发动机的影响

二、汽车疝气灯安装市场分析

1、汽车改装市场上疝气灯的品牌情况

2、氙气灯改装市场面临不利因素分析

3、氙气灯品牌组合营销模式分析

4、氙气灯市场发展重点方向

三、汽车其他部分改装市场分析

1、汽车车身升高改装

2、汽车大包围改装

3、汽车轮胎和轮圈改装

4、汽车刹车系统改装

5、汽车隔音改装工程分析

第四节 汽车改装行业竞争格局分析

一、汽车改装行业市场竞争格局分析

二、汽车改装行业企业竞争格局分析

第八章 中国汽车电子市场运行现状分析

第一节 汽车电子市场发展现状分析

一、汽车电子市场发展现状

二、汽车电子市场特点分析

三、汽车电子市场规模分析

四、汽车电子市场需求分析

五、汽车电子产业基地建设

第二节 汽车电子控制装置市场分析

一、汽车电子控制装置发展概况

1、汽车电子控制系统的发展现状

2、小排量汽车发动机电子控制系统分析

二、动力传动系统电子控制装置市场分析

1、自主品牌发动机发展分析

2、自动变速器市场需求分析

3、动力传动系统的创新分析

4、汽车发动机发展趋势分析

5、微特电机在汽车电子领域大有作为

三、汽车底盘系统电子控制装置市场分析

1、汽车abb技术的发展状况

2、esp成为汽车安全新趋势

四、车身系统电子控制装置市场分析

1、车身电子升级扩展半导体市场

2、汽车车身控制发展趋势分析

3、汽车安全气囊技术及发展趋势

五、汽车电子控制技术的应用与发展趋势

1、汽车电子控制系统的构成

2、汽车电子控制技术的应用

3、汽车电子技术应用的发展趋势

第三节 车载汽车电子装置市场分析

一、汽车导航系统市场分析

1、中国汽车导航产业发展现状

2、车载GPS导航市场机遇分析

3、车载gps导航市场竞争分析

4、车载gps导航市场发展趋势

二、汽车娱乐系统市场分析

1、车载电视市场发展分析

2、汽车音响市场发展分析

3、汽车信息娱乐市场分析

4、车载DVD市场发展分析

5、车载mp3播放器发展分析

6、车载fm发射器发展分析

三、汽车信息系统市场分析

1、车载信息系统发展现状分析

2、车载信息系统市场发展趋势

3、telematics产业的市场分析

4、汽车内部电子信息系统分析

5、无线车载通信市场发展前景

6、智能交通车载信息系统发展方向

第四节 汽车电子行业竞争格局分析

一、汽车电子市场区域竞争格局分析

二、汽车电子市场企业竞争格局分析

三、汽车电子市场产品竞争格局分析

第九章 中国汽车金融市场运行现状分析

第一节 国外汽车金融市场发展现状分析

一、国外汽车金融行业发展历程

二、国外汽车金融市场特点分析

三、国外汽车金融行业规模分析

四、国外汽车金融资金来源结构

第二节 汽车金融市场发展现状分析

一、汽车金融市场发展现状

二、汽车金融车贷渗透率分析

三、汽车金融市场规模分析

四、汽车金融市场供需分析

五、汽车金融模式设计分析

六、汽车金融市场问题及对策

第三节 汽车融资租赁市场分析

一、汽车融资租赁发展概述

二、汽车融资租赁与汽车消费信贷的异同点

三、汽车融资租赁发展现状

四、汽车融资租赁业务问题

五、汽车融资租赁发展对策

六、汽车融资租赁发展前景

第四节 汽车保险市场发展分析

一、汽车保险行业发展现状分析

1、汽车保险行业发展现状

2、汽车保险行业保费收入分析

3、汽车保险占财产保险比重分析

4、汽车保险行业盈利状况分析

二、汽车保险行业竞争格局分析

1、汽车保险行业区域竞争格局分析

2、汽车保险行业企业竞争格局分析

3、汽车保险行业的集中度分析

三、汽车保险行业营销模式分析

1、汽车保险直接营销模式分析

2、汽车保险间接营销模式分析

四、汽车保险行业发展趋势分析

1、汽车保险行业发展趋势分析

2、汽车保险行业发展影响因素分析

第五节 汽车金融行业竞争格局分析

一、汽车金融市场竞争格局分析

二、汽车金融市场竞争要素分析

三、提升汽车金融竞争力的对策

第十章 中国汽车租赁市场运行现状分析

第一节 汽车租赁市场发展现状分析

一、汽车租赁市场发展现状

二、汽车租赁市场供给分析

三、汽车租赁市场需求分析

四、汽车租赁需求市场分析

五、汽车租赁行业发展模式

1、汽车租赁行业管理模式分析

2、汽车租赁产业链扩张模式分析

3、汽车租赁行业服务模式分析

六、汽车租赁市场前景及趋势

七、汽车租赁行业发展战略

第二节 商务租车市场分析

一、商务租车车型结构

二、商务租车出租价格

三、商务租车客户特点

四、商务租车市场规模

五、商务租车发展趋势

第三节 公务租车市场分析

一、公务租车国外发展

二、公务用车改革制度

三、公务租车市场规模

四、公务租车发展趋势

第四节 个人租车市场分析

一、个人租车影响因素

二、个人租车客户特征

三、个人租车营销策略

四、个人租车市场规模

五、个人租车发展趋势

第五节 旅游租车市场分析

一、旅游租车影响因素

二、旅游租车客源结构

三、节假日旅游租车分析

四、旅游租车市场规模

五、旅游租车发展趋势

第六节 汽车租赁行业竞争格局分析

一、汽车租赁行业区域竞争格局分析

二、汽车租赁行业企业竞争格局分析

第十一章 中国汽车流通市场运行现状分析

第一节 汽车流通市场发展现状分析

一、汽车流通市场发展现状

二、汽车流通市场特征分析

三、汽车流通体制转变分析

