

2024-2029年中国O2O汽车后市场行业前景预测与市场调查研究报告

报告简介

虽然我国汽车产业在迅速发展，但是与之配套的制度和体系并没有同步完善。汽车后市场的很多领域进入门槛低但是专业化难度高，因此我国汽车后市场中存在着技师能力良莠不齐、汽配产品质量难以保障和用价格战恶性竞争等现象。而想要在这样的情况下成为市场的主导者，迅速扩张市场绝不是最好的策略，近几年不断上演的泡沫破灭秀也验证了这一点。

要改善国内汽车后市场的现状，首要任务是将汽车产业适当整合。由于汽车修理和汽车保养的基础工作不算复杂，因此往往有技师会选择在修理厂工作一段时间后独立开店，进而导致整个汽车后市场产业趋于分散。得不到统一管理，提供的服务质量也就得不到保障。再加上没有突出的品牌，拥用众多选择的消费者反而变得更加迷茫。市场混乱也就成了必然。因此，国内汽车后市场领头羊的出现是企业的追求，更是市场的需求。

对于看准汽车后市场平台的企业来说，占有足够的市场份额才能提高对上游供应商的话语权，从而保证汽车配件的质量，使整个市场得到良性发展。但是用砸钱的方式得到的市场份额只是虚高，唯有真正用服务赢得消费者的企业才能突出重围，因此养成消费者的消费习惯是重中之重。而为了做到这一点，不妨先将饼画的小一点，摒弃大规模、全产品的经营理念，试着落于一座城市或者某类服务，放慢发展的脚步。这个过程固然漫长，但却是必不可少的。

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、国家海关总署、中国工信部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及O2O汽车后市场相关专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国O2O汽车后市场的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业链上下游发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对O2O汽车后市场市场的发展进行详尽深入的分析，并根据市场的政策经济发展环境对市场潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对O2O汽车后市场市场的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国汽车后市场发展概况

