

中国汽车后市场发展动态与前景方向分析报告2021-2026年

产品名称	中国汽车后市场发展动态与前景方向分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
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

中国汽车后市场发展动态与前景方向分析报告2021-2026年【报告编号】：330485【出版时间】：2021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【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/330485.html>

【报告目录】

第1章：中国汽车后市场发展综述1.1 汽车后市场概述1.1.1 汽车后市场界定1.1.2 汽车后市场分类1.1.3 汽车后市场主要业务1.1.4 汽车后市场渠道模式1.2 汽车后市场发展环境分析1.2.1 汽车后市场政策环境分析（1）汽车后市场政策汇总（2）汽车金融市场政策解读（3）汽车租赁市场政策解读（4）二手车市场政策解读（5）汽车维修/养护/改装政策解读（6）报废汽车回收政策解读（7）充电基础设施政策解读（8）政策环境对行业发展的影响分析1.2.2 汽车后市场经济环境分析（1）国内生产总值分析（2）居民人均可支配收入分析（3）经济环境对行业发展的影响分析1.2.3 汽车后市场社会环境分析（1）城镇化水平不断提高（2）生活方式和价值观念的转变（3）消费结构和消费心理的变化（4）社会环境对行业发展的影响分析1.2.4 汽车后市场产业发展环境分析（1）汽车制造业发展分析（2）汽车进出口市场发展分析（3）互联网产业发展分析（4）发展环境对行业发展的影响分析1.3 汽车后市场发展分析1.3.1 汽车后市场发展历程1.3.2 汽车后市场生命周期1.3.3 汽车后市场发展现状（1）汽车后市场企业数量多，但没有出现龙头企业（2）汽车后市场服务水平较低（3）供应商加大向后市场的发展（4）汽车市场的投资规模越来越大（5）国外企业加快国内扩张速度1.3.4 汽车后市场发展规模1.3.5 汽车后市场利润结构1.4 汽车后市场需求分析1.4.1 汽车后市场需求分析1.4.2 汽车后市场区域需求1.4.3 汽车后市场车型需求第2章：中国汽车金融市场分析2.1 汽车金融市场概述2.1.1 汽车金融定义与发展历程（1）汽车金融定义（2）汽车金融发展历程2.1.2 汽车金融产品分类2.1.3 汽车金融市场主体2.2 中国汽车金融市场发展分析2.2.1 汽车金融市场发展历程2.2.2 汽车金融市场存在问题（1）汽车消费信贷需求不足（2）汽车金融公司服务能力不强（3）汽车金融的法律政策环境亟待改善2.2.3 汽车金融市场发展对策（1）完善信用体系建设，加快调整发展战略（2）把握利润变化趋势，积极转变盈利模式（3）把握需求变化趋势，拓展业务创新能力（4）加强政策法规研究，创新不良贷款处置2.2.

4 汽车金融市场发展规模 (1) 行业企业规模 (2) 行业资产规模 (3) 行业市场规模2.2.5
汽车金融市场发展趋势 (1) 商业银行将同专业化的汽车金融服务公司联合发展 (2) 金融服务向全方位方向发展 (3) 资金来源将逐步专业化、多样化 (4) 汽车金融公司将汽车金融风险管理专门化 (5) 汽车金融公司将成为汽车金融市场的重要参与者2.2.6 汽车金融市场预测分析2.3 中国汽车金融细分市场分析2.3.1 汽车消费信贷市场分析 (1) 汽车消费信贷渗透率 (2) 汽车消费信贷结构分析 (3) 汽车消费信贷消费意愿 (4) 汽车消费信贷业务模式 (5) 汽车消费信贷发展趋势2.3.2 汽车保险市场分析 (1) 国外汽车保险市场发展分析 (2) 中国汽车保险市场发展分析 (3) 中国汽车保险市场竞争格局 (4) 中国汽车保险营销模式分析 (5) 中国汽车保险发展前景预测2.3.3 二手车金融市场分析 (1) 二手车金融概述 (2) 二手车金融业务范围 (3) 二手车金融业务模式 (4) 二手车金融企业业务对比 (5) 二手车金融发展趋势 (6) 二手车金融前景预测2.3.4 中国汽车融资租赁市场分析 (1) 汽车融资租赁市场认知度 (2) 汽车融资租赁市场渗透率 (3) 汽车融资租赁消费群体分析 (4) 汽车融资租赁市场融资模式 (5) 汽车融资租赁市场规模分析 (6) 汽车融资租赁市场竞争格局 (7) 汽车融资租赁市场风险控制 (8) 汽车融资租赁企业竞争策略 (9) 汽车融资租赁市场发展动态2.4 互联网+汽车金融发展分析2.4.1 互联网金融发展分析 (1) 互联网金融市场情况 (2) 互联网金融市场现状2.4.2 互联网消费金融发展分析 (1) 互联网消费金融参与主体 (2) 互联网消费金融资金流向 (3) 互联网消费金融市场地位 (4) 互联网消费金融发展动力 (5) 互联网消费金融市场现状 (6) 互联网消费金融细分领域 (7) 行业发展趋势分析2.4.3 