

中国汽车后市场深度调研分析及投资方向研究报告2024-2030年

| | |
|------|----------------------------------|
| 产品名称 | 中国汽车后市场深度调研分析及投资方向研究报告2024-2030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

中国汽车后市场深度调研分析及投资方向研究报告2024-2030年*****

*****【报告编号】 380225【出版日期】 2023年10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 章

中国汽车后市场的发展综述 24节 汽车后市场行业的发展概况

24一、汽车后市场行业的相关概述 24（一）汽车后市场行业的定义

24（二）汽车后市场行业的分类 24二、汽车后市场行业的发展概况

29（一）汽车后市场发展历程分析 29（二）中国汽车后市场渠道模式

29（三）汽车后市场行业规模分析 29（四）汽车后市场行业利润分析

30三、汽车后市场行业的发展策略 31（一）汽车后市场运营模式分析

31（二）汽车后市场存在问题分析 32（三）汽车后市场发展策略分析 34第二节

汽车后市场行业的发展环境 35一、汽车后市场行业政策环境分析

35（一）汽车后市场行业监管体制 35（二）汽车后市场相关政策解读

36（三）汽车后市场外资进入政策 36二、汽车后市场行业需求环境分析

38（一）汽车保有量情况分析 38（二）中国城市化进程分析

38（三）汽车售后市场需求巨大 39三、汽车后市场行业经济环境分析

40（一）中国GDP增长情况分析 40（二）工业经济发展形势分析

41（三）社会固定资产投资分析 42（四）全社会消费品零售总额

43（五）城乡居民收入增长分析 44（六）居民消费价格变化分析

45（七）对外贸易发展形势分析 46第三节 汽车后市场营销渠道分析

47一、汽车后市场主要营销渠道 47（一）汽车4S店营销分析 47（二）展会渠道分析

48（三）网络营销渠道分析 49二、深度营销理论导入解析 49（一）深度营销理论的简介

49（二）深度营销必要性分析 50（三）深度营销在行业中的应用

51三、汽车后市场渠道存在问题 52第四节 汽车4S店渠道模式分析

54一、汽车4S店的发展概况分析 54 (一) 汽车4S店概念及发展历程

54 (二) 汽车4S店的发展现状分析 56 (三) 汽车4S店营销存在的问题

57 (四) 汽车经销4S店营销发展对策 59 (五) 汽车经销4S店营销发展趋势

61二、国外汽车4S店营销模式分析 62 (一) 国外汽车4S店营销现状

62 (二) 美国汽车4S店营销模式 62 (三) 欧洲汽车4S店营销模式

63 (四) 日本汽车4S店营销模式 65三、中国汽车4S店营销模式分析

66 (一) 汽车品牌专卖店营销模式 66 (二) 汽车交易市场营销模式

66 (三) 汽车产业园区营销模式 66 (四) 汽车连锁销售营销模式

67 (五) 电子商务模式营销模式 68四、汽车4S店的波特五力模型分析

68 (一) 竞争者的威胁分析 68 (二) 潜在竞争者的威胁分析 69 (三) 替代品的威胁分析

70 (四) 供应商议价能力分析 70 (五) 顾客的议价能力分析

71五、主要汽车4S店经营策略分析 71 (一) 北京现代4S店经营策略

71 (二) 东风日产4S店经营策略 77 (三) 广州本田4S店经营策略

82 (四) 奇瑞汽车4S店经营模式 85六、汽车4S店的SWOT分析

86 (一) 汽车4S店的优势分析 86 (二) 汽车4S店的劣势分析 86 (三) 汽车4S店的机会分析

87 (四) 汽车4S店的威胁分析 88第二章 中国汽保市场发展状况分析 90节

中国汽车保修设备市场分析 90一、汽车保修设备市场概况

90 (一) 汽车保修设备发展概况 90 (二) 汽车保修设备市场规模

92 (三) 汽保设备企业发展分析 93 (四) 汽保设备产业发展瓶颈

95二、汽车保修设备市场发展态势 97 (一) 走品牌发展是必由之路

97 (二) 技术革新是发展的潮流 97 (三) 高品质产品是发展重点

97 (四) 营销体系创新市场需求 98 (五) 服务型企业是发展趋势

98 (六) 企业管理发展战略需求 99三、汽保设备市场营销策略

99 (一) 汽保设备市场销售方式 99 (二) 汽保设备市场关系营销

101 (三) 汽保设备市场事件营销 101四、汽保设备销售渠道分析

102 (一) 行业展会营销售后渠道 102 (二) 团购网络营销售后渠道

102五、重点地区汽保设备市场分析 103 (一) 营口汽保设备市场分析

103 (二) 台州汽保设备市场分析 105 (三) 盐城汽保设备市场分析

106 (四) 山东汽保设备市场分析 107第二节 中国汽车检测市场发展分析

108一、汽车检测市场发展概况 108 (一) 汽车检测市场发展现状