四、汽车流通市场渠道分析

五、汽车流通市场问题及对策

第二节 汽车销售市场分析

一、汽车市场总体销售分析

二、汽车市场产品销售分析

三、汽车行业销售模式分析

四、汽车销售问题及对策分析

第三节 二手车交易市场分析

一、二手车交易市场特点

二、二手车交易市场经营模式

三、二手车市场交易数量

四、二手车市场交易总额

五、二手车与新车交易比值分析

第四节 汽车流通行业竞争格局分析

一、汽车流通行业竞争环境分析

二、汽车流通国内外竞争分析

三、汽车流通行业竞争格局分析

四、汽车流通百强企业经营分析

第四部分 竞争格局分析

第十二章 汽车后市场区域市场分析

第一节 广东省汽车后市场分析

一、广东省汽车保有量情况

二、广东省汽车后市场发展现状

三、广东省汽车后市场发展前景

第二节 山东省汽车后市场分析

一、山东省汽车保有量情况

二、山东省汽车后市场发展现状

三、山东省汽车后市场发展前景

第三节 浙江省汽车后市场分析

一、浙江省汽车保有量情况

二、浙江省汽车后市场发展现状

三、浙江省汽车后市场发展前景

第四节 江苏省汽车后市场分析

一、江苏省汽车保有量情况

二、江苏省汽车后市场发展现状

三、江苏省汽车后市场发展前景

第五节 北京市汽车后市场分析

一、北京市汽车保有量情况

二、北京市汽车后市场发展现状

三、北京市汽车后市场发展前景

第六节 河北省汽车后市场分析

一、河北省汽车保有量情况

二、河北省汽车后市场发展现状

三、河北省汽车后市场发展前景

第七节 河南省汽车后市场分析

一、河南省汽车保有量情况

二、河南省汽车后市场发展现状

三、河南省汽车后市场发展前景

第八节 辽宁省汽车后市场分析

一、辽宁省汽车保有量情况

二、辽宁省汽车后市场发展现状

三、辽宁省汽车后市场发展前景

第九节 四川省汽车后市场分析

一、四川省汽车保有量情况

二、四川省汽车后市场发展现状

三、四川省汽车后市场发展前景

第十节 上海市汽车后市场分析

一、上海市汽车保有量情况

二、上海市汽车后市场发展现状

三、上海市汽车后市场发展前景

第十三章 汽车后市场领先企业经营形势分析

第一节 领先汽车维修与养护企业经营形势分析

一、北京祥龙博瑞汽车服务(集团)有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营情况分析

5、企业服务网点分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

8、企业发展战略分析

二、上海幼狮汽车销售服务有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业经营情况分析

5、企业服务网点分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

8、企业发展战略分析

三、北京首汽汽车修理有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

- 3、企业经营情况分析
- 4、企业经营实力分析
- 5、企业服务网点分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

四、北京车爵仕汽车用品有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业技术实力分析
- 5、企业直营连锁分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业品牌加盟动向
- 8、企业最新发展动向

五、深圳市联盟九九汽车有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业特色产品分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业连锁加盟分析
- 6、企业培训业务分析
- 7、企业常用设备分析
- 8、企业最新发展动向

第二节 领先汽车改装企业经营形势分析

一、湖北神河汽车改装(集团)有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业主要产品分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业改装案例分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

二、山东蓬翔汽车有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业生产设备分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

三、一汽解放青岛汽车有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析

- 5、企业营销网络分析
- 6、企业服务网络分析
- 7、企业配品网络分析
- 8、企业最新发展动向

四、山东迅力特种汽车有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业技术支持分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