互联网+汽车金融发展情况 (1) 互联网对汽车金融的推动作用 (2) 互联网+汽车金融市场分析 (3) 互联网+汽车金融竞争格局 (4) 互联网+汽车金融发展模式 (5) 互联网+汽车金融生态分析 (6) 互联网+汽车金融思维模式 (7) 互联网+汽车金融痛点与解决方案 (8) 互联网+汽车金融发展趋势 (9) 互联网+汽车金融前景预测2.5 汽车金融市场投融资趋势分析2.6 汽车金融市场重点企业分析2.6.1 上汽通用汽车金融有限责任公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业风险管理状况 (5) 企业车贷套餐分析 (6) 企业金融产品分析 (7) 企业经营优劣势分析 (8) 企业最新发展动态2.6.2 大众汽车金融(中国)有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业金融产品分析 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业经营优劣势分析 (5) 企业最新发展动向分析2.6.3 丰田汽车金融(中国)有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业金融产品分析 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业经营优劣势分析2.6.4 奇瑞徽银汽车金融股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业金融产品分析 (4) 企业贷款方案分析 (5) 企业经营优劣势分析2.6.5 互联网+汽车金融主要平台分析第3章：中国汽车租赁市场分析3.1 中国汽车租赁市场发展分析3.1.1 汽车租赁市场发展历程 (1) 国外汽车租赁发展历程 (2) 国内汽车租赁发展历程3.1.2 汽车租赁市场特性分析 (1) 规模经济 (2) 网络化发展 (3) 资本密集型 (4) 风险高3.1.3 汽车租赁市场存在问题3.1.4 限行限购对汽车租赁影响 (1) 限购政策对行业的有利影响 (2) 限购政策对行业的不利影响3.1.5 汽车共享经营模式分析 (1) 汽车共享分类 (2) 汽车共享模式优势 (3) 汽车共享面临的问题3.1.6 新能源汽车租赁分析3.1.7 汽车租赁市场发展趋势 (1) 经营模式逐渐多元化 (2) 规模化经营是企业的发展趋势, 行业集中度将不断提高 (3) 汽车产业链融合进一步加大 (4) 服务水平和法律环境将更加完善3.2 中国汽车租赁市场规模分析3.2.1 汽车租赁市场营业规模3.2.2 汽车租赁企业与车辆规模3.2.3 汽车租赁市场需求规模 (1) 机动车驾驶人数量 (2) 汽车保有量走势3.2.4 汽车租赁市场渗透率3.2.5 汽车租赁企业融资规模3.2.6 汽车租赁市场发展前景3.3 中国汽车租赁市场结构分析3.3.1 汽车租赁车型结构3.3.2 汽车租赁收入结构3.3.3 汽车租赁业务结构3.3.4 汽车租赁区域结构3.3.5 汽车租赁消费群体结构3.4 中国汽车租赁市场竞争分析3.4.1 汽车租赁市场集中度3.4.2 汽车租赁市场竞争格局3.4.3 汽车租赁市场竞争结构 (1) 供应商的议价能力 (2) 购买者的议价能力 (3) 新进入者的威胁 (4) 替代品的威胁 (5) 行业内部之间的竞争3.5 中国汽车租赁细分市场分析3.5.1 商务租车市场 (1) 商务租车优势分析 (2) 商务租车规模与结构 (3) 商务租车车型结构 (4) 商务租车出租价格 (5) 商务租车发展趋势3.5.2 公务租车市场 (1) 公务用车改革历程 (2) 公务用车市场规模 (3) 国外公车租赁发展 (4) 公车租赁市场潜力3.5.3 个人租车市场 (1) 个人租车市场规模 (2) 个人租车影响因素 (3) 个人租车客户特征 (4) 个人租赁租车方式3.6 互联网+汽车租赁市场发展分析3.6.1 互联网+汽车租赁发展现状3.6.2 互联网+汽车租赁发展模式3.6.3 互联网+汽车租赁市场规模3.6.4 互联网+汽车租赁竞争格局3.6.5 互联网+汽车共享模式分析 (1) 汽车共享模式 (2) 汽车共享分类 (3) 汽车共享优劣势 (4) 汽车共享模式风险3.6.6 互联网+汽车租赁生态分析3.6.7 互联网+汽车租赁思维模式3.6.8 互联网+汽车租赁痛点与解决方案3.6.9 互联网+汽车租赁存在的问题3.6.10