108 (二) 汽车检测市场有利因素 109 (三) 汽车检测市场存在问题

109二、汽车检测技术发展分析 110 (一) 国外汽车检测技术发展历程

110 (二) 中国汽车检测技术发展分析 111三、汽车检测技术发展趋势分析

112 (一) 汽车检测设备趋于智能化 112 (二) 汽车检测技术趋于规范化

112 (三) 汽车检测管理趋于网络化 113 (四) 汽车检测系统趋于综合化

113 (五) 汽车检测人员趋于化 113第三章 中国汽车金融服务市场分析 115节

国际汽车金融行业概况 115一、国际汽车金融行业的发展历程

115二、国际汽车金融行业的发展分析 115三、国际汽车金融行业的发展特点

116四、国际汽车金融行业的发展态势 118第二节 国际汽车金融服务模式启示

118一、美国汽车金融服务模式分析 118二、德国汽车金融服务模式分析

120三、日本汽车金融服务模式分析 122四、国际汽车金融服务模式启示 124第三节

中国汽车金融行业分析 126一、汽车金融行业的发展特点分析

126二、汽车金融行业的供需状况分析 129三、汽车金融行业证券化市场分析

130四、汽车金融行业存在的主要问题 133五、汽车金融行业的发展对策及建议 137第四节
国内外汽车金融市场规模分析 146一、国外汽车金融市场规模分析
146（一）美国汽车金融市场规模分析 146（二）发达国家汽车金融业务模式
146二、国外大型车企金融业务分析 148（一）福特公司汽车金融业务分析
148（二）丰田公司汽车金融业务分析 149（三）大众公司汽车金融业务分析
149（四）通用公司汽车金融业务分析 149三、中国汽车金融市场分析
150四、国内外汽车金融市场发展比较 152（一）汽车金融外部环境的比较
152（二）汽车金融服务机构的比较 155（三）汽车金融盈利模式的比较
157（四）汽车金融融资模式的比较 161第五节 中国汽车融资租赁市场分析
164一、融资租赁的相关概述 164（一）融资租赁的定义 164（二）融资租赁的特征
164（三）融资租赁的种类 165（四）融资租赁的功能 166（五）融资租赁的运作流程
168二、汽车融资租赁的相关概述 168（一）汽车融资租赁的定义
168（二）汽车融资租赁的流程 169（三）汽车融资租赁的特点
170（四）汽车融资租赁的优势 170（五）与汽车消费信贷的比较
171三、汽车融资租赁的发展状况 173（一）汽车融资租赁的发展现状
173（二）汽车融资租赁面临的问题 173（三）汽车融资租赁的发展对策
175四、汽车融资租赁发展机遇分析 177第六节 中国汽车保险市场发展分析
179一、国外汽车保险行业发展经验及启示 179（一）美国汽车保险行业发展经验
179（二）英国汽车保险行业发展经验 181（三）日本汽车保险行业发展经验
182（四）对中国汽车保险行业的启示 182二、中国汽车保险行业发展状况分析
185（一）中国汽车保险行业发展概况 185（二）中国汽车保险行业发展特点
190（三）中国汽车保险行业经营规模 190（四）中国汽车保险行业存在问题
191（五）中国汽车保险行业发展建议 196三、中国汽车保险行业竞争状况分析
200（一）汽车保险市场竞争状况分析 200（二）汽车保险潜在进入者的威胁
202（三）产业链视角下车险竞争策略 203（四）车险产业链的发展路径及协同效应
205四、中国汽车保险行业营销模式分析 208（一）汽车保险营销模式结构分析
208（二）汽车保险直接营销模式分析 208（三）汽车保险间接营销模式分析
210五、中国汽车保险发展趋势及前景预测 212（一）汽车保险行业发展趋势分析
212（二）汽车保险行业发展驱动因素 213（三）汽车保险行业发展前景预测 216第四章
中国汽车电子市场发展分析 217节 全球汽车电子市场发展分析
217一、全球汽车电子市场发展概况 217（一）国际汽车电子巨头加强合作
217（二）全球汽车电子产业方兴未艾 218（三）国际汽车电子企业到中国御寒
219二、全球汽车电子市场发展规模 221（一）全球汽车电子市场规模分析
221（二）全球汽车电子信息市场分析 221（三）全球汽车电子系统发展动态
222三、全球汽车电子市场特征分析 223（一）全球汽车电子区域市场特征
223（二）全球汽车电子产品结构特征 224四、全球车载导航产业市场分析
224（一）全球车载导航发展现状分析 224（二）全球车载导航市场需求分析 226第二节
中国汽车电子市场发展分析 227一、中国汽车电子市场规模分析
227二、中国汽车电子市场特点分析 228三、中国汽车电子分销市场分析
229四、制约汽车电子产品发展因素 230五、汽车电子行业发展对策分析 232第三节
中国汽车电子行业发展战略 234一、中国汽车电子行业SWOT分析
234（一）中国汽车电子行业的优势分析 234（二）中国汽车电子行业的劣势分析
235（三）中国汽车电子行业的机会分析 235（四）中国汽车电子行业的威胁分析
238二、中国汽车电子市场发展问题及对策 239（一）汽车电子核心技术有待提高