五、驻马店中集华骏车辆有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业发展规模分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

第三节 领先汽车电子企业经营形势分析

一、深圳市航盛电子股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业营销服务及网络
- 6、企业技术创新分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展规划分析

二、广东好帮手电子科技股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业服务体系分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

三、天派电子(深圳)有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业服务支持分析
- 6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

8、企业发展战略分析

四、联合汽车电子有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业客户分布情况

6、企业技术研发分析

7、企业最新发展动向

8、企业发展战略分析

五、深圳市路畅科技股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业销售网络情况

6、企业服务网络分析

7、企业技术中心分析

8、企业最新发展动向

第四节 领先汽车金融企业经营形势分析

一、上汽通用汽车金融有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业车贷业务分析

- 3、企业车贷套餐分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业网点分布情况
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

二、大众汽车金融(中国)有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业车贷业务分析
- 3、企业车贷套餐分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业发展规模分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

三、丰田汽车金融(中国)有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业车贷业务分析
- 3、企业车贷套餐分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业发展特色分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

四、东风标致雪铁龙汽车金融有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业车贷业务分析
- 3、企业车贷套餐分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业发展规模分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

五、奇瑞徽银汽车金融股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业车贷业务分析
- 3、企业车贷套餐分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业网点分布情况
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

第五节 领先汽车租赁企业经营形势分析

一、北京神州汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析

- 5、企业租车费用分析
- 6、企业网点分布情况
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

二、上海一嗨汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业租车费用分析
- 6、企业营业网点分布
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

三、深圳市至尊汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业租车费用分析
- 6、企业营业网点分布
- 7、企业相关服务分析
- 8、企业最新发展动向

四、首汽租赁有限责任公司

- 1、企业发展概况分析

- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业租车费用分析
- 6、企业营业网点分布
- 7、企业关联业务分析
- 8、企业最新发展动向

五、安吉汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业租车费用分析
- 6、企业营业网点分布
- 7、企业关联业务分析
- 8、企业竞争优势分析

第六节 领先汽车流通企业经营形势分析

一、广汇汽车服务集团股份公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业经营管理分析
- 5、企业销售网络分析
- 6、企业竞争优势分布

7、企业最新发展动向

8、企业发展战略分析

二、国机汽车股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业经营收入分析

4、企业偿债能力分析

5、企业经营效率分析

6、企业发展能力分析

7、企业获利能力分析

8、企业投资收益分析

9、企业核心竞争力分析

10、企业发展战略分析

三、庞大汽贸集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业经营收入分析

4、企业偿债能力分析

5、企业经营效率分析

6、企业发展能力分析

7、企业获利能力分析

8、企业现金流量分析

9、企业营销网络分析

10、企业发展战略分析

四、中升集团控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业资产负债分析
- 5、企业综合损益分析
- 6、企业现金流量分析
- 7、企业现金流量分析
- 8、企业经销网络分析

五、浙江物产元通汽车集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业汽车相关业务
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十四章 2024-2029年汽车后市场前景及趋势预测

第一节 2024-2029年汽车后市场发展前景

- 一、2024-2029年汽车后市场发展潜力
- 二、2024-2029年汽车后市场发展前景展望
- 三、2024-2029年汽车后市场细分行业发展前景

第二节 2024-2029年汽车后市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年汽车后市场发展趋势
- 二、2024-2029年汽车维修市场发展趋势
- 三、2024-2029年汽车改装市场发展趋势
- 四、2024-2029年汽车电子市场发展趋势
- 五、2024-2029年汽车金融市场发展趋势
- 六、2024-2029年汽车租赁市场发展趋势
- 七、2024-2029年汽车流通市场发展趋势
- 八、2024-2029年二手车市场发展趋势

第三节 2024-2029年汽车后市场规模预测

- 一、2024-2029年汽车后市场规模预测
- 二、2024-2029年汽车维修市场规模预测
- 三、2024-2029年汽车改装市场规模预测
- 四、2024-2029年汽车电子市场规模预测
- 五、2024-2029年汽车金融市场规模预测
- 六、2024-2029年汽车租赁市场规模预测
- 七、2024-2029年汽车流通市场规模预测
- 八、2024-2029年二手车市场规模预测

第十五章 2024-2029年汽车后市场发展策略研究

第一节 汽车后市场投资特性分析

- 一、汽车后市场进入壁垒分析
- 二、汽车后市场盈利因素分析
- 三、汽车后市场盈利模式分析

第二节 2024-2029年汽车后市场投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、市场风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、关联产业风险及防范
- 五、细分市场风险及防范
- 六、其他风险及防范

第三节 2024-2029年汽车后市场投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、汽车后市场投资机遇