互联网+汽车租赁发展趋势与前景预测3.7 汽车租赁市场重点企业分析3.7.1 北京神州汽车租赁有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业经营状况分析 (3) 企业经营模式分析 (4) 企业车型结构分析 (5) 租车服务产品结构 (6) 企业优势与劣势分析 (7) 企业zui新发展动向3.7.2 深圳市至尊汽车租赁有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业租车服务产品 (3) 企业租车服务范围 (4) 企业租车车型分析 (5) 企业租车收费分析 (6) 企业优势与劣势分析3.7.3 上海一嗨汽车租赁有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业主要经济指标分析 (3) 企业租车服务产品 (4) 企业租车车型分析 (5) 企业租车价格分析 (6) 企业租车服务范围 (7) 企业优势与劣势分析 (8) 企业zui新发展动向3.7.4 首汽租赁有限责任公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业发展规模分析 (3) 租车服务产品结构 (4) 企业车型结构分析 (5) 企业战略合作伙伴 (6) 企业优势与劣势分析3.7.5 互联网+汽车租赁企业分析第4章：中国二手汽车市场分析4.1 二手车市场发展分析4.1.1 二手车市场发展现状 (1) 市场发展时间较短，行业规范不完善，结构单一 (2) 二手车市场信息不透明、不对称 (3) 市场缺乏对车况第三方认证和评估机构 (4) 市场诚信度低，售后服务水平有待提升 (5) 市场区域发展不均衡，跨区域流通有待完善 (6) 缺少统一收费标准，税收征收困难 (7) 二手车金融跟不上市场发展速度4.1.2 二手车市场经营模式 (1) 国外二手车经营模式分析 (2) 国内二手车传统经营模式 (3) 国内二手车经营模式发展趋势 (4) 国内二手车创新经营模式分析4.1.3 二手车市场交易模式 (1) 国外二手车交易模式 (2) 国内二手车交易模式 (3) 国内二手车创新交易模式4.1.4 二手车市场发展趋势 (1) 二手汽车市场将迎来发展的高峰 (2) 短期内行业发展环境不容乐观，长远来看法规不断完善，市场逐步信息透明化、市场规范化 (3) 新车不断降价，单车利润变薄，市场进入以量取胜时代 (4) 交易量高增，二手汽车市场进入转型期 (5) 二手汽车呈年份缩短、车况趋新、档次升高的趋势 (6) 二手汽车经营与交易模式呈现多元化的趋势 (7) 线上交易平台成为市场发展新希望 (8) 区域市场集中度高，短期内很难改变 (9) 从长远来看，二手汽车将来取代新车市场地位、成为汽车消费市场的主体4.2 二手车交易市场统计分析4.2.1 二手车交易市场规模4.2.2 二手车交易市场集中度4.2.3 二手车交易市场区域结构4.3 二手车市场规模分析4.3.1 二手车市场交易量分析4.3.2 二手车市场交易额分析4.3.3 二手车交易价格分析 (1) 二手车交易均价分析 (2) 交易价格区间分布情况4.3.4 二手车交易结构分析 (1) 车型结构分析 (2) 交易渠道结构4.3.5 二手车行业参与主体分析4.3.6 二手车行业发展模式分析4.3.7 消费者车辆处置渠道分析 (1) 消费者处置二手车的渠道 (2) 选择处置二手车渠道时考虑的因素4.3.8 二手车行业需求分析 (1) 消费者需求调查 (2) 消费者需求趋势分析4.4 手汽车行业发展情况分析4.4.1 二手汽车交易量分析4.4.2 二手汽车与新车交易对比 (1) 二手汽车及新车销量情况 (2) 二手汽车与新车交易增速对比4.4.3 二手汽车交易占有量比重 (1) 二手汽车占有量比重 (2) 二手汽车成交量与汽车保有量增速对比4.4.4 二手汽车交易量结构4.5 手乘用车交易情况分析4.5.1 二手乘用车交易规模4.5.2 二手轿车交易规模4.5.3 二手SUV交易规模4.5.4 二手MPV交易规模4.5.5 二手交叉型车交易规模4.6 手商用车交易情况分析4.6.1 二手商用车交易规模4.6.2 二手客车交易规模4.6.3 二手货车交易规模4.7 二手汽车市场竞争结构分析4.7.1 供应商议价能力分析4.7.2 购买者议价能力分析4.7.3 潜在进入者威胁分析4.7.4 替代品的威胁分析4.7.5 行业内市场竞争分析4.8 互联网+二手车市场发展分析4.8.1 互联网+二手车发展现状4.8.2 互联网+二手车发展模式 (1) C2C模式 (2) B2C模式 (3) 2B模式4.8.3 互联网+二手车市场规模4.8.4 互联网+二手车市场渗透率4.8.5 互联网+二手车成交价格4.8.6 互联网+二手车竞争格局4.8.7 互联网+二手车生态分析4.8.8 互联网+二手车思维模式4.8.9 互联网+二手车痛点与解决方案 (1) 运营成本高，缺乏诚信运营环境 (2) 交易成本高，交易无法快速落地 (3) 车源不足，行业地域性特征明显4.8.10 互联网+二手车发展前景4.9 二手汽车市场投融资情况分析4.9.1 二手汽车行业投资动态 (1) 长城汽车股份有限公司与丰车签署二手车战略合作协议 (2) 启辕汽车与淘宝二手车达成战略合作 (3) TUV南德与淘车开展合作，助力二手车服务体系 (4) 车置宝与路虎捷豹达成“认证二手车采购”深度合作4.9.2 二手汽车行业融资动态 (1) 二手车交易平台Cazoo获1亿英镑融资，推动二手车交易线上化 (2) 二手车零售平台Spinny获4370万美元B轮融资 (3) 二手车交易平台Carsome融资5000万美金 (4) 二手车平台Frontier融资4亿美元4.9.3 二手汽车行业投融资趋势4.10 二手汽车市场重点企业分析4.10.1 人人车 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (3) 企业二手车业务分析 (4) 企业竞争战略分析 (5) 企业竞争优势劣势分析4.10.2 瓜子二手车 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (3) 企业二手车业务分析 (4) 企业竞争战略分析 (5) 企业竞争优势劣势分析4.10.3 优信二手车 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (3) 企业二手车业务分析 (4) 企业竞争战略分析 (5) 企业竞争优势劣势分析4.10.4 车王二手车 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (3) 二手车业务分析 (4) 企业竞争战略分析 (5) 企业竞争优势

劣势分析4.10.5 互联网+二手车交易平台分析第5章：中国汽车用品市场分析5.1
汽车用品行业发展状况分析5.1.1 汽车用品行业规模分析5.1.2 汽车用品行业利润分析5.1.3
汽车用品市场结构分析5.2 汽车用品竞争状况分析5.2.1 汽车用品企业品牌格局分析5.2.2
国内汽车用品竞争力缺陷分析（1）有规模，但知名品牌不多（2）产品同质化严重，创新程度不高（3）
汽车用品市场的价格缺少透明度也是目前汽车用品行业存在的另一缺陷（4）行业专业化程度不高，人才已经成为制约行业发展的瓶颈（5）忽视企业文化，导致企业没有灵魂5.3
汽车用品营销渠道分析5.3.1 汽车用品主要营销渠道分析（1）汽配城及汽车用品店（2）大型汽车用品超市（3）汽车4S店（4）网购汽车用品5.3.2 “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）深度营销在行业中的应用5.3.3 汽车用品渠道存在问题分析（1）渠道集中度低、渠道管理难度大（2）终端服务不规范（3）渠道自身管理缺乏规范5.4 汽车用品消费市场特征分析5.4.1 汽车用品整体消费特点（1）私家车消费趋于大众化（2）汽车用品销售市场调整（3）二三线城市成新兴市场（4）南方汽车消费市场活跃5.4.2 汽车用品消费群体比较5.4.3 汽车用品购买行为分析5.4.4 不同产品受关注度分析5.4.5 汽车用品消费者购买途径分析5.5 汽车电子市场发展分析5.5.1 全球汽车电子市场分析（1）汽车电子市场需求分析5.5.2 中国汽车电子市场发展分析（1）汽车电子市场发展现状（2）汽车电子市场存在问题（3）汽车电子市场规模分析（4）汽车电子市场发展趋势（5）汽车电子市场发展预测5.5.3 中国汽车电子市场竞争分析5.6 汽车座椅市场分析5.6.1 全球汽车座椅市场分析（1）汽车座椅区域竞争格局（2）汽车座椅企业竞争格局（3）汽车座椅市场发展趋势5.6.2 中国汽车座椅市场发展（1）汽车座椅行业发展现状（2）汽车座椅行业规模分析（3）汽车座椅市场结构分析（4）汽车座椅行业存在问题5.6.3 儿童安全座椅市场分析（1）儿童安全座椅立法分析（2）儿童安全座椅合格率分析（3）儿童安全座椅市场生产现状（4）儿童安全座椅市场需求分析（5）儿童安全座椅销售渠道分析5.7 汽车用品市场重点企业分析5.7.1 广东德联集团股份有限公司（1）企业基本信息简介（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构分析（4）企业区域市场分析（5）企业经营状况优劣势分析5.7.2 广州市标榜汽车用品实业有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构分析（4）企业组织架构分析（5）企业经营状况优劣势分析5.7.3 广州车邦汽车用品制造有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构分析（4）企业经营状况优劣势分析5.7.4 深圳市航盛电子股份有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构分析（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营状况优劣势分析5.7.5 厦门金龙汽车座椅有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业主营产品分析（3）企业生产设备分析（4）企业营销网络分析（5）企业经营优劣势分析第6章：中国汽车养护与维修市场分析6.1 汽车养护市场概述6.1.1 汽车养护市场界定6.1.2 汽车养护市场分类6.1.3 汽车养护服务项目6.2 汽车养护市场发展分析6.2.1 