

# 中国汽车后发展分析与前景趋势预测报告2023-2029年

产品名称	中国汽车后发展分析与前景趋势预测报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
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
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国汽车后发展分析与前景趋势预测报告2023-2029年\*\*\*\*\*

[报告编号] 368638[出版日期] 2023年4月[出版机构] 中研华泰研究院 [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 纸质版+电子版:7000元 [联系人员]

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 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1.2.2汽车后市场经济环境分析（1）国内生产总值及增长分析（2）居

民人均可支配收入及增长分析1.2.3汽车后市场社会环境分析（1）城市化水平不断提高（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）汽车文化逐渐形成1.2.4汽车后市场产业发展环境

分析（1）汽车整车制造业发展分析（2）汽车零部件制造业发展分析（3）新能源汽车产业发展分析（4

）汽车所属行业进出口市场发展分析（5）汽车消费需求情况分析（6）互联网产业发展分析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1.3.4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）汽车保有量分析（

2）汽车销售规模分析（3）乘用车销售规模分析（4）商用车销售规模分析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调研2.1汽车金融市场概述2.1.1汽车金融定义与发展历程2.

1.2汽车金融产品分类2.1.3汽车金融市场主体2.2国外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汽车金融市场发展特点2.2.3汽车金融市场发展规模2.2.4汽车金融资金来源结构2.2.5汽车金融服务模式分

析（1）汽车金融公司服务模式（2）美国汽车金融服务模式（3）德国汽车金融服务模式（4）日本汽车

金融服务模式2.2.6汽车金融市场经验借鉴2.3中国汽车金融市场发展分析2.3.1汽车金融市场发展历程2.3.2

汽车金融市场存在问题2.3.3汽车金融市场发展规模2.3.4汽车金融市场发展趋势2.3.5汽车金融市场预测分析

2.4中国汽车金融细分市场调研2.4.1汽车消费信贷市场调研（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（6）汽

