

2019年郑州汽车用品展-时间

产品名称	2019年郑州汽车用品展-时间
公司名称	上海首美展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市宝山区红林路2号
联系电话	15800673986

产品详情

2019年郑州汽车用品展-2019年郑州宏达汽车用品展

展览时间：2019年6月26日-29日

地点：郑州国际会展中心

中国（郑州）国际汽车后市场博览会（CIAAF）历经14年资源和口碑积淀，是久负盛名的全面覆盖汽车后市场领域的综合性年度行业盛会。每年六月，来自国内外的汽车后市场产品、服务提供商3000余家云集郑州，向全国各级经销商、终端服务商等逾15万专业买家集中展示新产品、新技术，并与到会的行业领导者深入交流，紧扣终端消费者需求变化。

通过多种渠道进行需求精准匹配，是拓展业务、维护关系、提升盈利能力的高价值商务平台。

2019年中国（郑州）国际汽车后市场博览会（简称CIAAF），展商数量达到3500家，观众人次达到150000人次，展出规模达到78000平方米。

现在的科技越来越发达了，一辆汽车从零件变为一辆完整的汽车，*快只需要2小时。这是什么概念？相当于你睡一个午觉的这段时间里，一辆汽车就制造出来了。

根据不完全统计，现在全世界有100亿适合上路的汽车，而全世界有70多亿人，就算每个人配备一辆汽车也还剩下20多亿辆车，这些车究竟去哪了呢？下面由小编来给大家揭晓这个谜团。

来看看这张图，你以为这是一个停车场吗？那你猜对了，这确实是一个停车场，不过这个不是一般的停车场，这些车全部都是新车，全世界有那么多个汽车品牌，大多数品牌或多或少都曾有过卖不出去的车型，但是又生产出来了，*后只能放在这种停车场了。

也许你会问，既然这样那为什么不降价大甩卖呢，总会有人去买的，不至于那么亏。这只是我们的想法，资本家的想法和咱们可不一样。他们的东西宁可扔了烂掉也不会大降价甩卖，资本家可不会做这种亏本买卖。

目前每家每户基本上都拥有一辆汽车，虽然汽车供大于求，但是汽车后市场确是暗藏商机。

2018年中国汽车后市场发展将作为重中之重，汇集汽车后市场各方中坚力量，宏观的分析探讨2018中国汽车后市场的发展趋势，促进行业上下游产业链交流融合，重塑中国汽车后市场发展新格局。

中国汽车后市场发展趋势？

汽车后市场服务模式呈现多样化：由于大量新材料、新工艺、新科技的运用，一般汽车在购买之后的三至五年内，除了进行必要的保养外，关键零部件几乎没有大的故障。而微小凹陷、刮伤的快速修复已经成为汽车维修行业的发展重点。

据权威数据统计，每辆轿车每年的刮伤次数平均达到三次以上，汽车表面微创伤修复的市场营业额高达550亿元，并且以每年20%的速度快速增长，形成了一个巨大的细分市场。在国内，汽车微修服务处在萌芽阶段。汽车后市场服务出现细分行业和服务方式，说明多样化的服务模式将逐渐成为未来中国汽车售后服务市场发展方向。

连锁经营成为主要模式

从世界经济发展趋势看来，连锁经营的模式正越来越受到关注，连锁经营将是未来汽车服务行业*佳的运营模式。中国相关政策对于连锁加盟形式是比较支持的。

目前，汽车后市场存在“散、乱、差”的局面，自然难以得到用户信任，企业的品牌意识还不强，都是各自为政、分散经营，连锁经营出现了连而不锁的现象。

有统计表明，汽车后市场个体经营者当中将近80%以失败和倒闭告终，而那些仍然延续健康生存下来，并经营得较好的个体经营者中，有近80%是从事连锁经营或与国际知名品牌携手的形式存在的，这说明了汽车后市场连锁经营的旺盛生命力。

通过兼并、收购整合市场资源

汽车后市场是中国汽车业*后一块大蛋糕。国内强势企业纷纷通过资产重组、企业兼并、股权收购等资本、资产运营方式介入这一领域，形势逼人，形势喜人。

上汽集团通过发挥品牌优势、资源丰富优势和网络优势，对国内汽配市场的有效资产进行重新配置，

进而组建强大的联合舰队。同时,国外企业积极与国内企业合资合作,用先进的经营管理模式,强化市场竞争力,依靠本土企业的经营渠道和网络资源开拓并占领汽车后市场。

以品牌零部件主导汽配市场经营

汽车零部件品牌的缺乏是当前汽配行业的一个软肋。人们认识到,品牌是企业与经销商携手合作的基础,共同发展的桥梁,各种投资优化组合的产物。将来能在汽配市场上站得住脚的,将是把产品品牌做大的企业,把服务品牌做强的商家,把渠道品牌做精的汽配连锁企业。

国内大的汽车集团和*汽配品牌企业,利用品牌的优势,把特许经销商、连锁经营网点选定在汽配城内,使全国汽配市场的网络聚散功能迅速提升,并正成为全国*汽配生产销售网络的结点。

总结

在汽车制造业已进入微利时代,更多的获利机会将在贸易服务领域,即汽车后市场中展开。所以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一个过程的,在这其中首先是需要国家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。

而各种行业资源优势的加入也可以为提高汽车后市场服务水平和硬件实力,增强这个领域的发展活力。只有汽车前市场和后市场两个市场都发展起来,这样才能让中国汽车在世界汽车市场上占有一席之地。