第四节 2024-2029年汽车后市场投资战略研究

- 一、2019-2023年汽车后市场企业投资战略
- 二、2024-2029年汽车后市场投资战略
- 三、2024-2029年细分行业投资战略

第六部分 发展战略研究

第十六章 2024-2029年汽车后市场变革方向及发展策略

第一节 汽车后市场迎来五大红利

- 一、运营红利
- 二、产品红利
- 三、供应链红利
- 四、金融红利
- 五、人口红利

第二节 三大变革给汽车后市场带来的变化

一、技术进步让汽车后市场商业更加智能化

1、数据

2、网络协同

二、物权转移让消费关系发生变化

1、“所有权和使用权”分离带来交易关系改变

2、驾驶权从人到机器

3、生产和消费的边界模糊甚至反转

三、新商业关系让信用体系重建

1、汽车后市场商业模式不断进化

2、汽车后市场运营逻辑不断变化

3、传统信任危机下的僵硬产业链重组为网状协同产业网

第三节 汽车后市场变革方向和对策研究

一、汽车后市场变革的动力

1、汽车后市场蕴涵巨大潜力

2、汽车后市场成为企业竞争主战场

3、汽车后市场垄断的坚冰被政府敲碎

二、汽车后市场的行业现状

1、汽车售后服务企业群雄割据

2、企业技术和管理水平逐步提高

3、市场规范性和行业的自律性正在加强

4、产业的联动性尚需提高

三、汽车后市场变革的方向

1、市场主动权由整车企业转向服务企业

2、经营模式从单店经营转向连锁经营

- 3、经营业态由实体店转向o2o模式
- 4、服务理念从提供产品到塑造品牌
- 5、服务网点从指定地点到社区化门店
- 6、客户管理从散客服务到会员制管理
- 7、经营范围从商品买卖到延伸服务

四、中国汽车服务企业的应对策略

- 1、靠连锁化达到规模化经营
- 2、以品牌化成就价值最大化
- 3、借大数据技术实现精准化营销
- 4、整合资源打造高效产业链

第四节 大数据环境下汽车销售及汽车后市场信息服务探索

一、大数据为汽车销售及汽车后市场带来新机遇

- 1、将汽车驾驶数据与保险行业数据融合
- 2、将汽车用户数据与金融行业数据融合
- 3、将汽车售后服务业务数据融合

二、汽车销售及汽车后市场信息服务需求分析

- 1、数据需求
- 2、业务需求

三、大数据环境下汽车销售及汽车后市场信息服务平台建设

- 1、数据采集
- 2、数据处理
- 3、数据服务

第五节 汽车后市场开拓发展策略分析

一、汽车后市场开拓发展策略之品牌运作

二、汽车后市场开拓发展策略之连锁经营

三、汽车后市场开拓发展策略之并购模式

四、汽车后市场开拓发展策略之门店类型

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 汽车后市场研究结论及建议

第二节 汽车后市场细分市场研究结论及建议

第三节 中道泰和汽车后市场发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：汽车后市场的主要相关业务及经营方式

图表：2019-2023年汽车后市场发展规模

图表：2019-2023年汽车维修市场发展规模

图表：2019-2023年汽车改装市场发展规模

图表：2019-2023年汽车电子市场发展规模

图表：中国汽车金融结构对比图

图表：中国汽车保险的分类

图表：2019-2023年中国车险保费收入趋势图

图表：汽车保险柜台直销模式分析

图表：汽车保险电话直销模式分析

图表：2019-2023年汽车金融市场发展规模

图表：中国二手车市场交易渠道分析

图表：2019-2023年中国二手车市场交易数量分析

图表：2019-2023年中国二手车市场交易总额趋势图

图表：2019-2023年中国二手车交易区域分布图

图表：2019-2023年汽车租赁车辆总数

图表：2019-2023年汽车租赁市场规模

图表：2019-2023年汽车流通市场发展规模

图表：直营连锁模式的优势分析

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司经营分析

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司偿债能力

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司资本结构

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司经营效率

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司获利能力

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司发展能力

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司现金流量

图表：深圳市特力(集团)股份有限公司投资收益

图表：2024-2029年汽车后市场发展规模预测

图表：2024-2029年汽车维修市场发展规模预测

图表：2024-2029年汽车改装市场发展规模预测

图表：2024-2029年汽车电子市场发展规模预测

图表：2024-2029年汽车金融市场发展规模预测

图表：2024-2029年汽车租赁市场发展规模预测

图表：2024-2029年汽车产量预测

图表：2024-2029年汽车销量预测

图表：2024-2029年乘用车产销量预测

图表：2024-2029年商用车产销量预测

图表：2024-2029年汽车租赁车辆总数预测

图表：2024-2029年汽车租赁企业供给预测

图表：2024-2029年汽车租赁市场规模预测

图表：2024-2029年汽车流通市场发展规模预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190612/123140.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)