

2017-2022年中国汽车后市场发展态势及发展态势 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国汽车后市场发展态势及发展态势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/282417282417.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 汽车后市场基本概述

1.1 汽车后市场的界定

1.1.1 基本概念

1.1.2 主要业务

1.2 汽车后市场的重要性

1.2.1 发展历程

1.2.2 行业地位

第二章 2014-2016年国外汽车后市场发展分析

2.1 国外汽车后市场模式浅析

2.1.1 美国模式

2.1.2 欧洲模式

2.1.3 日本模式

2.2 欧洲汽车后市场分析

2.2.1 基本架构

2.2.2 市场状况

2.2.3 法律框架

2.2.4 行动计划

2.3 美国汽车后市场分析

2.3.1 市场规模

2.3.2 发展特点

2.3.3 主要企业

2.3.4 O2O案例

2.4 国外汽车后市场发展经验借鉴

2.4.1 特约维修站

2.4.2 全国连锁经营

2.4.3 人性化至上

2.4.4 多元化服务

2.4.5 打破垄断

第三章 2014-2016年中国汽车后市场的发展环境分析

3.1 经济环境

3.1.1 全球经济发展形势

3.1.2 中国经济运行现状

3.1.3 经济发展趋势分析

3.2 产业环境

3.2.1 汽车市场运行现状

3.2.2 汽车制造业的运行

3.2.3 汽车商品外贸现状

3.3 需求环境

3.3.1 庞大的汽车保有量

3.3.2 保有汽车平均车龄

3.3.3 私家车化的消费变革

3.4 社会环境

3.4.1 人口及城镇化水平

3.4.2 汽车生活时代开启

3.4.3 汽车文化逐渐形成

第四章 2014-2016年中国汽车后市场的政策背景分析

4.1 2014-2016年汽车后市场重点政策分析

4.1.1 转型升级政策导向

4.1.2 二手车增值税征收

4.1.3 汽车改装业政策突破

4.1.4 平行进口汽车售后规范实施

4.2 2016年汽修业转型升级指导意见解读

4.2.1 政策背景

4.2.2 重大意义

4.2.3 重点内容

4.2.4 主要亮点

4.3 2016年行业技术标准发展动向

4.3.1 二手车鉴定评估规范

4.3.2 首部绿色轮胎标准

4.3.3 汽车用品业标准

4.3.4 汽修业编码标准

4.4 2014-2016年重要相关政策分析

4.4.1 汽车新三包政策实施

4.4.2 机动车强制报废新规

4.4.3 机动车年检新规实施

4.4.4 汽车销售新政已出炉

4.4.5 汽车维修管理规定出台

4.5 汽车后市场政策前瞻

4.5.1 汽车售后服务国标待出

4.5.2 汽车经销商限制将修改

4.5.3 二手车企业规范将出台

4.5.4 二手车限迁将有望取消

第五章 2014-2016年中国汽车后市场总体现状分析

5.1 2014-2016年汽车后市场现状分析

5.1.1 市场快速增长

5.1.2 行业发展形势

5.1.3 服务质量水平

5.1.4 国外品牌涌入

5.1.5 产业亟待升级

5.1.6 面临战略机遇

5.2 2014-2016年汽车后市场热点分析

5.2.1 市场发展动态

5.2.2 市场格局新态势

5.2.3 产业链加速整合

5.2.4 产业园建设情况

5.2.5 大数据时代来临

5.2.6 西部市场正崛起

5.3 汽车后市场价格体系解析

5.3.1 价格变动方式

5.3.2 价格变动幅度

5.3.3 消费者的反应

5.3.4 竞争对手的反应

5.3.5 变价竞争的对策

5.4 汽车后市场战略联盟的应用分析

5.4.1 基本理论概述

5.4.2 构建动因分析

5.4.3 应用案例分析

5.5 汽车后市场的主要问题及建议

5.5.1 经营水平方面

5.5.2 销售体系方面

5.5.3 行业监管方面

5.5.4 服务质量方面

5.5.5 技术人才方面

