

2021-2027年中国汽车后市场评估与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国汽车后市场评估与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202012/195777.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

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。目前，我国汽车后市场受到互联网企业的高度关注，“互联网+”赋能汽车后市场成为新的运营模式。

得益于我国汽车保有量的上升，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。根据中国汽车流通协会数据，2013年-2017年，我国汽车后市场行业市场规模逐年增加。2017年，我国汽车后市场行业市场规模约10700亿元，已经突破万亿，增长率21.59%；预计2018年，我国汽车后市场行业市场规模将会达到1.3万亿元。2013-2017年中国汽车后市场市场规模

中企顾问网发布的《2021-2027年中国汽车后市场评估与发展趋势研究报告》共十章。首先介绍了汽车后行业市场发展环境、汽车后整体运行态势等，接着分析了汽车后行业市场运行的现状，然后介绍了汽车后市场竞争格局。随后，报告对汽车后做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车后行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车后产业有个系统的了解或者想投资汽车后行业，本报告是您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。

报告目录：

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

目前我国汽车市场销售额中配件占37%，制造商占43%，零售占8%，服务占12%；与此相对应的是国外成熟的汽车市场销售额中，配件占39%，制造商占21%、零售占7%、服务占37%。从汽车工业的发展趋势看，今后国内汽车行业的竞争涵盖了价格、质量、服务及品牌形象等综合能力的竞争。作为服务类别的汽车养护行业，随着汽车保有量的猛增，市场急需数量多、分布广、零配件质量有保障、技术水平高、诊断准确、设备先进、维修快速的具有专业服务水平的新型养护企业来适应日益发展变化的汽车后市场。

在成熟国家的汽车产业链中，汽车后市场的占比在50-60%，而我国目前只占到10%左右，还有很大的提升空间。中外汽车后市场占汽车产业链产值占比

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分析

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分析

2.4.1汽车消费信贷市场分析

- (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) 汽车消费信贷前景预测

2.4.2汽车保险市场分析

- (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) 中国汽车保险发展前景预测
 - 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) 汽车保险行业发展前景预测

2.4.3二手车金融市场分析

- (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) 二手车金融前景预测

2.4.4 中国汽车融资租赁市场分析

(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) 互联网金融市场调研

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 中国汽车租赁市场分析

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分析

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前景预测

3.8 汽车租赁市场重点企业分析

3.8.1 神州租车控股有限公司

(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 至尊汽车租赁有限公司

(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戴姆勒金融服务集团

(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章中国二手汽车市场分析

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+二手车发展趋势与前景预测

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分析

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 全球汽车电子市场分析

(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 汽车座椅市场分析

5.6.1 全球汽车座椅市场分析

(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 儿童安全座椅市场分析

(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) 企业区域市场分析
- (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) 企业最新发展动向分析

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分析

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 汽车美容市场分析

(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 汽车装饰市场分析

(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国外汽车维修市场分析

(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 汽车改装市场分析

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前景预测

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 中大国际控股有限公司

- (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
- (5) 企业经营优劣势分析

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
- (5) 企业市场与服务网络分析
- (6) 企业研发能力分析

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

6.8.7 奇星（国际）汽车改装部品有限公司

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营优劣势分析

6.8.8 广州华迤德贸易有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业经营优劣势分析

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分析

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分析

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分析

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预测

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 山东通利报废机动车回收拆解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

7.5.4 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) 企业组织架构分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.5.5 宁波市废旧汽车回收集团公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业机械设备分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络

第8章新能源汽车充电基础设施市场分析

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) 新能源汽车前景预测

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) 充电基础设施发展前景预测
- (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前景预测

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

(2) 市场需求分析

(3) 市场规模分析

(4) 运营模式分析

8.4.6南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

8.4.7重庆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

8.4.8合肥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

8.5新能源汽车充电基础设施企业分析

8.5.1国电南瑞科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业规模与业务范围
- (4) 企业解决方案分析

8.5.2深圳奥特迅电力设备股份有限公司

- (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) 企业市场区域结构

8.5.3许继电气股份有限公司

- (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) 企业市场区域结构

8.5.4深圳科士达科技股份有限公司

- (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) 企业市场区域结构

8.5.5 青岛特锐德电气股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业充电领域布局

8.5.6 国电南京自动化股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营业务分析
- (4) 企业产业结构分析

8.5.7 互联网+充电基础设施企业分析

- (1) 特斯拉
- (2) ChargePoint
- (3) DriveNow
- (4) 特锐德
- (5) 万马股份
- (6) 易事特
- (7) 普天
- (8) 电桩

