

2017-2022年中国汽车后行业发展现状分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国汽车后行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/301082.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

汽车后市场最早分类是以汽车整车销售的前、后顺序进行分类的，汽车后市场行业简称-车后市。汽车后市场大体上可分为七大行业：汽保行业；汽车金融行业；汽车IT行业；汽车精品、用品、美容、快修及改装行业又称汽车养护行业；汽车维修及配件行业；汽车文化及汽车运动行业；二手车及汽车租赁行业；后市场联盟平台整合。

自改革开放以来，国民经济快速增长，居民可支配收入大幅提升，使越来越多的个人和家庭具备了购买轿车的能力，国民汽车保有量在近几年总体保持着快速增长的趋势。在汽车产销量方面，据中国汽车工业协会统计，2015年汽车产销量分别都超过了2450万辆，尽管我国的新车销售已过高速增长期，但每年还将有大约两千万辆车进入全国各地。

2016-2018年中国汽车后市场规模预测

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：中国汽车后市场的发展综述	26
1.1 汽车后市场行业的发展概况	26
1.1.1 汽车后市场行业的相关概述	26
(1) 汽车后市场行业的定义	26
(2) 汽车后市场行业的分类	26
1.1.2 汽车后市场行业的发展概况	26
(1) 汽车后市场发展历程分析	26
(2) 汽车后市场发展阶段分析	27
(3) 汽车后市场行业规模分析	28
(4) 汽车后市场行业利润分析	28
1.1.3 汽车后市场行业的发展策略	28
(1) 汽车后市场运营模式分析	28
(2) 汽车后市场存在问题分析	29
(3) 汽车后市场发展策略分析	31
1.2 汽车后市场行业的发展环境	32
1.2.1 汽车后市场行业政策环境分析	32

- (1) 汽车后市场行业监管体制 32
- (2) 汽车后市场相关政策解读 33
- (3) 汽车后市场发展规划解读 36
- 1.2.2 汽车后市场行业需求环境分析 37
 - (1) 汽车保有量及其增长情况 37
 - (2) 居民人均可支配收入情况 39
 - (3) 汽车售后市场比重过小 40
- 1.2.3 汽车后市场行业经济环境分析 40
 - (1) 国际宏观经济环境分析 40
 - (2) 国内宏观经济环境分析 51
 - (3) 行业宏观经济环境分析 57
- 1.3 汽车后市场营销渠道分析 58
 - 1.3.1 汽车后市场主要营销渠道 58
 - (1) 汽车4S店营销分析 58
 - (2) 专业展会渠道分析 58
 - (3) 传统营销渠道分析 59
 - 1.3.2 深度营销理论导入解析 61
 - (1) 深度营销理论的简介 61
 - (2) 深度营销必要性分析 61
 - (3) 深度营销在行业中的应用 62
 - 1.3.3 汽车后市场渠道存在问题 64
- 1.4 汽车4S店渠道模式分析 65
 - 1.4.1 汽车4S店的发展概况分析 65
 - (1) 汽车4S店概念及发展历程 65
 - (2) 汽车4S店的发展现状分析 66
 - (3) 汽车4S店的区域分布情况 67
 - (4) 汽车4S店的售后服务现状 67
 - 1.4.2 国外汽车4S店营销模式分析 68
 - (1) 美国汽车4S店营销模式 68
 - (2) 英国汽车4S店营销模式 70
 - (3) 日本汽车4S店营销模式 71
 - (4) 德国汽车4S店营销模式 72
 - 1.4.3 国内汽车4S店营销模式分析 72
 - (1) 汽车品牌专卖店营销模式 72
 - (2) 汽车交易市场营销模式 73

- (3) 汽车工业园区营销模式 74
- (4) 汽车连锁销售营销模式 74
- (5) 电子商务模式营销模式 75
- 1.4.4 汽车4S店市场竞争格局分析 76
 - (1) 与二手车市场的竞争分析 76
 - (2) 与汽车大卖场的竞争分析 77
 - (3) 汽车4S店间的竞争分析 78
- 1.4.5 主要汽车4S店经营策略分析 79
 - (1) 北京现代4S店经营策略 79
 - (2) 东风日产4S店经营策略 79
 - (3) 广州本田4S店经营策略 80
 - (4) 奇瑞汽车4S店经营模式 81
- 1.4.6 汽车4S店的SWOT分析 81
 - (1) 汽车4S店的优势分析 82
 - (2) 汽车4S店的劣势分析 83
 - (3) 汽车4S店的机会分析 84
 - (4) 汽车4S店的威胁分析 85

- 第2章：中国汽保市场发展状况分析 86
 - 2.1 中国汽车保修设备市场分析 86
 - 2.1.1 汽车保修设备市场概况 86
 - (1) 汽车保修设备发展概况 86
 - (2) 汽车保修设备市场规模 86
 - (3) 汽保设备市场品牌定位 87
 - 2.1.2 汽车保修设备市场特征分析 88
 - (1) 汽保设备市场需求特征 88
 - (2) 汽保设备市场购买特征 88
 - (3) 汽保设备市场决策特征 88
 - (4) 汽保设备市场交易特征 88
 - (5) 汽保设备市场产品特征 88
 - 2.1.3 汽保设备市场营销策略 88
 - (1) 汽保设备市场关系营销 88
 - (2) 汽保设备市场事件营销 89
 - 2.1.4 汽保设备销售渠道分析 90
 - (1) 行业展会营销销售渠道分析 90