车消费信贷趋势分析2.4.2汽车保险市场调研（1）国外汽车保险市场发展分析1）美国汽车保险发展分析2

）德国汽车保险发展分析3）日本汽车保险发展分析（2）中国汽车保险市场发展分析1）车辆承保数量2

）保费规模分析（3）中国汽车保险市场竞争格局1）汽车保险区域竞争格局2）汽车保险企业竞争格局3

）汽车保险市场集中度分析（4）中国汽车保险营销模式分析1）汽车保险直接营销模式2）汽车保险间接

营销模式(5) 中国汽车保险趋势预测分析1) 汽车保险行业发展趋势分析2) 汽车保险行业发展驱动因素3) 汽车保险行业趋势预测分析2.4.3二手车金融市场调研(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) 二手车金融趋势分析2.4.4中国汽车融资租赁市场调研(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) 汽车融资租赁盈利情况分析(8) 汽车融资租赁市场风险控制(9) 汽车融资租赁企业竞争策略(10) 汽车融资租赁市场发展动态2.5互联网+汽车金融发展分析2.5.1互联网金融发展分析(1) 互联网金融市场情况1) 网上银行交易规模2) 互联网保险交易规模3) 互联网基金规模4) P2P网贷市场规模(2) 互联网金融市场分析1) 互联网金融让客户做主互联网理财产品综合渗透率已经高达45%2) 超过半数的受访者愿意尝试通过微信管理银行账户3) 数字化支付下的信用卡94%的受访者曾使用过在线支付平台2.5.2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1) 网民群体的扩大是互联网消费金融产业快速发展的基石2) 互联网经济将向传统行业全面渗透3) 在线零售渗透率不断提升(5) 互联网消费金融市场规模1) 交易规模2) 贷款规模(6) 互联网消费金融细分领域1) 电商生态消费金融市场规模2) P2P消费金融市场规模分析(7) 行业发展趋势分析2.5.3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+汽车金融市场规模(3) 互联网+汽车金融竞争格局(4) 互联网+汽车金融发展模式2.6汽车金融市场投融资趋势分析2.7汽车金融市场重点企业分析2.7.1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2.7.2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2.7.3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2.7.4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2.7.5中国工商银行汽车金融业务经营分析(1) 企业发展简况分析(2) 汽车信贷业务分析(3) 汽车信贷政策分析2.7.6中国银行汽车金融业务经营分析(1) 企业发展简况分析(2) 汽车消费信贷政策分析(3) 个人汽车信贷业务分析2.7.7招商银行汽车金融业务经营分析(1) 企业发展简况分析(2) 汽车贷款政策分析(3) 汽车信贷业务分析(4) 汽车信贷特点分析2.7.8互联网+汽车金融主要平台分析(1) 易港金融(2) 易鑫车贷(3) 第1车贷(4) 钱保姆(5) 向日葵金融(6) 金融e站汽车金融 第3章中国汽车租赁市场调研3.1国外汽车租赁市场发展分析3.1.1汽车租赁市场发展现状3.1.2汽车租赁市场发展规模3.1.3汽车租赁市场经营模式3.1.4汽车租赁市场经营特点3.1.5汽车租赁市场服务产品3.1.6国外汽车租赁发展分析(1) 美国汽车租赁行业发展1) 汽车租赁车辆规模走势2) 汽车租赁营业收入走势3) 单位车辆创收情况分析4) 汽车租赁市场竞争结构5) 汽车租赁政策法规情况6) 汽车租赁风险控制7) 汽车租赁行业发展经验(2) 日本汽车租赁行业发展(3) 国外汽车租赁行业经验借鉴3.2中国汽车租赁市场发展分析3.2.1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3.2.2汽车租赁市场特性分析3.2.3汽车租赁市场存在问题3.2.4限行限购对汽车租赁影响3.2.5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3.2.6新能源汽车租赁分析3.2.7汽车租赁市场发展趋势3.3中国汽车租赁市场规模分析3.3.1汽车租赁市场营业规模3.3.2汽车租赁企业与车辆规模3.3.3汽车租赁市场需求规模(1) 汽车驾驶人数量走势(2) 私人汽车与轿车保有量走势(3) 潜在市场需求走势分析3.3.4汽车租赁市场渗透率3.3.5汽车租赁企业融资规模3.3.6汽车租赁市场规模预测3.4中国汽车租赁市场结构分析3.4.1汽车租赁车型结构3.4.2汽车租赁收入结构3.4.3汽车租赁业务结构3.4.4汽车租赁区域结构3.4.5汽车租赁消费群体结构3.5中国汽车租赁市场竞争分析3.5.1汽车租赁市场集中度3.5.2汽车租赁市场竞争格局3.5.3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3.6中国汽车租赁细分市场调研3.6.1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(6) 市场发展动态分析3.6.2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(5) 市场发展动态分析3.6.3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3.7互联网+汽车租赁市场发展分析3.7.1互联网+汽车租赁发展现状3.7.2互联网+汽车租赁发展模式3.7.3互联网+汽车租赁市场规模3.7.4互联网+汽车租赁竞争格局3.7.5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(2) 汽车共享模式优势(3) 汽车共享优劣势(4) 汽车共享模式风险3.7.6互联网+汽车租赁生态分析3.7.7互联网+汽车租赁思维模式3.7.8互联网+汽车租赁痛点与解决方案3.7.9互联网+汽车租赁存在的问题3.7.10互联网+汽车租赁发展趋势与趋势分析3.8汽车租赁市场重点企业分析3.8.1安吉汽车租赁有限公司(1) 企业基本信息简介(2) 企业经营模式分析