239 (二) 汽车电子产业发展的驱动因素 239 (三) 汽车电子市场的发展对策分析
240三、中国汽车电子行业发展途径分析 241 (一) 加强各方合作打造汽车电子产业链
241 (二) 汽车电子行业标准体系应尽快建立 242四、台湾汽车电子企业供应链策略借鉴
243 (一) “主动多元化”的运作模式分析 243 (二) “被动多元化”的运作模式分析
243 (三) “既有领域深耕”的运作模式分析 244 (四) “新市场经营”的运作模式分析
244第四节 汽车电子市场竞争格局分析 245一、全球汽车电子市场竞争格局分析
245 (一) 全球汽车半导体企业竞争格局概况 245 (二) 全球汽车半导体与嵌入式软件企业
246 (三) 全球主要汽车电子控制系统企业 248 (四) 全球主要综合性汽车电子企业
250二、全球主要汽车电子企业经营状况 252 (一) 德国博世集团经营情况分析
252 (二) 日本电装经营情况分析 252 (三) 美国德尔福经营情况分析
253 (四) 德国大陆集团经营情况分析 254 (五) 美国伟世通经营情况分析
255 (六) 法国法雷奥经营情况分析 255 (七) 韩国摩比斯经营情况分析
257 (八) 美国天合汽车集团经营情况分析 258三、中国汽车电子市场竞争状况分析
258 (一) 家电企业进军中国汽车电子市场 258 (二) 国外汽车电子巨头抢夺中国市场
260 (三) 国际汽车电子巨头强攻芯片市场 260 (四) 国际汽车电子企业加快本地化进程
261 (五) 半导体厂商进军中国汽车电子市场 262四、中国汽车电子市场竞争格局分析
265 (一) 中国汽车电子区域集群竞争格局 265 (二) 中国汽车电子市场产品结构分析
266 (三) 中国汽车电子市场品牌结构分析 267 (四) 中国汽车电子市场竞争格局分析
268 (五) 中国汽车电子厂商竞争力评价 269五、外资企业汽车电子市场竞争状况
270 (一) 跨国汽车电子厂商在中国的投资布局
270 (二) 外资企业占据汽车电子市场优势地位
271 (三) 外资及其合资企业汽车电子市场占有率 272六、中国汽车电子企业发展状况分析
272 (一) 本土厂商在非核心领域占有优势 272 (二) 中国主要汽车电子企业发展状况
273 (三) 中国汽车电子企业竞争策略分析 274第五章 中国汽车养护市场发展分析 276节
中国汽车养护市场分析 276一、汽车养护市场发展概况分析
276二、汽车养护市场运营模式分析 276三、汽车养护用品替代产品分析
277四、汽车养护市场集中度分析 277五、汽车养护区域市场发展分析 278第二节
中国汽车美容市场分析 278一、汽车美容养护市场现状分析
278二、汽车美容养护市场规模分析 280三、汽车养护业连锁经营优劣势
281四、汽车美容行业发展特征分析 282五、汽车美容养护市场趋势分析 284第三节
中国汽车用品市场分析 286一、中国汽车用品行业运行总况
286 (一) 汽车用品的品牌与连锁分析 286 (二) 汽车用品网络销售渠道分析
288 (三) 中国汽车用品超市发展优势 289 (四) 汽车用品市场广告投放策略
291二、中国汽车用品市场发展状况 292 (一) 汽车用品市场发展现状分析
292 (二) 汽车用品市场市场规模分析 294 (三) 女性汽车用品市场发展分析
294 (四) 纺织汽车用品市场发展情况 295 (五) 中国汽车用品市场品牌情况
297 (六) 改装市场对汽车用品市场影响 299三、汽车用品消费市场分析
299 (一) 汽车用品整体消费特点分析 299 (二) 汽车用品消费品牌选择分析
301 (三) 汽车用品消费者信息渠道分析 301四、汽车用品行业区域市场分析
302 (一) 北京主要汽车用品市场简况 302 (二) 广州汽车用品行业发展状况
303 (三) 山东主要汽车用品市场分析 304 (四) 沈阳汽车用品行业整体状况
306 (五) 浙江汽车用品行业整体状况 307五、汽车用品市场竞争状况分析
309 (一) 国际汽车用品在华竞争情况 309 (二) 中国汽车用品市场竞争弊端
310 (三) 中国汽车用品品牌格局分析 310 (四) 汽车用品市场价格竞争分析

311 (五) 中国汽车用品竞争缺陷分析 312六、汽车用品市场发展前景预测

313 (一) 中国汽车用品行业蕴藏商机 313 (二) 汽车用品市场格局及发展趋势 314第四节 中国汽车装饰市场分析 315一、汽车装饰相关知识概述 315 (一) 汽车装饰的概述及分类