(2) 团购网络营销渠道分析	90
2.1.5 重点地区汽保设备市场分析	90
(1) 营口汽保设备市场分析	90
(2) 台州汽保设备市场分析	91
(3) 盐城汽保设备市场分析	94
(4) 山东汽保设备市场分析	96
2.2 中国汽车检测市场发展分析	98
2.2.1 汽车检测市场发展概况	98
(1) 汽车检测市场发展现状	98
(2) 汽车检测市场有利因素	99
(3) 汽车检测市场存在的问题	99
2.2.2 汽车检测技术发展分析	100
(1) 国外汽车检测技术发展分析	100
(2) 国内汽车检测技术发展分析	103
2.2.3 汽车检测技术发展趋势分析	104
(1) 汽车检测设备趋于智能化	104
(2) 汽车检测技术趋于规范化	104
(3) 汽车检测管理趋于网络化	104
(4) 汽车检测系统趋于综合化	105
第3章：中国汽车金融服务市场分析	106
3.1 国际汽车金融行业发展概况	106
3.1.1 国际汽车金融行业的发展历程	106
3.1.2 国际汽车金融行业的发展规模	107
3.1.3 国际汽车金融行业的发展特点	107
3.1.4 国际汽车金融行业的发展态势	108
3.2 国际汽车金融服务模式启示	109
3.2.1 美国汽车金融服务模式分析	109
3.2.2 德国汽车金融服务模式分析	110
3.2.3 日本汽车金融服务模式分析	111
3.2.4 国际汽车金融服务模式启示	113
3.3 中国汽车金融行业发展分析	114
3.3.1 汽车金融行业的发展历程分析	114
3.3.2 汽车金融行业的发展特点分析	117
3.3.3 汽车金融行业的供需状况分析	117

- 3.3.4 汽车金融行业证券化市场分析 119
- 3.3.5 汽车金融行业存在的主要问题 121
- 3.3.6 汽车金融行业的发展对策及建议 122
- 3.4 国内外汽车金融市场规模分析 124
 - 3.4.1 国外汽车金融市场规模分析 124
 - (1) 美国汽车金融市场规模分析 124
 - (2) 发达国家汽车金融业务模式 126
 - 3.4.2 国外大型车企金融业务分析 127
 - (1) 福特公司汽车金融业务分析 127
 - (2) 丰田公司汽车金融业务分析 127
 - (3) 大众公司汽车金融业务分析 128
 - (4) 通用公司汽车金融业务分析 128
 - 3.4.3 国内汽车金融市场规模及趋势 129
 - (1) 国内汽车金融市场发展规模 129
 - (2) 国内汽车金融市场发展趋势 130
 - 3.4.4 国内外汽车金融市场发展比较 131
 - (1) 汽车金融外部环境的比较 131
 - (2) 汽车金融服务模式的比较 132
 - (3) 汽车金融盈利模式的比较 135
 - (4) 汽车金融发展程度的比较 140
- 3.5 中国汽车融资租赁市场分析 144
 - 3.5.1 融资租赁的相关概述 144
 - (1) 融资租赁的定义 144
 - (2) 融资租赁的基本特征 144
 - (3) 融资租赁的业务模式 145
 - (4) 融资租赁的经营范围 148
 - (5) 融资租赁的运作流程 149
 - 3.5.2 汽车融资租赁的相关概述 151
 - (1) 汽车融资租赁的定义 151
 - (2) 汽车融资租赁的流程 151
 - (3) 汽车融资租赁的特点 152
 - (4) 汽车融资租赁的优势 152
 - (5) 与汽车消费信贷的比较 153
 - 3.5.3 汽车融资租赁的发展状况 154
 - (1) 汽车融资租赁的发展历程 154

- (2) 汽车融资租赁的发展现状 155
- (3) 汽车融资租赁面临的问题 156
- (4) 汽车融资租赁的发展对策 157
- 3.5.4 汽车融资租赁的发展前景展望 159
- 3.6 中国汽车保险市场发展分析 159
- 3.6.1 国外汽车保险行业发展经验借鉴 159
 - (1) 美国汽车保险行业发展经验 159
 - (2) 德国汽车保险行业发展经验 162
 - (3) 日本汽车保险行业发展经验 163
 - (4) 加拿大汽车保险行业发展经验 163
- 3.6.2 中国汽车保险行业发展状况分析 164
 - (1) 中国汽车保险行业发展概况 164
 - (2) 中国汽车保险行业发展特点 164
 - (3) 中国汽车保险行业经营情况 165
- 3.6.3 中国汽车保险行业竞争状况分析 171
 - (1) 汽车保险市场竞争状况分析 171
 - (2) 汽车保险行的业集中度分析 172
 - (3) 汽车保险潜在进入者的威胁 173
 - (4) 产业链视角下车险竞争策略 174
 - (5) 车险产业链的发展路径及协同效应 180
- 3.6.4 中国汽车保险行业营销模式分析 182
 - (1) 汽车保险营销模式结构分析 182
 - (2) 汽车保险直接营销模式分析 183
 - (3) 汽车保险间接营销模式分析 190
- 3.6.5 中国汽车保险发展趋势及前景预测 196
 - (1) 汽车保险行业发展趋势分析 196
 - (2) 汽车保险行业发展驱动因素 199
 - (3) 汽车保险行业发展前景预测 202