5.5.6 发展方向思考

第六章 2014-2016年中国汽车后市场电商发展分析

6.1 2014-2016年汽车后市场电商发展现状分析

6.1.1 市场发展形势

6.1.2 主要驱动因素

6.1.3 市场用户现状

6.1.4 电商业务内容

6.1.5 市场格局状况

6.1.6 盈利水平情况

6.1.7 面临的挑战

6.2 汽车后市场电商发展模式分析

6.2.1 车联网平台模式

6.2.2 车主导流平台模式

6.2.3 汽车服务商服务平台模式

6.2.4 细分市场选择的模式

6.3 2014-2016年汽车后市场电商O2O模式分析

6.3.1 发展现状分析

6.3.2 市场亮点分析

6.3.3 市场动态分析

6.3.4 主要案例分析

6.3.5 阻滞因素分析

6.4 2014-汽车后市场电商领域企业战略动向

6.4.1 别克品牌

6.4.2 上汽乘用车

6.4.3 京东汽车

6.4.4 轮库汽车服务

6.4.5 阿里汽车

6.4.6 广汇汽车

6.5 汽车后市场电商面临的挑战及建议

6.5.1 面临运营压力

6.5.2 专业水平不足

6.5.3 终端店仍有空间

6.5.4 应形成全产业链

第七章 2014-2016年中国汽车维修及配件市场分析

7.1 2014-2016年汽车维修市场发展分析

7.1.1 市场规模现状

7.1.2 经营模式分析

7.1.3 市场较为混乱

7.1.4 行业面临变局

7.2 2014-2016年汽车零部件行业发展分析

7.2.1 产业体系发展

7.2.2 经营现状分析

7.2.3 发展模式分析

7.2.4 市场格局分析

7.3 2014-2016年汽车维修连锁经营分析

7.3.1 市场发展现状

7.3.2 市场主体分析

7.3.3 发展优势分析

7.3.4 经营形式分析

7.4 汽车维修企业服务质量管理分析

7.4.1 服务质量管理水平

7.4.2 构建现代管理体系

7.4.3 主要管理环节分析

7.4.4 影响因素及缺口分析

7.5 汽车维修业面临的问题及建议

7.5.1 企业经营方面

7.5.2 行业监管方面

7.5.3 环境因素方面

7.5.4 技术水平方面

7.5.5 行业发展方向

第八章 2014-2016年中国汽车美容养护市场分析

8.1 2014-2016年汽车美容养护市场发展现状

8.1.1 市场规模现状

8.1.2 市场竞争格局

8.1.3 地域分布特征

8.1.4 市场需求特征

8.2 2014-2016年汽车美容养护市场面临的形势

8.2.1 市场逐渐转型

8.2.2 外资品牌攫利

8.2.3 民族品牌觉醒

8.2.4 企业探索道路

8.3 汽车美容连锁企业经营分析

8.3.1 连锁企业经营现状

8.3.2 连锁企业发展策略

8.3.3 连锁企业发展前景

8.4 汽车美容养护市场的问题及建议

8.4.1 行业主要问题

8.4.2 制约因素分析

8.4.3 行业发展方向

8.4.4 企业发展方向

8.4.5 行业发展趋势

第九章 2014-2016年中国汽车电子市场分析

9.1 2014-2016年汽车电子产业发展综述

9.1.1 产业发展地位

9.1.2 产业发展阶段

9.1.3 市场规模现状

9.1.4 汽车电子渗透率

9.1.5 引领汽车发展方向

9.2 2014-2016年汽车电子市场竞争分析

9.2.1 整体竞争态势

9.2.2 竞争现状分析

9.2.3 竞争格局剖析

9.2.4 重点企业竞争力

9.3 汽车电子市场面临的挑战及建议

9.3.1 主要挑战分析

9.3.2 制约因素分析

9.3.3 市场需合理布局

9.3.4 构建全球化产业链

第十章 2014-2016年中国二手车交易市场分析

10.1 2014-2016年二手车市场交易情况分析

- 10.1.1 交易情况分析
- 10.1.2 交易情况分析
- 10.1.3 2016年交易情况分析
- 10.2 2014-2016年二手车市场结构分析
 - 10.2.1 车型结构分析
 - 10.2.2 区域分布分析
 - 10.2.3 省市分布分析
 - 10.2.4 跨区域交易结构