第一节 中国汽车后市场概述

一、定义

二、特征

三、市场规模

第二节 传统汽车后市场的现状

- 一、我国汽车后市场行业发展分析
- 二、2019-2023年我国汽车后市场规模分析
- 三、传统汽车后市场面临的挑战
- 四、传统汽车后市场的发展趋势

第三节 电子商务的发展

- 一、我国互联网电子商务的发展起源
- 二、我国互联网电子商务的发展现状
- 三、我国互联网电子商务的规模分析

第二章 o2o市场发展综述

第一节 o2o基本概念

- 一、o2o定义
- 二、o2o模式简介
- 三、o2o发展阶段分析

第二节 o2o市场发展概况

- 一、o2o产业结构图
- 二、o2o市场规模分析
- 三、o2o应用情况分析
- 四、o2o市场细分领域
- 五、o2o市场前景分析

第三节 o2o市场发展水平评估

- 一、各线城市发展水平评估
- 二、各经济带发展水平评估
- 三、重点城市发展水平评估

四、用户群体应用水平研究

第三章 中国传统汽车后市场概况

第一节 2019-2023年传统汽车后市场业态发展现状

一、发展概况

二、发展规模

第二节 2019-2023年传统汽车后市场经营情况分析

一、市场规模

二、营业利润

三、利率水平

第三节 当前汽车后市场遭遇的发展困境

一、发展客户局限

二、经营成本高涨

三、新业态兴起竞争升级

第四章 中国电子商务的发展概况

第一节 互联网的发展

一、中国互联网的普及程度

二、网民基本情况分析

1、pc网民规模分析

2、手机网民规模分析

3、网民属性结构分析

第二节 电子商务的崛起

一、电子商务发展阶段

二、电子商务基本特征

三、电子商务支撑环境

四、电子商务基本模式

五、电子商务规模分析

第二部分 行业深度分析

第五章 互联网形式下的汽车后市场发展

第一节 互联网给汽车后市场带来了什么

一、摆脱了时间空间的挑战

二、改变了消费者的行为习惯

三、打破了信息的不对称格局

四、更有效的大数据分析方法

第二节 我国互联网汽车后市场市场的高速增长

一、2019-2023年网络汽车后市场市场的交易规模

二、2019-2023年网络汽车后市场市场的发展现状

三、2019-2023年网络汽车后市场市场的发展潜力

第三节 互联网对传统汽车后市场的影响

一、互联网补充传统汽车后市场的经营模式

二、传统汽车后市场面临的转型

三、传统汽车后市场如何适应互联网的发展

四、传统汽车后市场抓住互联网的发展机遇

第六章 o2o汽车后市场市场概况

第一节 o2o汽车后市场发展分析

一、o2o模式分析

二、o2o的发展现状

三、o2o模式应用成功案例

四、o2o发展前景

第二节 o2o助力传统汽车后市场

一、o2o解决传统汽车后市场的瓶颈

二、如何正确运用o2o

三、o2o未来发展前景

第三节 o2o对电子商务的影响

一、o2o结合电子商务与传统汽车后市场

二、电子商务如何正确运用o2o

第七章 国外o2o汽车后市场发展分析

第一节 美国o2o行业发展分析

一、o2o发展现状

二、o2o规模分析

三、o2o发展方向

第二节 日本o2o行业发展分析

一、o2o发展现状

二、o2o规模分析

三、o2o发展方向

第三节 欧洲o2o行业发展分析

一、o2o发展现状

二、o2o规模分析

三、o2o发展方向

第四节 韩国o2o行业发展分析

一、o2o发展现状

二、o2o规模分析

三、o2o发展方向

第三部分 竞争格局分析

第八章 汽车后市场移动端及主流电商平台合作分析

第一节 o2o汽车后市场平台接入分析

一、汽车后市场接入微信o2o的切入点

二、汽车后市场接入团购网的切入点

三、汽车后市场接入专业平台的切入点

第二节 汽车后市场独立app发展分析

一、app简介

二、汽车后市场行业app发展

第九章 国内o2o汽车后市场平台发展分析

第一节 中国4s在线

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

五、未来发展战略分析

第二节 车乐乐

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

五、未来发展战略分析

第三节 亿欧网

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

五、未来发展战略分析

第四节 智信通车联网

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

五、未来发展战略分析

第五节 车市网

一、企业发展基本情况

二、运用o2o发展情况

三、o2o发展模式分析

四、o2o发展规模分析

五、未来发展战略分析

第四部分 行业前景展望

第十章 2024-2029年o2o汽车后市场发展趋势前瞻与前影预测

第一节 汽车后市场发展环境分析

一、国内经济发展环境分析

二、汽车后市场消费环境分析

三、汽车后市场机会与挑战总结

第二节 2024-2029年o2o汽车后市场前景分析

一、2024-2029年传统汽车后市场规模预测

二、2024-2029年电子商务汽车后市场规模预测

三、2024-2029年o2o汽车后市场规模预测

第三节 o2o汽车后市场发展趋势分析

一、2019-2023年o2o汽车后市场行业发展趋势

二、2019-2023年o2o汽车后市场进展

三、2024-2029年o2o汽车后市场行业发展前景

第十一章 互联网环境下汽车后市场的整合与变革

第一节 汽车后市场的"用户思维"

一、汽车后市场如何与用户连接

二、汽车后市场提升用户参与感

第二节 汽车后市场如何运用好粉丝经济

一、让用户成为粉丝

二、增强互动

三、提高重复购买力

第三节 汽车后市场如何实现数据化运营和管理

一、大数据对汽车后市场的商业价值

二、全渠道汽车后市场大数据分析

三、汽车后市场与大数据对接的方式

四、汽车后市场大数据应用及效果

五、汽车后市场如何建立大数据运营体系

第五部分 发展战略研究

第十二章 o2o汽车后市场发展战略分析

第一节 汽车后市场市场消费分析

一、消费者收入分析

二、消费者可支配收入分析

三、消费者购物习惯分析

四、消费需求分析

第二节 o2o汽车后市场营销战略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化策略

五、4p/4c营销组合策略

第三节 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、竞争战略规化

第十三章 行业发展建议对策

第一节 把握国家投资契机

第二节 竞争性联盟的战略实施

第三节 企业自身应对策略

图表目录

图表：2019-2023年汽车后市场规模分析

图表：2019-2023年电子商务规模分析

图表：2019-2023年传统汽车后市场规模分析

图表：2019-2023年传统汽车后市场营业利润分析

图表：2019-2023年传统汽车后市场毛利润分析

图表：2019-2023年传统汽车后市场净利润分析

图表：2019-2023年汽车后市场销售收入

图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速

图表：2019-2023年我国互联网企业数量及同比增速

图表：2019-2023年pc网民规模分析

图表：2019-2023年手机用户规模分析

图表：2024-2029年o2o汽车后市场规模预测

图表：2024-2029年汽车后市场团购规模预测

图表：2024-2029年国内o2o汽车后市场市场规模预测

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/20200221/158325.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)