第4章：中国汽车电子市场发展分析 205

- 4.1 全球汽车电子市场发展分析 205
- 4.1.1 全球汽车电子市场发展概况 205
 - (1) 国际汽车电子巨头加强合作 205
 - (2) 全球汽车电子产业方兴未艾 206
 - (3) 国际汽车电子企业到中国御寒 207

- 4.1.2 全球汽车电子市场发展规模 208
 - (1) 全球汽车电子市场容量及增速 208
 - (2) 全球汽车电子信息市场规模 209
 - (3) 全球汽车电子系统市场规模 210
- 4.1.3 全球汽车电子市场特征分析 210
 - (1) 全球汽车电子区域市场特征 210
 - (2) 全球汽车电子产品结构特征 210
- 4.1.4 全球车载导航产业市场分析 211
- 4.2 中国汽车电子市场发展分析 213
 - 4.2.1 中国汽车电子市场容量分析 213
 - 4.2.2 中国汽车电子市场特点分析 214
 - 4.2.3 中国汽车电子分销市场分析 214
 - 4.2.4 汽车电子产业基地建设动向 215
 - 4.2.5 汽车电子产品功能的影响因素 216
 - 4.2.6 汽车电子行业的发展对策分析 218
- 4.3 中国汽车电子行业发展战略 223
 - 4.3.1 中国汽车电子行业SWOT分析 223
 - (1) 中国汽车电子行业的优势分析 223
 - (2) 中国汽车电子行业的劣势分析 224
 - (3) 中国汽车电子行业的机会分析 225
 - (4) 中国汽车电子行业的威胁分析 225
 - 4.3.2 中国汽车电子市场发展对策分析 226
 - (1) 汽车电子行业的发展模式分析 226
 - (2) 汽车电子市场的发展对策分析 226
 - 4.3.3 中国汽车电子行业发展途径分析 228
 - (1) 汽车电子动态联盟组织模式分析 229
 - (2) 基于动态联盟组织发展战略分析 230
 - 4.3.4 台湾汽车电子企业供应链策略借鉴 232
 - (1) “主动多元化”的运作模式分析 232
 - (2) “被动多元化”的运作模式分析 232
 - (3) “既有领域深耕”的运作模式分析 233
 - (4) “新市场经营”的运作模式分析 233
- 4.4 汽车电子市场竞争格局分析 234
 - 4.4.1 全球汽车电子市场竞争格局分析 234
 - (1) 全球汽车电子市场竞争格局概况 234

- (2) 全球汽车半导体与嵌入式软件企业 235
- (3) 全球主要汽车电子控制系统企业 236
- (4) 全球主要综合性汽车电子企业 238
- 4.4.2 全球主要汽车电子企业经营状况 239
 - (1) 德国博世集团经营情况分析 239
 - (2) 日本电装经营情况分析 240
 - (3) 美国德尔福经营情况分析 241
 - (4) 德国大陆集团经营情况分析 243
 - (5) 美国伟世通经营情况分析 244
 - (6) 法国法雷奥经营情况分析 247
 - (7) 韩国摩比斯经营情况分析 247
 - (8) 美国江森自控经营情况分析 248
- 4.4.3 中国汽车电子市场竞争状况分析 251
 - (1) 家电企业进军中国汽车电子市场 251
 - (2) 国外汽车电子巨头抢夺中国市场 251
 - (3) 国际汽车电子巨头强攻芯片市场 252
 - (4) 国际汽车电子企业加快本地化进程 252
 - (5) 半导体厂商进军中国汽车电子市场 252
- 4.4.4 中国汽车电子市场竞争格局分析 253
 - (1) 中国汽车电子市场集中度分析 253
 - (2) 中国汽车电子市场产品结构分析 254
 - (3) 中国汽车电子市场竞争格局分析 255
- 4.4.5 中国汽车电子企业发展状况分析 256
 - (1) 中国汽车电子企业发展规模分析 256
 - (2) 中国主要汽车电子企业发展状况 256
 - (3) 中国汽车电子企业竞争策略分析 258

第5章：中国汽车养护市场发展分析 259

- 5.1 中国汽车养护市场分析 259
 - 5.1.1 汽车养护市场发展概况分析 259
 - 5.1.2 汽车养护市场运营模式分析 259
 - 5.1.3 汽车养护市场利润来源分析 260
 - 5.1.4 汽车养护市场品牌格局分析 261
 - 5.1.5 汽车养护市场存在问题分析 261
 - 5.1.6 汽车养护行业发展对策分析 261