315 (二) 汽车车外装饰的主要内容 315 (三) 汽车车内装饰的主要内容

316二、汽车装饰竞争状况分析 317 (一) 汽车装饰的品牌竞争分析

317 (二) 汽车装饰同质化竞争分析 317 (三) 汽车装饰品价格竞争分析

318三、汽车装饰的投资前景分析 318 (一) 汽车装饰品行业的发展趋势

318 (二) 汽车装饰品行业的投资建议 321第五节 汽车改装市场分析

323一、国际汽车改装市场分析 323 (一) 国际汽车改装市场发展概况

323 (二) 国际汽车改装展会发展特点 323 (三) 国际汽车改装市场主要品牌

324 (四) 国际主要汽车改装行业特色 324二、国际重点汽车改装企业分析

326 (一) 搏速汽车 (Brabus) 公司 326 (二) 劳伦士 (Loutlos) 公司

327 (三) 日本HKS公司 328 (四) 澳大利亚TJM公司 328三、中国汽车改装市场分析

329 (一) 汽车改装市场发展概况 329 (二) 汽车改装市场制约因素

330 (三) 汽车改装市场消费者分析 332 (四) 汽车改装市场竞争情况

333 (五) 汽车改装行业发展机遇 334第六节 中国车载音响市场分析

335一、汽车音响改装相关概述 335二、中国汽车音响改装市场概况

335三、全球汽车音响产业转移到中国 336四、中国汽车音响市场产销状况

337五、汽车音响市场进入自主品牌竞争 338六、中国汽车音响市场发展策略分析

339七、中国汽车音响改装市场前景展望 340第六章 中国汽车维修市场发展分析 343节 国外汽车维修行业发展状况分析 343一、汽车维修行业发展状况

343 (一) 美国汽车维修行业的发展状况 343 (二) 德国汽车维修行业的发展状况

344 (三) 日本汽车维修行业的发展状况 346 (四) 泰国汽车维修行业的发展状况

346 (五) 加拿大汽车维修行业发展状况 346 (六) 新加坡汽车维修行业发展状况

347二、重点汽车维修企业介绍 347 (一) 美国汽车维修连锁店NAPA

347 (二) 德国博世 (BOSCH) 公司 349 (三) 日本AUTOBACS汽修连锁

349 (四) 澳大利亚REPCO汽修连锁 350三、汽车维修行业发展趋势 351第二节 中国汽车维修行业发展状况分析 352一、中国汽车维修行业的发展现状

352二、中国汽车维修行业存在的问题 353三、中国汽车维修行业发展的措施

354四、中国汽车维修行业的发展趋势 356第三节 中国汽车维修行业经营模式分析

358一、传统汽修与现代汽修的比较 358 (一) 传统汽车维修与现代汽车维修的概念

358 (二) 传统汽车维修与现代汽车维修的区别

359 (三) 现代汽车维修企业的经营理念及思路 359二、汽车维修行业成本构成状况

360三、汽车维修行业经营和销售模式 361 (一) 汽车维修行业四位一体模式

361 (二) 汽车维修行业连锁经营模式 362 (三) 汽车维修行业特约服务站模式

362 (四) 汽车维修行业独立经营模式 362 (五) 汽车维修企业经营模式的比较

362 (六) 汽车维修行业的经营模式趋势 363第四节 中国汽车快修连锁店发展分析

364一、汽车快修连锁的发展概况 364 (一) 汽车快修连锁经营的定义

364 (二) 汽车快修连锁市场发展状况 364 (三) 汽车快修连锁企业经营方式

366 (四) 汽车快修连锁的载体分析 367二、中国快修连锁企业经营环境分析

368 (一) 快修连锁企业政策环境分析 368 (二) 快修连锁企业经济环境分析

368 (三) 快修连锁企业社会文化环境分析 369三、部分省市汽车快修连锁经营情况

369 (一) 上海市汽车快修连锁业发展情况 369 (二) 吉林省汽车快修连锁业发展情况

370 (三) 长三角汽车快修连锁业发展情况 371四、中国汽车快修连锁发展的路径选择

371 (一) 汽车快修连锁发展存在的问题 371 (二) 汽修企业发展快修连锁必要性
373 (三) 汽车快修连锁经营的优势分析 373 (四) 建立汽车快修连锁企业的路径
374 (五) 汽车快修企业的经营策略分析 375 (六) 汽车快修连锁发展的政策建议
377第七章 中国二手车及汽车租赁市场分析 379节 中国二手车市场发展分析
379一、国外二手车市场发展概况 379 (一) 美国二手车市场发展现状
379 (二) 日本二手车市场发展现状 380 (三) 国外二手车市场发展特征
381二、国内二手车市场发展现状 383 (一) 二手车市场的发展阶段
383 (二) 二手车市场的交易规模 383 (三) 二手车价格与区域分布
384 (四) 二手车交易的市场特点 385三、二手车市场制度环境分析
386 (一) 二手车市场准入制度 386 (二) 二手车市场税收制度
386 (三) 二手车市场评估制度 387 (四) 二手车市场政策环境
387四、汽车细分市场保值率情况 389第二节 中国汽车租赁市场发展分析
389一、国际汽车租赁行业发展概况 389 (一) 国际汽车租赁行业发展规模
389 (二) 国际汽车租赁企业运作模式 390 (三) 国际汽车租赁行业运作特点
392 (四) 国际汽车租赁对中国的启示 394二、中国汽车租赁行业发展状况
395 (一) 中国汽车租赁行业市场规模 395 (二) 中国汽车租赁企业车队规模
396 (三) 中国汽车租赁市场交易方式 396 (四) 中国汽车租赁市场的结构分析
397三、中国汽车租赁行业细分市场分析 397 (一) 中国商务汽车租赁业市场规模
397 (二) 中国休闲汽车租赁业市场规模 398 (三) 中国其他汽车租赁业市场规模
398四、汽车租赁行业市场竞争状况分析 399 (一) 中国汽车租赁市场竞争格局
399 (二) 中国汽车租赁行业区域竞争 400 (三) 中国汽车租赁企业竞争策略
400 (四) 中国汽车租赁企业竞争手段 402第八章 中国汽车后市场的重点区域分析 403节
泛珠三角地区汽车后市场分析 403一、广东省汽车后市场发展分析
403 (一) 广东省汽车保有量及其增长 403 (二) 广东省汽车行业发展概述
403 (三) 广东省汽车改装市场发展现状 405 (四) 广东省汽车后市场发展动态
405二、广西区汽车后市场发展分析 406 (一) 广西区汽车保有量及其增长
406 (二) 广西区汽车行业发展概述 407 (三) 广西区汽车改装市场发展现状
408 (四) 广西区汽车后市场发展动态 409三、海南省汽车后市场发展分析
409 (一) 海南省汽车保有量及其增长 409 (二) 海南省汽车行业发展概述
409 (三) 海南省汽车后市场发展现状 411第二节 长三角地区汽车后市场分析
412一、上海市汽车后市场发展分析 412 (一) 上海市汽车保有量及其增长
412 (二) 上海市汽车行业发展概述 412 (三) 上海市汽车改装市场发展现状
414 (四) 上海市汽车后市场发展动态 414二、浙江省汽车后市场发展分析
415 (一) 浙江省汽车保有量及其增长 415 (二) 浙江省汽车行业发展概述
415 (三) 浙江省汽车改装市场发展现状 417三、江苏省汽车后市场发展分析
417 (一) 江苏省汽车保有量及其增长 417 (二) 江苏省汽车行业发展概述
418 (三) 江苏省汽车改装市场发展现状 419 (四) 江苏省汽车后市场发展动态 420第三节
环渤海地区汽车后市场分析 420一、北京市汽车后市场发展分析
420 (一) 北京市汽车保有量及其增长 420 (二) 北京市汽车行业发展概述
420 (三) 北京市汽车改装市场发展现状 422 (四) 北京市汽车后市场发展动态
422二、天津市汽车后市场发展分析 423 (一) 天津市汽车保有量及其增长
423 (二) 天津市汽车行业发展概述 423 (三) 天津市汽车改装市场发展现状
425 (四) 天津市汽车后市场发展动态 425三、山东省汽车后市场发展分析
426 (一) 山东省汽车保有量及其增长 426 (二) 山东省汽车行业发展概述