汽车养护市场运营模式6.2.2 汽车养护市场利润分析6.2.3 汽车养护市场技术状况6.2.4 汽车美容市场分析（1）汽车美容服务产品（2）国外汽车美容发展（3）中国汽车美容市场发展（4）中国汽车美容存在问题6.2.5 汽车装饰市场分析（1）汽车装饰服务产品（2）汽车装饰市场发展现状（3）汽车装饰市场发展趋势（4）汽车装饰市场竞争格局6.2.6 汽车养护市场存在问题6.2.7 汽车养护市场发展趋势6.3 汽车养护市场结构分析6.3.1 汽车养护市场客户结构6.3.2 汽车养护服务需求结构6.3.3 汽车养护市场消费结构6.4 汽车维修市场发展分析6.4.1 国外汽车维修市场分析（1）美国汽车维修市场发展（2）德国汽车维修市场发展（3）日本汽车维修市场发展（4）加拿大汽车维修市场发展6.4.2 国外汽车维修企业分析（1）美国汽车维修连锁店NAPA（2）德国博世（BOSCH）公司（3）日本AUTOBACS汽修连锁（4）澳大利亚REPCO汽修连锁6.4.3 中国汽车维修市场分类6.4.4 中国汽车维修经营模式6.4.5 中国汽车维修发展现状6.4.6 中国汽车维修存在问题6.4.7 汽车维修发展趋势分析6.5 汽车维修市场经营情况6.5.1 汽车维修行业发展概况（1）行业发展现状分析（2）行业市场规模分析6.5.2 汽车维修成本结构分析6.5.3 汽车维修从业人员结构6.5.4 汽车维修市场客户结构6.5.5 汽车维修市场企业结构6.5.6 汽车维修竞争格局分析6.5.7 反垄断对市场影响分析（1）纵向垄断现状分析（2）纵向垄断影响分析（3）反垄断动态分析6.6 汽车改装市场分析6.6.1 国外汽车改装市场发展（1）国外汽车改装市场发展现状（2）国外汽车改装市场类型分类（3）国外汽车改装市场规模分析6.6.2 国内汽车改装市场发展（1）汽车改装市场发展历程（2）汽车改装市场发展现状（3）汽车改装市场存在问题（4）汽车改装政策分析（5）国内汽车改装市场规模6.6.3 国内汽车改装市场结构（1）汽车改装市场区域结构（2）汽车改装车型结构分析（3）汽车改装消费结构分析（4）汽车改装需求结构分析6.7 互联网+汽车维修养护发展分析6.7.1 互联网+汽车维修养护发展现状（1）传统企业电商化（2）维修企业平台化6.7.2 互联网+汽车维修养护发展模式6.7.3 互联网+汽车维修养护渗透率6.7.4

互联网+汽车维修养护竞争格局6.7.5 互联网+汽车维修养护生态分析6.7.6
互联网+汽车维修养护思维模式6.7.7 互联网+汽车维修养护痛点与解决方案6.7.8
互联网+汽车维修养护发展前景6.8 汽车维修与养护重点企业分析6.8.1 博世贸易（上海）有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业主营业务分析（3）企业市场与服务网络（4）企业经营优劣势分析6.8.2 深圳市元征科技股份有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主营业务分析（4）企业市场与服务网络分析（5）企业研发能力分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动向分析6.8.3 广东永泰和汽车用品有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主营业务分析（4）企业研发能力分析（5）企业经营优劣势分析6.8.4 中兴-沈阳商业大厦（集团）股份有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主营业务分析（4）企业经营优劣势分析6.8.5
互联网+汽车维修养护平台分析第7章：中国报废汽车回收市场分析7.1 报废汽车回收市场发展分析7.1.1 报废汽车回收行业发展现状分析7.1.2
报废汽车回收行业回收模式分析（1）报废汽车回收主要回收模式（2）报废汽车回收模式对比分析7.2 报废汽车回收市场总体市场分析7.2.1 报废汽车回收行业经营规模7.2.2 报废汽车回收拆解情况分析7.2.3 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价格分析7.2.4 报废汽车回收行业竞争分析7.2.5 报废汽车回收行业回收规模分析7.3 汽车零部件再制造市场分析7.3.1 行业发展相关概述（1）汽车零部件再制造的界定（2）汽车零部件再制造的发展7.3.2 行业发展现状分析7.3.3 行业市场发展前景7.4 中国报废汽车回收市场前景预测7.4.1 报废汽车数量预测7.4.2 报废汽车回收市场预测7.5 报废汽车拆解业重点企业分析7.5.1 广东省金属回收有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主营业务分析（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营优劣势分析7.5.2 