- 10.3 2014-2016年二手车市场特征分析
 - 10.3.1 用户群体特征
 - 10.3.2 用户接受度较低
 - 10.3.3 二手车交易量偏低
 - 10.3.4 二手车供给不充分
- 10.4 二手车电商商业模式分析
 - 10.4.1 网上竞价交易平台
 - 10.4.2 交易服务资讯平台
 - 10.4.3 简单收购模式
 - 10.4.4 第三方信息服务平台
 - 10.4.5 寄售模式
 - 10.4.6 模式比较分析
- 10.5 二手车市场面临的挑战及建议
 - 10.5.1 交易规模偏低
 - 10.5.2 主要问题分析
 - 10.5.3 发展瓶颈分析
 - 10.5.4 行业发展方向
- 第十一章 2014-2016年中国汽车租赁市场分析
 - 11.1 2014-2016年汽车租赁市场发展现状
 - 11.1.1 行业的重要性
 - 11.1.2 市场规模现状
 - 11.1.3 市场需求分析
 - 11.1.4 企业整体情况
 - 11.1.5 市场消费行为
 - 11.1.6 行业政策规范
 - 11.1.7 行业发展良机
 - 11.2 2014-2016年汽车租赁市场发展动向

- 11.2.1 价格战愈演愈烈
- 11.2.2 传统格局受冲击
- 11.2.3 企业涉足资本市场
- 11.2.4 新能源车租赁发展
- 11.2.5 P2P租车模式出现
- 11.3 2014-汽车租赁区域市场现状
 - 11.3.1 北京市
 - 11.3.2 上海市
 - 11.3.3 江苏省
 - 11.3.4 海南省
 - 11.3.5 南昌市
 - 11.3.6 太原市
 - 11.3.7 上饶市
- 11.4 汽车租赁商业模式及典型案例分析
 - 11.4.1 市场参与者分类
 - 11.4.2 专业短期租赁公司
 - 11.4.3 专业长期租赁公司
 - 11.4.4 汽车融资租赁公司
 - 11.4.5 银行系融资租赁公司
 - 11.4.6 厂商主导租赁公司
 - 11.4.7 经销商主导租赁公司
- 11.5 汽车租赁市场面临的挑战及建议
 - 11.5.1 困境与变局
 - 11.5.2 存在的问题
 - 11.5.3 市场渗透率低
 - 11.5.4 行业发展方向
- 第十二章 2014-2016年中国汽车保险市场分析
 - 12.1 2014-2016年汽车保险市场发展现状
 - 12.1.1 产业链地位
 - 12.1.2 行业规模现状
 - 12.1.3 行业经营分析
 - 12.1.4 企业战略联盟
 - 12.1.5 销售渠道分析
 - 12.1.6 行业政策动态
 - 12.2 2014-2016年车险业务经营分析

- 12.2.1 车险在财险中的地位
- 12.2.2 车险的经营状况
- 12.2.3 市场发展的态势
- 12.2.4 网购车险的发展
- 12.2.5 存在的主要问题
- 12.2.6 问题的改进对策
- 12.3 2014-2016年车险费率市场化改革分析
 - 12.3.1 车险费率改革进程
 - 12.3.2 车险费率改革政策
 - 12.3.3 车险费改地区成效
 - 12.3.4 对车险市场影响分析
 - 12.3.5 对市场主体影响分析
 - 12.3.6 对保险消费者的影响
- 12.4 汽车保险市场面临的问题及建议
 - 12.4.1 行业发展不足
 - 12.4.2 市场问题分析
 - 12.4.3 行业乱象分析
 - 12.4.4 主要发展对策
 - 12.4.5 产业链发展战略
- 第十三章 2014-2016年中国汽车改装市场分析
 - 13.1 2014-2016年汽车改装产业发展综述
 - 13.1.1 产业基础形成
 - 13.1.2 产业水平不高
 - 13.1.3 行业主要特点
 - 13.1.4 行业产量现状
 - 13.2 2014-2016年汽车改装市场现状分析
 - 13.2.1 市场规模现状
 - 13.2.2 市场结构情况
 - 13.2.3 市场发展形势
 - 13.3 2014-2016年汽车改装市场变化趋势分析
 - 13.3.1 市场细分加深
 - 13.3.2 外资加速布局
 - 13.3.3 私人定制渐热
 - 13.3.4 集中在豪车领域
 - 13.4 汽车改装市场面临的挑战及建议