426 (三) 山东省汽车改装市场发展现状 428 (四) 山东省汽车后市场发展动态
428四、河北省汽车后市场发展分析 429 (一) 河北省汽车保有量及其增长
429 (二) 河北省汽车行业发展概述 429 (三) 河北省汽车后市场发展现状
430 (四) 河北省汽车后市场发展动态 431第四节 东北地区汽车后市场分析
432一、黑龙江省汽车后市场发展分析 432 (一) 黑龙江省汽车保有量及其增长
432 (二) 黑龙江省汽车行业发展概述 432 (三) 黑龙江省汽车后市场发展现状
433二、吉林省汽车后市场发展分析 434 (一) 吉林省汽车保有量及其增长
434 (二) 吉林省汽车行业发展概述 434 (三) 吉林省汽车后市场发展现状
436 (四) 吉林省汽车后市场发展动态 436第五节 中西部地区汽车后市场分析
437一、四川省汽车后市场发展分析 437 (一) 四川省汽车保有量及其增长
437 (二) 四川省汽车行业发展概述 437 (三) 四川省汽车后市场发展现状
439 (四) 四川省汽车后市场发展动态 439二、湖北省汽车后市场发展分析
440 (一) 湖北省汽车保有量及其增长 440 (二) 湖北省汽车行业发展概述
440 (三) 湖北省汽车后市场发展现状 441 (四) 湖北省汽车后市场发展动态
442三、湖南省汽车后市场发展分析 442 (一) 湖南省汽车保有量及其增长
442 (二) 湖南省汽车行业发展概述 443 (三) 湖南省汽车售后服务市场现状
444四、重庆市汽车后市场发展分析 444 (一) 重庆市汽车保有量及其增长
444 (二) 重庆市汽车行业发展概述 445 (三) 重庆市汽车后市场发展现状
446 (四) 重庆市汽车后市场发展动态 447第六节 西北地区汽车后市场分析
448一、青海省汽车后市场发展分析 448 (一) 青海省汽车保有量及其增长
448 (二) 青海省汽车后市场规模分析 448 (三) 青海省汽车改装市场发展现状
449二、西安市汽车后市场发展分析 450 (一) 西安市汽车保有量及其增长
450 (二) 陕西省汽车行业发展概述 450 (三) 西安市汽车后市场发展现状
451 (四) 西安市汽车后市场发展动态 452三、内蒙古汽车后市场发展分析
452 (一) 内蒙古汽车保有量及其增长 452 (二) 内蒙古汽车行业发展概述
453 (三) 内蒙古汽车后市场发展现状 454 (四) 内蒙古汽车后市场竞争格局 455第九章
中国汽车后市场行业竞争格局分析 457节 国际汽车后市场竞争状况分析
457一、汽车后市场竞争力分析 457 (一) 美国NAPA公司竞争力分析
457 (二) 美国AC德科公司竞争力分析 457 (三) 德国博世公司竞争力分析
458 (四) 日本黄帽子公司竞争力分析 458 (五) 日本澳德巴克斯公司竞争力分析
459二、全球对中国汽车后市场需求分析 459第二节 中国汽车后市场竞争状况分析
460一、汽车后市场行业竞争状况分析 460 (一) 汽车后市场行业竞争状况分析
460 (二) 汽车后市场的竞争力缺陷分析 461 (三) 汽车后市场行业品牌格局分析
461二、汽车后市场行业竞争结构分析 462 (一) 汽车后市场行业议价能力分析
462 (二) 汽车后市场行业替代品威胁分析 462 (三) 汽车后市场行业潜在进入者威胁
463 (四) 汽车后市场行业现有企业的竞争 463第十章 中国汽车后市场主要经营分析
465节 汽车维修与养护市场企业分析 465一、深圳市元征科技股份有限公司
465 (一) 企业发展基本情况 465 (二) 企业主营业务分析 465 (三) 企业经营情况分析
465 (四) 企业营销网络分析 466 (五) 企业竞争优势分析
466二、新焦点汽车控股技术有限公司 467 (一) 企业发展基本情况
467 (二) 企业主营业务分析 467 (三) 企业经营情况分析 467 (四) 企业营销网络分析
468 (五) 企业发展战略分析 468三、博世贸易(上海)有限公司
469 (一) 企业发展基本情况 469 (二) 企业主营业务分析 470 (三) 企业营销网络分析
470 (四) 企业竞争优势分析 471四、驰耐普汽车美容养护连锁

472 (一) 企业发展基本情况 472 (二) 企业品牌经营理念 472 (三) 企业连锁经营分析