5.2 中国汽车美容市场分析	263
5.2.1 汽车美容市场发展概况分析	263
5.2.2 汽车美容市场发展特征分析	264
5.2.3 发达国家汽车美容市场分析	266
5.2.4 汽车美容市场需求状况分析	266
5.2.5 汽车美容市场经营模式分析	267
5.3 中国汽车用品市场分析	270
5.3.1 汽车用品行业发展状况分析	270
(1) 汽车用品发展现状分析	270
(2) 汽车用品行业规模分析	271
(3) 汽车用品行业利润分析	272
(4) 行业发展存在的问题分析	272
5.3.2 汽车用品主要营销渠道分析	273
(1) 汽配城及汽车用品店分析	274
(2) 大型汽车用品超市渠道分析	274
(3) 汽车4S店的营销渠道分析	274
(4) 网购汽车用品营销渠道分析	275
5.3.3 汽车用品消费市场分析	275
(1) 汽车用品整体消费特点分析	275
(2) 汽车用品消费群体比较分析	276
(3) 汽车用品消费者购买途径分析	278
5.3.4 汽车用品行业区域市场分析	279
(1) 广东汽车用品发展状况分析	279
(2) 浙江汽车用品发展状况分析	280
(3) 北京汽车用品发展状况分析	281
(4) 上海汽车用品发展状况分析	282
5.3.5 汽车用品市场竞争状况分析	284
(1) 国际汽车用品竞争状况分析	284
(2) 汽车用品国际品牌竞争分析	286
(3) 国内汽车用品潜在威胁分析	290
(4) 国内汽车用品竞争缺陷分析	290
(5) 国内汽车用品品牌格局分析	292
5.3.6 汽车用品市场发展前景预测	293
(1) 汽车用品市场发展趋势分析	293
(2) 汽车用品市场发展前景预测	295

- 5.4 中国汽车装饰市场分析 296
 - 5.4.1 汽车装饰相关知识概述 296
 - (1) 汽车装饰的概述及分类 296
 - (2) 汽车车外装饰的主要内容 297
 - (3) 汽车车内装饰的主要内容 297
 - 5.4.2 汽车装饰竞争状况分析 297
 - (1) 汽车装饰的品牌竞争分析 297
 - (2) 汽车装饰同质化竞争分析 298
 - (3) 汽车装饰品价格竞争分析 298
 - 5.4.3 汽车装饰的投资前景分析 299
 - (1) 汽车装饰品行业的发展趋势 299
 - (2) 汽车装饰品行业的投资机会 301
 - (3) 汽车装饰品行业前景预测 301
- 5.5 中国汽车改装市场分析 302
 - 5.5.1 国际汽车改装市场分析 302
 - (1) 国际汽车改装市场发展概况 302
 - (2) 国际汽车改装展会发展特点 303
 - (3) 国际汽车改装市场品牌格局 304
 - (4) 国际主要汽车改装市场概况 305
 - 5.5.2 国际重点汽车改装企业分析 306
 - (1) 搏速汽车 (Brabus) 公司 306
 - (2) 劳伦士 (Loutlos) 公司 307
 - (3) 日本HKS公司 307
 - (4) 澳大利亚TJM公司 308
 - 5.5.3 国内汽车改装市场分析 308
 - (1) 汽车改装市场发展概况 308
 - (2) 汽车改装市场规模分析 311
 - (3) 汽车改装市场消费者分析 311
 - (4) 汽车改装市场经营方式分析 312
 - (5) 汽车改装市场品牌竞争分析 313
 - (6) 汽车改装市场发展趋势分析 313
 - 5.5.4 汽车音响改装市场分析 314
 - (1) 汽车音响改装概念及分类 314
 - (2) 汽车音响设备市场发展状况 315
 - (3) 汽车音响改装市场需求分析 315

- (4) 汽车音响改装案例分析 316
- (5) 汽车音响改装市场渠道分析 320
- (6) 汽车音响改装消费者心理分析 321
- (7) 汽车音响改装的市场前景预测 322

第6章：中国汽车维修市场发展分析 323

6.1 国外汽车维修行业的发展状况 323

6.1.1 世界各国汽车维修行业发展状况 323

- (1) 美国汽车维修行业的发展状况 323
- (2) 德国汽车维修行业的发展状况 323
- (3) 日本汽车维修行业的发展状况 325
- (4) 泰国汽车维修行业的发展状况 325
- (5) 加拿大汽车维修行业发展状况 326
- (6) 新加坡汽车维修行业发展状况 327

6.1.2 世界各国重点汽车维修企业介绍 327

- (1) 美国汽车维修连锁店NAPA 327
- (2) 德国博世(BOSCH)公司 329
- (3) 日本AUTOBACS汽修连锁 329
- (4) 澳大利亚REPCO汽修连锁 330