13.4.1 技术仍不成熟

13.4.2 存在政策屏障

13.4.3 标准规范缺失

13.4.4 专业人才匮乏

13.4.5 发展方向探析

第十四章 汽车后市场典型企业运营状况分析

14.1 德国博世集团

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

14.2 庞大汽贸集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

14.3 广汇汽车服务股份公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

14.4 国机汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

14.5 深圳市元征科技股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

14.6 安盛天平财产保险股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十五章 2017-2022年中国汽车后市场投资潜力分析

15.1 投资价值凸显

15.1.1 政策驱动明显

15.1.2 市场空间广阔

15.1.3 提升空间较大

15.1.4 市场介入契机

15.1.5 行业利润空间

15.2 资本表现活跃

15.2.1 国外市场动向

15.2.2 汽车维修市场

15.2.3 汽车租赁市场

15.2.4 二手车市场

15.2.5 汽车金融市场

15.2.6 汽车电商市场

15.3 企业投资机会

15.3.1 汽车零部件企业

15.3.2 品牌汽修连锁企业

15.3.3 传统经销商后市场业务

15.4 市场投资机会

15.4.1 汽车维修市场

15.4.2 汽车金融市场

15.4.3 汽车保险市场

15.4.4 二手车交易市场

15.4.5 汽车回收拆解市场

15.4.6 商务租车市场

15.5 投资风险预警

15.5.1 政策风险

15.5.2 模式风险

15.5.3 盈利风险

15.5.4 投资建议

第十六章 2017-2022年中国汽车后市场前景预测

16.1 中国汽车后市场的未来前景

16.1.1 发展意义重大

16.1.2 市场机遇分析

16.1.3 未来发展趋势

16.1.4 远景规模展望

16.1.5 行业趋势分析

16.2 汽车后市场重点细分行业前景展望

16.2.1 汽车维修业

16.2.2 汽车养护业

16.2.3 二手车市场

16.2.4 汽车电子业

16.2.5 汽车租赁业

16.2.6 汽车保险业

16.2.7 汽车改装业

16.3 2017-2022年中国汽车后市场规模预测

16.3.1 汽车后市场总体规模

16.3.2 二手车交易规模预测

16.3.3 汽车维修行业规模预测

16.3.4 汽车电子市场规模预测

16.3.5 汽车养护市场规模预测

16.3.6 汽车改装市场规模预测

附录：

附录一：《机动车维修管理规定》

附录二：《汽车维修业开业条件》

附录三：《二手车流通管理办法》

附录四：《机动车交通事故责任强制保险条例》

附录五：《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》

图表目录：

图表1 汽车后市场涉及汽车平均8-12年生命周期中的每个环节

图表2 我国与欧美汽车后市场主要业务对比

图表3 国内汽车市场产业链构成

图表4 AUTOBACS业务比例

图表5 2014-国内生产总值增长速度（累计同比）

图表6 2005-全国粮食产量

图表7 2014-规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表8 2014-固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表9 2014-社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表10 2014-居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表11 2014-工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表12 2014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表13 2016年人口数及其构成

图表14 2014-2016年城镇新增就业人数

图表15 2014-2016年全员劳动生产率

图表16 2016年居民消费价格月度涨跌幅度

图表17 2016年居民消费价格比涨跌幅度

图表18 2016年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表19 2014-2016年全国一般公共预算收入

图表20 2014-2016年国家外汇储备

（GYZX）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/282417282417.html>