深圳市报废车回收有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营优劣势分析7.5.3 鑫广绿环再生资源股份有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主要客户分析（4）企业经营优劣势分析7.5.4 江苏苏北废旧汽车家电拆解再生利用有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营优劣势分析第8章：新能源汽车充电基础设施市场分析8.1 新能源汽车充电基础设施概述8.1.1 充电基础设施界定8.1.2 新能源汽车充电模式（1）常规充电模式分析（2）快速充电模式分析（3）机械充电模式分析（4）自动充电模式分析（5）无线充电模式分析8.1.3 充电基础设施运营模式（1）国外商业运营模式分析（2）国内商业运营模式分析8.2 新能源汽车充电基础设施发展现状8.2.1 新能源汽车充电基础设施需求分析（1）新能源汽车产销分析（2）新能源汽车产品结构（3）新能源汽车品牌结构（4）新能源汽车前景预测8.2.2 新能源汽车充电基础设施建设情况（1）中国电动汽车充电桩建设规模（2）中国电动汽车充电桩市场结构8.3 互联网+充电基础设施发展情况分析8.3.1 互联网+充电基础设施发展现状8.3.2 互联网+充电基础设施运营模式8.3.3 互联网+充电基础设施投融资模式8.3.4 互联网+充电基础设施市场规模8.3.5 互联网+充电基础设施市场竞争8.3.6 互联网+充电基础设施痛点与解决方案8.3.7 互联网+充电基础设施发展趋势与前景预测8.4 重点地区充电基础设施建设与运营分析8.4.1 北京市充电基础设施建设与运营分析（1）市场政策与规划（2）市场需求分析（3）市场规模分析（4）发展前景预测8.4.2 上海市充电基础设施建设与运营分析（1）市场政策与规划（2）市场需求分析（3）市场规模分析（4）发展前景预测8.4.3 广州市充电基础设施建设与运营分析（1）市场政策与规划（2）市场需求分析（3）市场规模分析（4）发展前景预测8.4.4 深圳市充电基础设施建设与运营分析（1）市场政策与规划（2）市场需求分析（3）市场规模分析（4）发展前景预测8.4.5 杭州市充电基础设施建设与运营分析（1）市场政策与规划（2）市场需求分析（3）市场规模分析（4）发展前景预测8.5 新能源汽车充电基础设施企业分析8.5.1 国家电网有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业建设规模分析（4）企业市场区域结构8.5.2 特来电新能源有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业产品结构分析（4）企业市场区域结构（5）企业经营优劣势分析8.5.3 万帮充电设备有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业产品结构分析（4）企业市场区域结构（5）企业经营优劣势分析8.5.4 上海上汽安悦充电科技有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业产品结构分析（4）企业市场区域结构（5）企业经营优劣势分析8.5.5 中国普天信息产业股份有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业产品结构分析（4）企业市场区域结构（5）企业经营优劣势分析第9章：中国汽车后市场的重点区域分析9.1 珠三角地区汽车后市场分析9.1.1 广州市汽车后市场发展分析（1）广州市汽车保有量及其增长（2）广州市汽车后市场发展现状（3）广州市汽车后市场竞争格局（4）广州市汽车后市场前景展望9.1.2 深圳市汽车后市场发展分析（1）深圳市汽车保有量及其增长（2）深圳市汽车后市场发展现状（3）深圳

市汽车后市场竞争格局(4) 深圳市汽车后市场前景展望9.1.3 东莞市汽车后市场发展分析(1) 东莞市汽车保有量及其增长(2) 东莞市汽车后市场发展现状(3) 东莞市汽车后市场竞争格局(4) 东莞市汽车后市场前景展望9.2 长三角地区汽车后市场分析9.2.1 上海市汽车后市场发展分析(1) 上海市汽车保有量及其增长(2) 上海市汽车后市场发展现状(3) 上海市汽车后市场竞争格局(4) 上海市汽车后市场前景展望9.2.2 浙江省汽车后市场发展分析(1) 浙江省汽车保有量分析(2) 浙江省汽车后市场发展现状(3) 浙江省汽车后市场竞争格局(4) 浙江省汽车后市场前景展望9.2.3 江苏省汽车后市场发展分析(1) 江苏省汽车保有量及其增长(2) 江苏省汽车后市场发展现状(3) 江苏省汽车后市场竞争格局(4) 江苏省汽车后市场前景展望9.3 环渤海地区汽车后市场分析9.3.1 北京市汽车后市场发展分析(1) 北京市汽车保有量及其增长(2) 北京市汽车后市场发展现状(3) 北京市汽车后市场竞争状况(4) 北京市汽车后市场前景展望9.3.2 天津市汽车后市场发展分析(1) 