6.1.3 世界各国汽车维修行业发展趋势 331

6.2 中国汽车维修行业的发展状况 333

6.2.1 中国汽车维修行业的经营情况 333

6.2.2 中国汽车维修行业的发展现状 334

6.2.3 中国汽车维修行业存在的问题 334

6.2.4 中国汽车维修行业发展的措施 335

6.3 中国汽车维修行业经营模式分析 337

6.3.1 传统汽车维修与现代汽车维修的比较 337

- (1) 传统汽车维修与现代汽车维修的概念 337
- (2) 传统汽车维修与现代汽车维修的关系 337
- (3) 现代汽车维修企业的经营理念及思路 338

6.3.2 汽车维修行业成本构成及发展概况 341

- (1) 汽车维修行业成本发展概况分析 341
- (2) 汽车维修行业成本构成状况分析 341

6.3.3 中国汽车维修行业经营和销售模式 342

- (1) 汽车维修行业四位一体模式 342

- (2) 汽车维修行业连锁经营模式 342
- (3) 汽车维修行业特约服务站模式 342
- (4) 汽车维修行业独立经营模式 342
- (5) 汽车维修企业经营模式的比较 343
- (6) 汽车维修行业的经营模式亟待转变 343
- 6.4 中国汽车快修连锁店发展状况分析 344
 - 6.4.1 汽车快修连锁的发展概况 344
 - (1) 汽车快修连锁经营的定义 344
 - (2) 汽车快修连锁市场发展状况 344
 - (3) 汽车快修连锁企业经营方式 345
 - (4) 汽车快修连锁的载体分析 346
 - 6.4.2 中国快修连锁企业经营环境分析 347
 - (1) 快修连锁企业政策环境分析 347
 - (2) 快修连锁企业经济环境分析 347
 - (3) 快修连锁企业社会文化环境分析 348
 - 6.4.3 部分省市汽车快修连锁经营情况 348
 - (1) 上海市汽车快修连锁业发展情况 348
 - (2) 福建省汽车快修连锁业发展情况 348
 - 6.4.4 中国汽车快修连锁发展的路径选择 349
 - (1) 汽车快修连锁发展存在的问题 349
 - (2) 汽修企业发展快修连锁必要性 350
 - (3) 汽车快修连锁经营的优势分析 350
 - (4) 建立汽车快修连锁企业的路径 352
 - (5) 汽车快修企业的经营策略分析 353
 - (6) 汽车快修连锁发展的政策建议 354

第7章：中国二手车及汽车租赁市场分析 357

- 7.1 中国二手车市场发展分析 357
 - 7.1.1 国外二手车市场发展概况 357
 - (1) 美国二手车市场发展现状 357
 - (2) 日本二手车市场发展现状 358
 - (3) 澳大利亚二手车市场现状 358
 - (4) 国外二手车市场发展特征 358
 - 7.1.2 国内二手车市场发展现状 359
 - (1) 二手车市场的发展阶段 359

- (2) 二手车市场的交易规模 360
- (3) 全国新旧车交易量对比 362
- (4) 二手车品种与区域分布 362
- 7.1.3 二手车市场制度环境分析 364
 - (1) 二手车市场准入制度 364
 - (2) 二手车市场税收制度 364
 - (3) 二手车市场评估制度 364
 - (4) 二手车市场政策环境 365
- 7.1.4 二手车市场的影响因素 365
- 7.1.5 二手车市场消费者调查 367
- 7.2 中国汽车租赁市场发展分析 369
 - 7.2.1 国际汽车租赁行业发展概况 369
 - (1) 国际汽车租赁行业的发展历程 369
 - (2) 国际汽车租赁行业的发展规模 369
 - (3) 国际汽车租赁行业的生命周期 370
 - (4) 国际汽车租赁行业运作模式分析 370
 - (5) 国际汽车租赁行业运作特点分析 372
 - (6) 国际汽车租赁对中国汽车租赁的启示 374
 - 7.2.2 中国汽车租赁行业发展状况 375
 - (1) 中国汽车租赁行业的发展历程 375
 - (2) 中国汽车租赁行业的发展规模 376
 - (3) 中国汽车租赁行业的发展特点 376
 - (4) 中国汽车租赁行业的影响因素 378
 - (5) 中国汽车租赁行业的生命周期 380
 - (6) 中国汽车租赁行业发展新动向 380
 - (7) 中国汽车租赁行业存在的问题 381
 - (8) 中国汽车租赁行业的发展策略 383
 - 7.2.3 汽车租赁行业市场竞争状况分析 387
 - (1) 汽车租赁行业总体竞争状况分析 387
 - (2) 国际汽车租赁市场竞争格局分析 387
 - (3) 跨国公司在中国市场的投资布局 388
 - (4) 跨国公司在中国的竞争策略分析 389
 - (5) 国内汽车租赁市场竞争格局分析 392
 - (6) 国内汽车租赁行业竞争结构分析 395
 - (7) 国内领先租车企业发展战略分析 396