473 (四) 企业发展战略分析 474五、特福莱汽车美容装饰连锁
474 (一) 企业发展基本情况 474 (二) 企业运营动态分析 475 (三) 企业加盟优势分析
475 (四) 企业发展战略分析 476第二节 汽车改装市场企业个案分析
477一、广东永泰和汽车用品有限公司 477 (一) 企业发展基本情况
477 (二) 企业主营业务分析 477 (三) 企业营销网络分析 477 (四) 企业竞争优势分析
478二、深圳市勇极驱汽车改装连锁服务有限公司 478 (一) 企业发展基本情况
478 (二) 企业主营业务分析 479 (三) 企业服务网络分析 479 (四) 企业竞争优势分析
479 (五) 企业未来发展目标分析 480三、浙江腾飞麦卡汽车服务有限公司
480 (一) 企业发展基本情况 480 (二) 企业主营业务分析 480 (三) 企业服务网络分析
481 (四) 企业竞争优势分析 481 (五) 企业未来发展目标分析
481四、北京粤港秀丽汽车装饰有限公司 482 (一) 企业发展基本情况
482 (二) 企业主营业务分析 482 (三) 企业服务网络分析 483 (四) 企业竞争优势分析
483五、武汉恒信丰达汽车装饰有限公司 483 (一) 企业发展基本情况
483 (二) 企业主要产品分析 484 (三) 企业竞争优势分析 484第三节
汽车租赁市场企业个案分析 484一、上海一嗨汽车租赁有限公司
484 (一) 企业发展基本情况 484 (二) 企业主营业务分析 485 (三) 企业经营情况分析
485 (四) 企业竞争优势分析 486 (五) 企业发展战略分析 486二、神州租车有限公司
486 (一) 企业发展基本情况 486 (二) 企业主营业务分析 487 (三) 企业经济指标分析
487 (四) 企业盈利能力分析 488 (五) 企业偿债能力分析 488 (六) 企业运营能力分析
488 (七) 企业成本费用分析 489三、深圳市汽车租赁有限公司
489 (一) 企业发展基本情况 489 (二) 企业租车服务产品 490 (三) 企业租车服务模式
490 (四) 企业租赁服务网络 490 (五) 企业竞争优势分析
491四、北京银建汽车租赁有限公司 492 (一) 企业发展基本情况
492 (二) 企业主营业务分析 493 (三) 企业服务网络分析 493 (四) 企业发展优势分析
493五、首汽租赁有限责任公司 494 (一) 企业发展基本情况 494 (二) 企业主营业务分析
494 (三) 企业销售网络分析 494 (四) 企业发展新动态 495第四节
汽车金融市场企业个案分析 495一、上汽通用汽车金融有限责任公司
495 (一) 企业发展基本情况 495 (二) 企业主营业务分析 496 (三) 企业服务网络分析
497 (四) 企业竞争优势分析 497二、大众汽车金融(中国)有限公司
498 (一) 企业发展基本情况 498 (二) 企业主营业务分析 499 (三) 企业经营情况分析
500 (四) 企业竞争优势分析 500三、丰田汽车金融(中国)有限公司
501 (一) 企业发展基本情况 501 (二) 企业主营产品分析 501 (三) 企业服务网络分析
502 (四) 企业竞争优势分析 502四、东风标致雪铁龙汽车金融有限公司
502 (一) 企业发展基本情况 502 (二) 企业主营产品分析 503 (三) 企业竞争优势分析
504五、奇瑞徽银汽车金融股份有限公司 504 (一) 企业发展基本情况
504 (二) 企业主营产品介绍 505 (三) 企业经营情况分析 505 (四) 企业竞争优势分析
505第五节 汽车流通市场企业个案分析 506一、庞大汽贸集团股份有限公司
506 (一) 企业发展基本情况 506 (二) 企业主营业务分析 506 (三) 企业经营情况分析
507 (四) 企业销售网络分析 508 (五) 企业竞争优势分析 509 (六) 企业发展战略分析
509二、广汇汽车服务股份公司 510 (一) 企业发展基本情况 510 (二) 企业主营业务分析
510 (三) 企业营销网络分析 511 (四) 企业竞争优势分析
511三、深圳市中汽南方投资集团有限公司 511 (一) 企业发展基本情况
511 (二) 企业主营业务分析 512 (三) 企业营销网络分析 513 (四) 企业发展战略分析

