

2019上海汽车内饰展，上海汽车用品展

产品名称	2019上海汽车内饰展，上海汽车用品展
公司名称	展会招商
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市海珠区新港东路1000号708房
联系电话	17612171361

产品详情

2019年中国上海法兰克福汽配展会

2019年上海法兰克福汽配展

2019法兰克福上海汽配展

时间：2019年12月3-12月6号

地点：上海虹桥国家会展中心

主办单位：法兰克福展览-中机国际

承办单位：上海升茂展览服务有限公司

汽车后市场概述

汽车后市场指的是整车落地销售后，提供车主所需的一切服务的市场，是汽车产业链的有机组成部分，包括汽车销售领域的金融服务、汽

车租赁、保险、广告、装潢、维护、维修与保养;日常运行的油品;驾校、停车场、车友俱乐部、救援系统、交通信息服务、二手车等。

汽车后市场包括了产品和服务这两个部分。后市场细分行业众多，从最初的基础维修保养业务发展至今，已经涵盖了汽车配件供应、汽车维修、汽车后装、汽车金融、二手车及汽车租赁、汽车文化、汽车专业市场七大细分行业。

汽车后市场构架情况

汽车保有量突破2亿，且持续快速增长，后市场发展潜力突出

截止2017年底，中国汽车保有量达到2.17亿辆，增速仍保持10%以上，未来汽车保有量还将保持快速增长。中国庞大的汽车保有量，产生了巨大的维修保养、汽车美容、汽车保险、汽车用品等多元化服务需求。尤其对于汽车刚需的养护、保险两大业务，市场潜力更为突出。另外，随着汽车销量增速的放缓，深度开发和挖掘后市场产业价值成为市场发展的重点，中国汽车后市场的关注度得到进一步提升。

2009-2017年中国汽车保有量统计情况

中国汽车后市场保持年均复合高增长

据前瞻产业研究院发布的《汽车后市场行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》数据显示，2015年中国汽车后市场(不包含汽车金融)市场规模达到7700亿元人民币，增速在20%左右。在接下来的三年中，将有大量的汽车超过厂商提供的保修期限，在汽车保养、维修、汽车保险等方面的需求也将开始增加。到2017年我国汽车后市场规模将超万亿元，将达10250亿元。预计到2018年我国汽车后市场规模将达11102.8亿元。

2013-2018年中国汽车后市场规模统计及增长情况预测

我国汽车后市场利润未充分挖掘

借鉴国外成熟汽车市场的发展进程和特点，可以发现汽车产业链的价值重心向后市场偏移是汽车行业发展的趋势。成熟汽车市场产业链的价值布局呈“微笑曲线”状，后市场和前市场的产值比例约为7:3。

我国汽车后市场的发展趋势

在汽车制造业已进入微利的时代，更多的获利机会将会在贸易服务领域，即汽车后市场中展开。中国汽车后市场还有很大的发展空间和潜力，但是它的发展也是需要有一个过程，在这其中首先是需要对汽车后市场的规章、制度、政策规范化。吸收国外先进的汽车后市场服务技术，再加上符合自身汽车国情的实际，建立中国特色的汽车后市场体系。

1、私家车成为汽车维修的主体，需求向快速化、专业化发展

我国私家车不论在保有量还是消费规模上都处于高速发展阶段，可见私家车维修将会是未来国内汽车维修行业的最主要市场，私家车在维修和保养方面将呈现以下特点：大中城市私家车车主购买汽车主要是用于日常工作及休闲，使用频率非常高，依赖性较强，所以对于维修和保养的快速化、便捷化较为看重。

2、汽车技术含量不断提高，维修作业方式发生根本变化

随着汽车技术含量的增加，汽车维修由机械修理为主稍带一些简单电路检修的传统方式，逐步转向依靠电子设备和信息数据进行诊断与维修。许多汽车维修设备生产厂商推出最新的专业检测设备和仪器，为机动车维修行业注入了高科技成分。

3、汽车后市场服务模式呈现多样化发展。

4、后市场电商渗透率将进一步提升，汽车生活呈现多场景、全平台

的发展趋势

汽车工具类移动应用行业作为连接车主和服务商的桥梁，围绕汽车生活生态圈的各个场景，给车主和服务商提供平台化服务。

1、未来汽车电商功能将会逐渐融合，车主不同场景的汽车消费、出行需求能由同一平台满足。

2、覆盖车主多场景需求的平台，更有利于提高用户活跃度，增强用户黏性。

3、未来汽车电商行业将会有几家汽车生活全场景的平台出现。