第8章：中国汽车后市场的重点区域分析 403

8.1 珠三角地区汽车后市场分析 403

8.1.1 广州市汽车后市场发展分析 403

(1) 广州市汽车保有量及其增长 403

(2) 广州市汽车后市场发展现状 403

(3) 广州市汽车后市场竞争格局 404

(4) 广州市汽车后市场前景展望 405

8.1.2 深圳市汽车后市场发展分析 405

(1) 深圳市汽车保有量及其增长 405

(2) 深圳市汽车后市场发展现状 406

(3) 深圳市汽车后市场竞争格局 407

(4) 深圳市汽车后市场前景展望 407

8.1.3 东莞市汽车后市场发展分析 407

(1) 东莞市汽车保有量及其增长 407

(2) 东莞市汽车后市场发展现状 408

(3) 东莞市汽车后市场竞争格局 409

(4) 东莞市汽车后市场前景展望 409

8.2 长三角地区汽车后市场分析 409

8.2.1 上海市汽车后市场发展分析 409

(1) 上海市汽车保有量及其增长 409

(2) 上海市汽车后市场发展现状 410

(3) 上海市汽车后市场竞争格局 411

(4) 上海市汽车后市场前景展望 413

8.2.2 浙江省汽车后市场发展分析 414

(1) 浙江省汽车保有量及其增长 414

(2) 浙江省汽车后市场发展现状 415

(3) 浙江省汽车后市场竞争格局 415

(4) 浙江省汽车后市场前景展望 415

8.2.3 江苏省汽车后市场发展分析 416

(1) 江苏省汽车保有量及其增长 416

(2) 江苏省汽车后市场发展现状 416

(3) 江苏省汽车后市场竞争格局 417

(4) 江苏省汽车后市场前景展望 417

8.3 环渤海地区汽车后市场分析 418

- 8.3.1 北京市汽车后市场发展分析 418
 - (1) 北京市汽车保有量及其增长 418
 - (2) 北京市汽车后市场发展现状 419
 - (3) 北京市汽车后市场竞争格局 420
 - (4) 北京市汽车后市场前景展望 420
- 8.3.2 天津市汽车后市场发展分析 420
 - (1) 天津市汽车保有量及其增长 420
 - (2) 天津市汽车后市场发展现状 421
 - (3) 天津市汽车后市场竞争格局 421
 - (4) 天津市汽车后市场前景展望 422
- 8.3.3 山东省汽车后市场发展分析 422
 - (1) 山东省汽车保有量及其增长 422
 - (2) 山东省汽车后市场发展现状 423
 - (3) 山东省汽车后市场竞争格局 423
 - (4) 山东省汽车后市场前景展望 424
- 8.3.4 河北省汽车后市场发展分析 424
 - (1) 河北省汽车保有量及其增长 424
 - (2) 河北省汽车后市场发展现状 424
 - (3) 河北省汽车后市场竞争格局 425
 - (4) 河北省汽车后市场前景展望 425
- 8.4 东北地区汽车后市场分析 426
 - 8.4.1 黑龙江省汽车后市场发展分析 426
 - (1) 黑龙江省汽车保有量及其增长 426
 - (2) 黑龙江省汽车后市场发展现状 427
 - (3) 黑龙江省汽车后市场竞争格局 428
 - (4) 黑龙江省汽车后市场前景展望 429
 - 8.4.2 吉林省汽车后市场发展分析 429
 - (1) 吉林省汽车保有量及其增长 429
 - (2) 吉林省汽车后市场发展现状 430
 - (3) 吉林省汽车后市场竞争格局 430
 - (4) 吉林省汽车后市场前景展望 431
- 8.5 中西部地区汽车后市场分析 431
 - 8.5.1 四川省汽车后市场发展分析 431
 - (1) 四川省汽车保有量及其增长 431
 - (2) 四川省汽车后市场发展现状 432

- (3) 四川省汽车后市场竞争格局 433
- (4) 四川省汽车后市场前景展望 433
- 8.5.2 武汉市汽车后市场发展分析 434
 - (1) 武汉市汽车保有量及其增长 434
 - (2) 武汉市汽车后市场发展现状 434
 - (3) 武汉市汽车后市场竞争格局 435
 - (4) 武汉市汽车后市场前景展望 436
- 8.5.3 湖南省汽车后市场发展分析 436
 - (1) 湖南省汽车保有量及其增长 436
 - (2) 湖南省汽车后市场发展现状 437
 - (3) 湖南省汽车后市场竞争格局 438
 - (4) 湖南省汽车后市场前景展望 438
- 8.5.4 重庆市汽车后市场发展分析 438
 - (1) 重庆市汽车保有量及其增长 438
 - (2) 重庆市汽车后市场发展现状 439
 - (3) 重庆市汽车后市场竞争格局 440
 - (4) 重庆市汽车后市场前景展望 440
- 8.6 西北地区汽车后市场分析 440
 - 8.6.1 新疆汽车后市场发展分析 440
 - (1) 新疆汽车保有量及其增长 440
 - (2) 新疆汽车后市场发展现状 441
 - (3) 新疆汽车后市场竞争格局 442
 - (4) 新疆汽车后市场前景展望 443
 - 8.6.2 西安市汽车后市场发展分析 443
 - (1) 西安市汽车保有量及其增长 443
 - (2) 西安市汽车后市场发展现状 444
 - (3) 西安市汽车后市场竞争格局 445
 - (4) 西安市汽车后市场前景展望 445
 - 8.6.3 内蒙古汽车后市场发展分析 446
 - (1) 内蒙古汽车保有量及其增长 446
 - (2) 内蒙古汽车后市场发展现状 446
 - (3) 内蒙古汽车后市场竞争格局 447
 - (4) 内蒙古汽车后市场前景展望 447