(3) 企业投资融资分析 (4) 企业发展规模 (收入/车辆/员工/网点/客户等) 3.8.2\*\*汽车租赁有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业经营模式分析 (3) 企业投融资分析 (4) 企业发展规模分析 3.8.3一嗨汽车租赁有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业经营模式分析 (3) 企业投资融资分析 (4) 企业发展规模分析 3.8.4 国信中联汽车投资管理有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业发展规模分析 (3) 企业在华发展分析 (4) 企业租赁业务分析 3.8.5 宝马汽车金融有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业在华发展分析 (3) 企业租赁业务分析 (4) 企业优势与劣势分析 3.8.6 易汇资本 (中国) 融资租赁有限公司 (1) 企业基本信息简介 (2) 企业发展规模分析 (3) 企业租赁业务分析 (4) 企业优势与劣势分析 3.8.7 互联网+汽车租赁企业分析 (1) 易到用车 (2) PP租车 (3) AA租车 (4) 凹凸共享租车 (5) 租租车 (6) 车纷享 (7) SideCar租车 (8) Hailo租车 (9) Uber租车

#### 第4章 中国二手车市场调研

#### 4.1 二手车市场发展分析

#### 4.1.1 二手车市场发展现状

#### 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

#### 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) 不同车龄库存均价分析 (3) 不同省份库存单价对比 (4) 各级别二手车保值率分析

#### 4.3.4 二手车交易结构分析 (1) 车型结构分析 (2) 区域结构分析 (3) 交易渠道结构 (4) 车龄结构分析 (5) 车源结构分析

#### 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 消费者车辆处置方式分析 (1) 车辆处置方式调研分析 (2) 车辆出售渠道调研分析 (3) 用户倾向的出售方式分析

#### 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 二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) 二手汽车占新车销量比重 (2) 中外对比分析 (3) 二手汽车与新车交易增速对比

#### 4.4.3 二手汽车交易占保有量比重 (1) 二手汽车占保有量比重 (2) 中外对比分析 (3) 二手汽车与保有量增速对比

#### 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SUV交易规模

#### 4.5.3 二手MPV交易规模

#### 4.5.4 二手交叉型乘用车交易规模

#### 4.6 手商用车交易情况分析

#### 4.6.1 二手客车交易规模

#### 4.6.2 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

#### 4.8.3 互联网+二手车市场规模

#### 4.8.4 互联网+二手车市场成交率

#### 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

#### 4.8.10 互联网+二手车发展趋势与趋势分析

#### 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) 一汽丰田深耕二手汽车业务 (2) 和谐汽车涉足二手汽车业务 (3) 首家合资二手汽车置换中心开业 (4) 易车 (5) 神龙汽车公司成立首个二手汽车中心 (6) 宁夏西夏区二手车交易市场 (7) 比亚迪5地试水二手汽车 (8) 平安试水二手汽车电商

#### 4.9.2 二手汽车行业融资动态 (1) 车易拍获1.85亿美元融资 (2) 优车诚品获近千万A轮融资 (3) 大搜车获千亿级B轮投资 (4) 优信拍获3000万美元融资

#### 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 深圳市澳康达二手车交易市场有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (3) 企业二手车业务分析 (4) 企业营销与服务分析

#### 4.10.2 浙江元通二手车有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (3) 企业二手车业务分析 (4) 企业营销与服务分析

#### 4.10.3 上海艾车二手车有限公司 (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) 企业营销与服务分析

#### 4.10.4 梅斯德斯——奔驰星睿认证二手车 (1) 企业发展简况分析 (2) 二手车业务分析 (3) 企业竞争战略分析 (4) 企业二手车认证标准

#### 4.10.5 上海通用诚新二手车 (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) 企业营销与服务分析 (5) 企业竞争战略分析 (6) 企业竞争优势劣势分析

#### 4.10.6 上海车王二手车经营有限公司 (车王二手车超市) (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

#### 4.10.7 互联网+二手车交易平台分析 (1) 车易拍 (2) 优信拍 (3) 开新帮卖 (4) 平安好车 (5) 神州二手车 (6) 大搜车 (7) 人人车 (8) 优车诚品 (9) 淘车网

#### 第5章 中国汽车用品市场调研

#### 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 (1) 国内汽车用品区域格局分析 (2) 汽车用品新锐品牌竞争分析 (3) 汽车用品知名品牌竞争分析 (4) 汽车用品窗膜品牌竞争分析 (5) 汽车用品美容养护品牌竞争

#### 5.2.2 国内汽车用品竞争力缺陷分析

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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 汽车用品热点关注产品分析