天津市汽车保有量及其增长(2) 天津市汽车后市场发展现状(3) 天津市汽车后市场竞争格局(4) 天津市汽车后市场前景展望9.3.3 山东省汽车后市场发展分析(1) 山东省汽车保有量及其增长(2) 山东省汽车后市场发展现状(3) 山东省汽车后市场竞争格局(4) 山东省汽车后市场前景展望9.3.4 河北省汽车后市场发展分析(1) 河北省汽车保有量及其增长(2) 河北省汽车后市场发展现状(3) 河北省汽车后市场竞争格局(4) 河北省汽车后市场前景展望9.4 东北地区汽车后市场分析9.4.1 黑龙江省汽车后市场发展分析(1) 黑龙江省汽车保有量及其增长(2) 黑龙江省汽车后市场发展现状(3) 黑龙江省汽车后市场竞争格局(4) 黑龙江省汽车后市场前景展望9.4.2 吉林省汽车后市场发展分析(1) 吉林省汽车保有量及其增长(2) 吉林省汽车后市场发展现状(3) 吉林省汽车后市场竞争格局(4) 吉林省汽车后市场前景展望9.4.3 辽宁省汽车后市场发展分析(1) 辽宁省汽车保有量及其增长(2) 辽宁省汽车后市场发展现状(3) 辽宁省汽车后市场竞争格局(4) 辽宁省汽车后市场前景展望9.5 中西部地区汽车后市场分析9.5.1 四川省汽车后市场发展分析(1) 四川省汽车保有量及其增长(2) 四川省汽车后市场发展现状(3) 四川省汽车后市场竞争格局(4) 四川省汽车后市场前景展望9.5.2 湖北省汽车后市场发展分析(1) 湖北省汽车保有量及其增长(2) 湖北省汽车后市场发展现状(3) 湖北省汽车后市场竞争状况(4) 湖北省汽车后市场前景展望9.5.3 重庆市汽车后市场发展分析(1) 重庆市汽车保有量及其增长(2) 重庆市汽车后市场发展现状(3) 重庆市汽车后市场竞争状况(4) 重庆市汽车后市场前景展望9.5.4 陕西省汽车后市场发展分析(1) 陕西省汽车保有量及其增长(2) 陕西省汽车后市场发展现状(3) 陕西省汽车后市场竞争格局(4) 陕西省汽车后市场前景展望第10章：中国汽车后市场投资趋势与前景预测10.1 汽车后市场投资风险分析10.1.1 汽车后市场政策风险10.1.2 汽车后市场经济波动风险10.1.3 汽车后市场风险10.1.4 汽车后市场供需风险10.2 汽车后市场投资特性与机会分析10.2.1 汽车后市场进入壁垒10.2.2 汽车后市场盈利模式10.2.3 汽车后市场需求影响因素10.2.4 汽车后市场投资机会及建议(1) 汽车后市场投资机会(2) 汽车后市场投资建议(3) 汽车后市场产业园区建设10.3 汽车后市场发展趋势与前景预测10.3.1 汽车后市场发展趋势(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10.3.2 汽车保有量预测分析10.3.3 汽车后市场预测分析图表目录图表1：中国汽车后市场的业务内容分析图表2：中国汽车后市场渠道模式分析图表3：2019-2020年中国汽车后市场政策汇总表图表4：汽车金融相关政策汇总表图表5：汽车租赁相关政策汇总表图表6：二手车相关政策汇总表图表7：汽车维修/养护/改装相关政策汇总表图表8：报废汽车回收相关政策汇总表图表9：充电基础设施相关政策汇总表图表10：2014-2020年中国GDP增长走势图(单位：亿元)图表11：2014-2020年中国居民人均可支配收入情况(单位：元)图表12：2014-2020年中国城镇人口比重(单位：%)图表13：2015-2020年中国汽车制造业营业收入(单位：亿元)图表14：2015-2020年中国汽车进出口数量(单位：万辆)图表15：2017-2020年中国网民规模(单位：万人，%)图表16：中国汽车后市场发展历程分析图表17：汽车后市场生命周期图图表18：2015-2020年中国汽车后市场行业投融资情况(单位：亿元)图表19：2014-2020年中国汽车后市场行业市场规模(单位：亿元)图表20：2014-2020年中国乘用车销量走势图(单位：万辆)图表21：中国民用汽车拥有量地区分布情况(按拥有量)(单位：%)图表22：中国民用汽车拥有量分车型需求结构(按需求量)(单位：%)图表23：汽车金融行业发展阶段分析图表24：汽车金融基本产品图表25：汽车金融相关产品图表26：汽车金融市场主体分析图表27：中国汽车金融发展阶段表图表28：2008-2020年汽车金融公司数量变化趋势(单位：家)图表29：2014-2020年汽车金融行业资产规模变化趋势(单位：亿元)图表30：2015-2020年中国汽车金融行业市场规模(单位：亿元)图表31：2021-2026年中国汽车金融行业市场规模预测(单位：亿元)图表32：分用户类型中国汽车消费信贷渗透率情况(单位：%)图表33：分城市级别中国汽车消费信贷渗透率情况(单位：%)图表34：汽车消费信贷市场的产品类型图表35：汽车消