- 9.1 国际汽车后市场竞争状况分析 448
 - 9.1.1 国际汽车市场的发展概况分析 448
 - (1) 美国汽车市场发展概况分析 448
 - (2) 德国汽车市场发展概况分析 449
 - (3) 英国汽车市场发展概况分析 449
 - (4) 法国汽车市场发展概况分析 450
 - (5) 日本汽车市场发展概况分析 450
 - (6) 印度汽车市场发展概况分析 451
 - 9.1.2 汽车后市场国际品牌竞争力分析 451
 - (1) 美国NAPA公司竞争力分析 451
 - (2) 美国AC德科公司竞争力分析 452
 - (3) 德国博世公司竞争力分析 452
 - (4) 日本黄帽子公司竞争力分析 453
 - (5) 日本澳德巴克斯公司竞争力分析 454
 - 9.1.3 国际汽车后市场竞争格局分析 454
- 9.2 国内汽车后市场竞争状况分析 455
 - 9.2.1 汽车后市场行业竞争状况分析 455
 - (1) 汽车后市场行业竞争状况分析 455
 - (2) 汽车后市场的竞争力缺陷分析 456
 - (3) 汽车后市场行业品牌格局分析 457
 - 9.2.2 汽车后市场行业竞争结构分析 458
 - (1) 汽车后市场行业议价能力分析 458
 - (2) 汽车后市场行业替代品威胁分析 458
 - (3) 汽车后市场行业潜在进入者威胁 458
 - (4) 汽车后市场行业现有企业的竞争 459

第10章：中国汽车后市场主要企业经营分析 461

- 10.1 汽车维修与养护市场领先企业分析 461
 - 10.1.1 博世贸易（上海）有限公司 461
 - (1) 企业发展简况分析 461
 - (2) 企业经营情况分析 461
 - (3) 企业主营业务范围 462
 - (4) 企业销售渠道与网络 462
 - (5) 企业经营优劣势分析 463
 - (6) 企业最新发展动向分析 463

.....另有4家企业分析。

10.2 汽车改装市场领先企业个案分析 476

10.2.1 广东永泰和汽车用品有限公司经营分析 476

- (1) 企业发展简况分析 476
- (2) 企业经营情况分析 477
- (3) 企业主营业务分析 477
- (4) 企业销售渠道与网络 477
- (5) 企业经营优劣势分析 477
- (6) 企业最新发展动向分析 478

.....另有4家企业分析。

10.3 汽车租赁市场领先企业个案分析 483

10.3.1 深圳市至尊汽车租赁股份有限公司经营分析 483

- (1) 企业发展简况分析 483
- (2) 企业租车服务产品 484
- (3) 企业租车服务范围 486
- (4) 企业租车车型分析 486
- (5) 企业租车流程分析 487
- (6) 企业租车优惠活动 487
- (7) 企业经营优劣势分析 489
- (8) 企业最新发展动向分析 489

.....另有4家企业分析。

10.4 汽车金融市场领先企业个案分析 508

10.4.1 上汽通用汽车金融有限责任公司经营分析 508

- (1) 企业发展简况分析 508
- (2) 企业经营情况分析 508
- (3) 企业业务发展状况 509
- (4) 企业风险管理状况 511
- (5) 企业车贷套餐分析 514
- (6) 企业服务产品介绍 514
- (7) 企业经营优劣势分析 515
- (8) 企业最新发展动向分析 515

10.4.2 大众汽车金融(中国)有限公司 515

- (1) 企业发展简况分析 515
- (2) 企业金融产品分析 515
- (3) 企业经营情况分析 518

- (4) 企业经营优劣势分析 518
- (5) 企业最新发展动向分析 518
- 10.4.3 丰田汽车金融(中国)有限公司 519
 - (1) 企业发展简况分析 519
 - (2) 企业金融产品分析 519
 - (3) 企业经营情况分析 520
 - (4) 企业经营优劣势分析 520
- 10.4.4 东风标致雪铁龙汽车金融有限公司 520
 - (1) 企业发展简况分析 520
 - (2) 企业金融产品分析 520
 - (3) 企业主营业务分析 521
 - (4) 企业经营优劣势分析 522
- 10.4.5 奇瑞徽银汽车金融有限公司 522
 - (1) 企业发展简况分析 522
 - (2) 企业金融产品介绍 522
 - (3) 企业贷款方案分析 524
 - (4) 企业经营优劣势分析 524
- 10.5 汽车流通市场领先企业个案分析 525
 - 10.5.1 庞大汽贸集团股份有限公司经营分析 525
 - (1) 企业发展简况分析 525
 - (2) 企业主营业务范围 526
 - (3) 企业经营情况分析 526
 - (4) 企业盈利能力分析 527
 - (5) 企业运营能力分析 528
 - (6) 企业偿债能力分析 528
 - (7) 企业发展能力分析 529
 - (8) 企业销售渠道与网络 529
 - (9) 企业经营优劣势分析 532
 - (10) 企业后市场服务发展规划 532
 - (11) 企业最新发展动向分析 533
 -另有4家企业分析。