#### 5.4.5 不同产品受关注度分析 (1) 汽车养护产品关注度分析 (2) 汽车

精品关注度分析(3) 常规类用品关注度分析(4) 安全性用品关注度分析5.4.6汽车用品消费者购买途径分析(1) 传统销售方式仍然是市场主流(2) 消费者选购汽车用品的考虑因素(3) 消费者信息获取途径分析5.5汽车电子市场发展分析5.5.1全球汽车电子市场调研(1) 汽车电子市场销量分析(2) 汽车电子市场产品结构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(1) 汽车电子市场区域竞争格局(2) 汽车电子市场产品竞争格局(3) 汽车电子市场集中度分析5.6汽车座椅市场调研5.6.1全球汽车座椅市场调研(1) 汽车座椅市场规模走势(2) 汽车座椅市场区域结构(3) 汽车座椅企业竞争格局(4) 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儿童安全座椅市场调研(1) 儿童安全座椅立法分析(2) 儿童安全座椅合格率分析(3) 儿童安全座椅普及率分析(4) 儿童安全座椅市场生产现状(5) 儿童安全座椅市场规模分析(6) 儿童安全座椅市场结构分析(7) 儿童安全座椅销售渠道分析(8) 儿童安全座椅市场价格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) 企业区域市场调研(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延锋伟世通汽车电子有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业研发能力分析(3) 企业产品结构分析(4) 企业\*新发展动向分析5.7.5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5.7.6芜湖江森云鹤汽车座椅有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业主营业务分析(3) 企业产品结构分析5.7.7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 第6章中国汽车养护与维修市场调研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汽车美容市场调研(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汽车装饰市场调研(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国外汽车维修市场调研(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汽车维修市场规模与经营效益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(4) 维修市场向独立模式发展(5) 独立模式消费者认可度分析(6) 独立模式盈利能力分析6.6汽车改装市场调研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+汽车维修养护市场规模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+汽车维修养护发展趋势与趋势分析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广州华迤德贸易有限公司(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6.8.3安徽春雨汽车集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务范围(4) 企业经营优劣势分析6.8.4烟台麦特集团有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业主营业务范围(3) 企业组织架构分析(4) 企业市场与网络分析6.8.5深圳市元征科技股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 主要经济指标分析(3) 企业盈利能力分析(4) 企业主营业务分析6.8.6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) 企业研发能力分析6.8

.9互联网+汽车维修养护平台分析(1) Openbay (2) RepairPal (3) 摩卡i(爱)车(4) 牛司机(5) 易保养(6) 典典养车(7) 优卡狮 第7章中国报废汽车回收市场调研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调研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产值分析7.2.4报废汽车回收行业竞争分析(1) 企业排名分析(2) 市场集中度分析(3) 企业分布区域分析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调研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行业市场规模预测7.4中国报废汽车回收市场前景分析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广东省金属回收公司经营情况分析(1) 企业发展简况分析(2) 企业主营业务分析(3) 企业销售渠道与网络(4) 企业经营优劣势分析7.5.2深圳市报废车回收有限公司经营情况分析(1) 企业发展简况分析(2) 企业销售渠道与网络(3) 企业经营优劣势分析7.5.3江苏苏物再生利用有限公司经营情况分析(1) 企业发展简况分析(2) 企业销售渠道与网络(3) 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调研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) 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) 新能源汽车趋势分析8.2.2新能源汽车充电基础设施建设情况(1) 充电基础设施建设存在问题(2) 充电基础设施建设规模分析(3) 充电基础设施市场结构分析(4) 充电基础设施建设竞争分析(5) 充电基础设施建设模式分析(6) 充电基础设施发展趋势分析(7) 充电基础设施趋势预测分析(8) 充电基础设施建设典型案例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趋势分析8.4重点城市充电基础设施建设与运营分析8.4.1北京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) 运营模式分析8.4.2上海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) 运营模式分析8.4.3广州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) 运营模式分析8.4.4深圳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) 运营模式分析8.4.5杭州充电基础设施建设与运营分析(1) 市场政策与规划