| | | | |
|-----|---------------------|-----|---------------------|
| 513 | 四、重庆百事达汽车有限公司 | 513 | (一) 企业发展基本情况 |
| 513 | (二) 企业主营业务分析 | 514 | (三) 企业营销网络分析 |
| 514 | (四) 企业竞争优势分析 | 514 | 五、浙江金昌汽车集团有限公司 |
| 515 | (一) 企业发展基本情况 | 515 | (二) 企业组织结构情况 |
| 515 | (三) 企业经营情况分析 | 516 | (四) 企业营销网络分析 |
| 516 | 第十一章 汽车后市场投资分析与前景预测 | 517 | 节 汽车后市场行业投资机会分析 |
| 517 | 一、汽车后市场行业投资风险分析 | 517 | (一) 汽车后市场行业政策风险分析 |
| 517 | (二) 汽车后市场行业经济波动风险 | 517 | (三) 汽车后市场行业市场竞争风险 |
| 518 | (四) 汽车后市场人才及技术风险 | 518 | (五) 汽车后市场原材料价格风险 |
| 519 | 二、汽车后市场行业投资特性分析 | 519 | (一) 汽车后市场行业进入壁垒分析 |
| 519 | (二) 汽车后市场行业经营模式分析 | 520 | (三) 汽车后市场行业盈利情况分析 |
| 520 | 三、汽车后市场行业投资机会分析 | 521 | (一) 汽车后市场行业投资潜力 |
| 521 | (二) 汽车后市场行业投资机会 | 521 | 第二节 汽车后市场行业发展趋势分析 |
| 522 | 一、汽车后市场发展趋势分析 | 522 | 二、车险行业发展趋势分析 |
| 523 | 三、汽车金融发展趋势分析 | 523 | 四、汽车电子发展趋势分析 |
| 524 | 五、汽车养护发展趋势分析 | 526 | 六、汽车维修发展趋势分析 |
| 526 | 七、汽车租赁发展趋势分析 | 528 | 第三节 汽车后市场行业市场规模预测 |
| 528 | 一、汽车后市场行业有利因素分析 | 528 | 二、2024-2030年汽车保有量预测 |
| 530 | 三、汽车后市场行业规模预测分析 | 530 | 四、汽车金融市场发展趋势分析 |
| 531 | 五、车险行业市场规模预测分析 | 532 | 六、汽车租赁市场规模预测分析 |
| 532 | 七、汽车电子市场规模预测分析 | 533 | 八、汽车养护市场规模预测分析 |