第9章 中国汽车后市场的重点区域分析

9.1 珠三角地区汽车后市场分析

9.1.1 广州市汽车后市场发展分析

- (1) 广州市汽车保有量及其增长
- (2) 广州市汽车后市场发展现状
- (3) 广州市汽车后市场竞争格局
- (4) 广州市汽车后市场前景展望

9.1.2 深圳市汽车后市场发展分析

- (1) 深圳市汽车保有量及其增长
- (2) 深圳市汽车后市场发展现状
- (3) 深圳市汽车后市场竞争格局
- (4) 深圳市汽车后市场前景展望

9.1.3 东莞市汽车后市场发展分析

- (1) 东莞市汽车保有量及其增长
- (2) 东莞市汽车后市场发展现状
- (3) 东莞市汽车后市场竞争格局
- (4) 东莞市汽车后市场前景展望

9.2 长三角地区汽车后市场分析

9.2.1 上海市汽车后市场发展分析

- (1) 上海市汽车保有量及其增长
- (2) 上海市汽车后市场发展现状
- (3) 上海市汽车后市场竞争格局
- (4) 上海市汽车后市场前景展望

9.2.2 浙江省汽车后市场发展分析

- (1) 浙江省汽车保有量分析
- (2) 浙江省汽车后市场发展现状
- (3) 浙江省汽车后市场竞争格局
- (4) 浙江省汽车后市场前景展望

9.2.3 江苏省汽车后市场发展分析

- (1) 江苏省汽车保有量及其增长
- (2) 江苏省汽车后市场发展现状
- (3) 江苏省汽车后市场竞争格局
- (4) 江苏省汽车后市场前景展望

9.3 环渤海地区汽车后市场分析

9.3.1 北京市汽车后市场发展分析

- (1) 北京市汽车保有量及其增长
- (2) 北京市汽车后市场发展现状
- (3) 北京市汽车后市场竞争状况
- (4) 北京市汽车后市场前景展望

9.3.2 天津市汽车后市场发展分析

- (1) 天津市汽车保有量及其增长
- (2) 天津市汽车后市场发展现状
- (3) 天津市汽车后市场竞争格局
- (4) 天津市汽车后市场前景展望

9.3.3 山东省汽车后市场发展分析

- (1) 山东省汽车保有量及其增长
- (2) 山东省汽车后市场发展现状
- (3) 山东省汽车后市场竞争格局
- (4) 山东省汽车后市场前景展望

9.3.4 河北省汽车后市场发展分析

- (1) 河北省汽车保有量及其增长
- (2) 河北省汽车后市场发展现状
- (3) 河北省汽车后市场竞争格局
- (4) 河北省汽车后市场前景展望

9.4 东北地区汽车后市场分析

9.4.1 黑龙江省汽车后市场发展分析

- (1) 黑龙江省汽车保有量及其增长
- (2) 黑龙江省汽车后市场发展现状
- (3) 黑龙江省汽车后市场竞争格局
- (4) 黑龙江省汽车后市场前景展望

9.4.2 吉林省汽车后市场发展分析

- (1) 吉林省汽车保有量及其增长
- (2) 吉林省汽车后市场发展现状
- (3) 吉林省汽车后市场竞争格局
- (4) 吉林省汽车后市场前景展望

9.4.3 辽宁省汽车后市场发展分析

- (1) 辽宁省汽车保有量及其增长
- (2) 辽宁省汽车后市场发展现状
- (3) 辽宁省汽车后市场竞争格局
- (4) 辽宁省汽车后市场前景展望

9.5 中西部地区汽车后市场分析

9.5.1 四川省汽车后市场发展分析

- (1) 四川省汽车保有量及其增长
- (2) 四川省汽车后市场发展现状
- (3) 四川省汽车后市场竞争格局
- (4) 四川省汽车后市场前景展望

9.5.2湖北省汽车后市场发展分析

- (1) 湖北省汽车保有量及其增长
- (2) 湖北省汽车后市场发展现状
- (3) 湖北省汽车后市场竞争状况
- (4) 湖北省汽车后市场前景展望

9.5.3重庆市汽车后市场发展分析

- (1) 重庆市汽车保有量及其增长
- (2) 重庆市汽车后市场发展现状
- (3) 重庆市汽车后市场竞争状况
- (4) 重庆市汽车后市场前景展望

9.5.4陕西省汽车后市场发展分析

- (1) 陕西省汽车保有量及其增长
- (2) 陕西省汽车后市场发展现状
- (3) 陕西省汽车后市场竞争格局
- (4) 陕西省汽车后市场前景展望

第10章中国汽车后市场投资趋势与前景预测()

10.1汽车后市场投资风险分析

- 10.1.1汽车后市场政策风险
- 10.1.2汽车后市场经济波动风险
- 10.1.3汽车后市场风险
- 10.1.4汽车后市场供需风险

10.2汽车后市场投资特性与机会分析

- 10.2.1汽车后市场进入壁垒
- 10.2.2汽车后市场盈利模式
- 10.2.3汽车后市场需求影响因素
- 10.2.4汽车后市场投资机会及建议
 - (1) 汽车后市场投资机会

(2) 汽车后市场投资建议

(3) 汽车后市场产业园区建设

10.3 汽车后市场发展趋势与前景预测

10.3.1 汽车后市场发展趋势

10.3.2 汽车保有量预测分析

10.3.3 汽车后市场预测分析 ()

图表目录：

图表1 2017-2019年国内生产总值及其增长速度

图表2 2017-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表3 2016年全国居民人均消费支出及其构成

图表4 2017-2019年中国汽车整车制造业经营数据分析

图表5 2017-2019年中国汽车零部件制造业经营数据分析

图表6 2017-2019年中国新能源汽车产量增长统计

图表7 2016年中国出口排名前十厂家汽车出口量统计分析

图表8 2017-2019年中国私家车保有量增长统计

图表9 2017-2019年中国汽车产量数据统计

图表10 2017-2019年中国乘用车销量增长统计

图表11 2018年各类型乘用车销量统计

图表12 二手车金融业务范围

图表13 主要二手车金融服务提供商业务特点

图表14 中国汽车信贷规模

图表15 2017-2019年国内网贷平台成交额增长趋势

图表16 2017-2019年中国整体网民和移动网民规模

图表17 “互联网+”时代消费金融

图表18 2018-2023年中国汽车租赁行业市场规模预测

图表19 汽车租赁行业的车型结构表

图表20 中国汽车租赁行业对上游行业的议价能力分析列表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195777.html>