费信贷业务模式图表36：美国汽车保险的直销模式图表37：美国汽车保险的种类分析图表38：2012-2020年中国机动车承保数量及增长率（单位：亿辆次，%）图表39：2012-2020年全国车险保费收入变化情况（单位：亿元，%）图表40：汽车保险营销模式比较图表41：汽车保险柜台直销模式分析图表42：汽车保险电话直销模式分析图表43：汽车保险网络直销模式分析图表44：汽车保险专业代理模式分析图表45：汽车保险兼职代理模式分析图表46：汽车保险个人代理模式分析图表47：2021-2026年我国机动车辆承保数量变化情况预测（单位：亿辆）图表48：2021-2026年我国车险保费收入变化情况预测（单位：亿元）图表49：2016-2022年中国汽车融资租赁渗透率（单位：%）图表50：2018-2020年中国汽车融资租赁市场规模（单位：亿元）图表51：中国汽车租赁重点企业对比（单位：辆）图表52：2013-2020年中国银行离柜交易笔数（单位：亿笔，%）图表53：2013-2020年中国互联网保险规模（单位：亿元）图表54：2014-2020年中国互联网财富管理市场规模（单位：亿元）图表55：2012-2020年国内网贷运营平台数量趋势图（单位：家）图表56：2015-2020年国内网贷运营平台成交规模和贷款余额规模（单位：亿元）图表57：2017-2020年中国互联网理财用户规模及使用率（单位：万人，%）图表58：2017-2020年中国网络支付用户规模及使用率（单位：万人，%）图表59：互联网消费金融的生态闭环图图表60：互联网消费金融核心参与主体资金流向图图表61：基于电子商务衍生出来的多元金融业态图图表62：2017-2020年中国网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）图表63：互联网金融发展趋势分析图图表64：2018-2020年中国互联网+汽车金融市场规模（单位：亿元）图表65：主要互联网+汽车金融企业表图表66：互联网+汽车金融发展模式图表67：2021-2026年中国互联网+汽车金融市场规模预测（单位：亿元）图表68：上汽通用汽车金融有限责任公司基本信息表图表69：上汽通用汽车金融有限责任公司主营业务表图表70：上汽通用汽车金融有限责任公司风险管理状况分析图表71：上汽通用汽车金融有限责任公司车贷套餐分类（单位：%、年）图表72：上汽通用汽车金融有限责任公司产品分析图表73：上汽通用汽车金融有限责任公司优劣势分析图表74：大众汽车金融（中国）有限公司基本信息表图表75：大众汽车金融（中国）有限公司客户利率公示图图表76：大众汽车金融（中国）有限公司优劣势分析图表77：丰田汽车金融（中国）有限公司基本信息表图表78：丰田汽车金融（中国）有限公司等额本息贷款方案示意图图表79：丰田汽车金融（中国）有限公司轻松融资贷款方案示意图图表80：丰田汽车金融（中国）有限公司灵活投资贷款（跳跳贷）方案示意图图表81：丰田汽车金融（中国）有限公司灵活投资贷款（无本贷）方案示意图图表82：丰田汽车金融（中国）有限公司优劣势分析图表83：奇瑞徽银汽车金融股份有限公司基本信息表图表84：奇瑞徽银汽车金融股份有限公司产品分析图表85：奇瑞徽银汽车金融股份有限公司优劣势分析图表86：汽车互联网金融切入环节图图表87：中国汽车租赁行业的问题分析图图表88：2014-2020年中国汽车经营租赁市场规模（单位：亿元）图表89：2015-2020年中国机动车驾驶人数量走势图（单位：亿人）图表90：2015-2020年中国民用汽车拥有量（单位：亿辆）图表91：中国汽车租赁市场主要影响因素分析图图表92：中国汽车租赁行业的车型结构表图表93：汽车租赁用户消费结构分析图图表94：2013-2020年中国公务租车市场规模趋势图（单位：亿元）图表95：2013-2020年中国个人租车市场规模趋势图（单位：亿元）图表96：个人租车影响因素分析（单位：%）图表97：个人租车年龄分布（单位：%）图表98：个人租车意愿分析（单位：%）图表99：中国互联网+汽车租赁市场主要企业列表图表100：神州租车控股有限公司基本信息表图表101：神州租车有限公司企业租车服务产品表图表102：神州汽车租赁有限公司可租汽车类型及品牌图图表103：深圳市至尊汽车租赁有限公司基本信息表图表104：深圳市至尊汽车租赁有限公司租车服务产品表图表105：深圳市至尊汽车租赁有限公司租车（部分）车型表图表106：深圳市至尊汽车租赁有限公司租车（部分）收费标准图图表107：深圳市至尊汽车租赁有限公司经营优劣势分析图图表108：上海一嗨汽车租赁有限公司基本信息表图表109：2015-2020年一嗨汽车租赁有限公司主要经济指标分析表（单位：亿元）图表110：上海一嗨汽车租赁有限公司租车服务产品表图表111：上海一嗨汽车租赁有限公司租车车型（部分）表图表112：上海一嗨汽车租赁有限公司经营优劣势分析图图表113：首汽租赁有限责任公司基本信息表图表114：首汽租赁有限责任公司租车服务产品表图表115：首汽租赁有限责任公司租车车型（部分）表图表116：首汽租赁有限责任公司经营优劣势分析图图表117：中国互联网巨头在汽车融资租赁领域的布局分析图图表118：网络竞拍流程图图表119：2020年各大区域二手车市场交易量（单位：万辆）图表120：2020年二手车交易量区域分布情况（单位：万辆）