| | | |
|-------|--------------------------------|-----|
| 图表目录 | 图表 1 2021-2023年中国汽车后市场销售规模统计情况 | 30 |
| 图表 2 | 汽车售后服务经营模式比较 | 32 |
| 图表 3 | 2021-2023年中国民用汽车保有量统计 | 38 |
| 图表 4 | 2021-2023年中国城镇化率变化趋势图 | 39 |
| 图表 5 | 2021-2023年中国国内生产总值及增长变化趋势图 | 40 |
| 图表 6 | 2021-2023年国内生产总值构成及增长速度统计 | 41 |
| 图表 7 | 2021-2023年中国规模以上工业增加值月度增长速度 | 42 |
| 图表 8 | 2021-2023年中国固定资产投资(不含农户)变化趋势图 | 43 |
| 图表 9 | 2021-2023年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 | 44 |
| 图表 10 | 2021-2023年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 | 45 |
| 图表 11 | 2021-2023年中国居民消费价格月度变化趋势图 | 46 |
| 图表 12 | 2021-2023年中国货物进出口总额变化趋势图 | 47 |
| 图表 13 | 美国汽车销售服务渠道模式 | 63 |
| 图表 14 | 欧洲汽车销售服务渠道模式 | 64 |
| 图表 15 | 日本汽车销售服务渠道模式 | 65 |
| 图表 16 | 全球汽车金融发展现状 | 116 |
| 图表 17 | 美国汽车分期付款流程示意图 | 146 |
| 图表 18 | 中国主要汽车金融公司一览表 | 151 |
| 图表 19 | 2021-2023年中国车险市场保费收入变化情况统计 | 191 |
| 图表 20 | 2022年中国车险公司排名 | 202 |
| 图表 21 | 2021-2023年全球汽车电子市场规模统计 | 221 |
| 图表 22 | 全球汽车电子市场分类构成 | 224 |
| 图表 23 | 2021-2023年全球车载导航市场需求量情况统计 | 227 |
| 图表 24 | 2021-2023年中国汽车电子市场规模统计 | 227 |
| 图表 25 | 德国博世集团主要情况 | 250 |
| 图表 26 | 2021-2023年德国博世集团销售收入情况统计 | 252 |
| 图表 27 | 2021-2023年日本电装公司经营基本情况 | 253 |
| 图表 28 | 2021-2023年日本电装公司分地区收入统计 | 253 |
| 图表 29 | 2021-2023年美国德尔福公司经营基本情况 | 254 |
| 图表 30 | 2021-2023年德国大陆集团销售收入情况统计 | 254 |
| 图表 31 | | |

2021-2023年美国伟世通公司经营基本情况 255图表 32
2021-2023年法国法雷奥集团销售收入情况统计 257图表 33 现代摩比斯公司经营情况
257图表 34 2018-2022年美国天合汽车集团收入增长情况统计 258图表 35
中国汽车电子市场应用结构比例图 266图表 36 中国汽车电子市场产品结构图 267图表 37
中国汽车电子市场品牌统计 268图表 38 中国汽车电子市场整体竞争态势矩阵(CPM)分析
269图表 39 中国汽车电子厂商竞争力评价 270图表 40
全球四大汽车电子厂商在中国的投资布局 271图表 41 中国各类汽车电子产品的主要厂商
273图表 42 2021年中国汽车美容品牌排行榜 280图表 43
2021-2023年中国汽车美容养护市场规模变化情况统计 281图表 44
2022年中国汽车用品品牌排行榜 288图表 45 中国汽车后市场电子商务渠道销售占比
289图表 46 2021-2023年中国汽车用品市场销售规模 294图表 47
消费者未来汽车用品品牌选择倾向统计图 301图表 48 消费者汽车用品方面信息渠道分析
302图表 49 2021-2023年中国车载音响市场规模 337图表 50 中国车载音响市场结构份额图
338图表 51 澳德巴克斯集团店铺分布图 350图表 52 中国汽车维修企业主要经营模式比较
363图表 53 美国二手车三种交易模式基本情况 380图表 54
2021-2023年中国二手车交易量统计 383图表 55 2021年中国二手车分车型交易量占比情况
384图表 56 2020-2021年中国二手车单月平均交易价格统计 384图表 57
2021年中国二手车交易区域市场占全国比重 385图表 58 汽车各细分市场1-5年保值率统计
389图表 59 2021-2023年全球汽车租赁市场规模统计 390图表 60
2021-2023年中国汽车租赁市场规模统计 396图表 61
2021-2023年中国汽车租赁企业规模指标统计 396图表 62
2021-2023年中国汽车租赁不同交易方式市场规模统计 397图表 63
2021年中国汽车租赁市场结构 397图表 64 2021-2023年中国商务汽车租赁细分市场规模统计
398图表 65 2021-2023年中国休闲汽车租赁细分市场规模统计 398图表 66
2021-2023年中国其他汽车租赁细分市场规模统计 399图表 67
中国汽车租赁市场主要企业市场份额统计 399图表 68
2021-2023年广东省民用汽车保有量及私人汽车保有量统计 403图表 69
2021-2023年广东省汽车产业经济指标统计 403图表 70
2021-2023年广东省汽车以及改装汽车产量情况表 404图表 71 广东省改装汽车市场情况
405图表 72 2021-2023年广西区民用汽车保有量及私人汽车保有量统计 407图表 73
2021-2023年广西区汽车产业经济指标统计 407图表 74
2021-2023年广西壮族自治区汽车以及改装汽车产量情况表 408图表 75
广西区改装汽车市场情况 408图表 76
2021-2023年海南省民用汽车保有量及私人汽车保有量统计 409图表 77
2021-2023年海南省汽车产业经济指标统计 410图表 78 2021-2023年海南省汽车产量情况表
411图表 79 2021-2023年上海市民用汽车保有量及私人汽车保有量统计 412图表 80
2021-2023年上海市汽车产业经济指标统计 413图表 81
2021-2023年上海市汽车以及改装汽车产量情况表 414图表 82 上海市改装汽车市场情况
414