第11章：汽车后市场投资分析与前景预测 548

- 11.1 汽车后市场行业投资机会分析 548
 - 11.1.1 汽车后市场行业投资风险分析 548

- (1) 汽车后市场行业政策风险分析 548
- (2) 汽车后市场行业经济波动风险 548
- (3) 汽车后市场行业市场竞争风险 548
- (4) 汽车后市场行业供求风险分析 549
- (5) 汽车后市场行业关联行业风险 550
- 11.1.2 汽车后市场行业投资特性分析 550
 - (1) 汽车后市场行业进入壁垒分析 550
 - (2) 汽车后市场行业盈利模式分析 552
 - (3) 汽车后市场行业盈利因素分析 553
- 11.1.3 汽车后市场行业投资机会及建议 554
 - (1) 汽车后市场行业投资潜力分析 554
 - (2) 汽车后市场产业园区最新动向 555
 - (3) 汽车后市场行业投资机会及建议 557
- 11.2 汽车后市场行业发展趋势分析 558
 - 11.2.1 汽车后市场发展趋势分析 558
 - 11.2.2 汽保行业发展趋势分析 560
 - 11.2.3 汽车金融发展趋势分析 562
 - 11.2.4 汽车电子发展趋势分析 563
 - 11.2.5 汽车养护发展趋势分析 563
 - 11.2.6 汽车维修发展趋势分析 564
 - 11.2.7 汽车租赁发展趋势分析 565
- 11.3 汽车后市场行业市场规模预测 566
 - 11.3.1 汽车后市场行业影响因素分析 566
 - 11.3.2 2016-2022年汽车保有量预测 567
 - 11.3.3 汽车后市场行业规模预测分析 568
 - 11.3.4 汽保行业市场规模预测分析 568
 - 11.3.5 汽车金融市场规模预测分析 569
 - 11.3.6 汽车电子市场规模预测分析 570
 - 11.3.7 汽车养护市场规模预测分析 571
 - 11.3.8 汽车维修市场规模预测分析 572
 - 11.3.9 汽车租赁市场规模预测分析 573

图表目录：

图表1：2016-2022年中国汽车后市场规模预测（单位：亿元） 3

图表2：2011-2016年中国民用汽车保有量变化（单位：万辆） 38

- 图表3：2011-2016年中国民用汽车千人拥有量（单位：辆） 38
- 图表4：2010-2016年中国城镇居民可支配收入增长趋势（单位：%） 40
- 图表5：2012-2016年美国GDP同比、环比折年率走势图（单位：%） 41
- 图表6：2012-2016年美国消费者信心指数走势图 41
- 图表7：2012-2016年美国初次申请失业金人数、持续领取失业金人数走势图（单位：人）
42
- 图表8：2012-2016年欧洲PMI指数走势图（单位：%） 42
- 图表9：2013-2016年欧元区消费者信心指数走势图 43
- 图表10：2013-2016年欧元区CPI指数走势图（单位：%） 43
- 图表11：2016年8月欧元区CPI分项指数走势图（单位：%） 44
- 图表12：2013-2016年欧元区M3同比走势图（单位：%） 44
- 图表13：2012-2016年日本消费者信心指数走势图 45
- 图表14：2013-2016年日本消费者信心指数分项走势图 45
- 图表15：2012-2016年日本进出口同比增长情况（单位：%） 46
- 图表16：2013-2016年日本出口分区域增长情况（单位：%） 46
- 图表17：2013-2016年日本CPI、核心CPI指数走势图（单位：%） 47
- 图表18：2013-2016年韩国CPI同比走势图（单位：%） 48
- 图表19：2013-2016年印尼CPI同比走势图（单位：%） 48
- 图表20：2013-2016年巴西工业生产指数同比走势图（单位：%） 48
- 图表21：2013-2016年巴西工业生产指数环比走势图（单位：%） 49
- 图表22：2013-2016年俄罗斯CPI同比走势图（单位：%） 49
- 图表23：2013-2016年俄罗斯失业率走势图（单位：%） 50
- 图表24：2013-2016年俄罗斯基准利率走势图（单位：%） 50
- 图表25：2013-2016年菲律宾CPI指数走势图（单位：%） 50
- 图表26：2010-2016年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%） 51
- 图表27：2010-2016年中国规模以上工业增加值增速（单位：%） 52
- 图表28：2016年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%） 53
- 图表29：2016年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%） 53
- 图表30：2013-2016年中国货物进出口总额（单位：亿美元） 54
- 图表31：2010-2016年中国广义货币（M2）增长速度（单位：%） 55
- 图表32：2010-2016年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%） 55
- 图表33：2012-2016年中国制造业PMI走势图（单位：%） 56
- 图表34：2013-2016年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%） 57
- 图表35：中国汽车4S店主要分布情况 67
- 图表36：汽车销售商利润构成图（单位：%） 68

- 图表37：美国特许经销商销售收入结构图（单位：%） 69
- 图表38：汽车4S店与二手车市场的竞争 77
- 图表39：汽车4S店之间的竞争状况 78
- 图表40：中国汽车4S店销售市场SWOT战略模型分析 82
- 图表41：德国汽车金融服务模式大致流程图 111
- 图表42：日本汽车分期付款业务流程 113
- 图表43：中国汽车贷款业务经历的四个阶段 115
- 图表44：中国汽车贷款业务的井喷阶段（单位：亿元，%） 116
- 图表45：中国汽车贷款业务的振兴阶段 117
- 图表46：各国汽车贷款渗透率（单位：%） 118
- 图表47：美国汽车金融公司贷款及其占销售额比重变化（单位：十亿美元，%） 124
- 图表48：美国汽车销量增速和汽车信贷余额增速相关性变化（单位：%） 125
- 图表49：美国M2供应量及其增速（单位：十亿美元，%） 125
- 图表50：美国新车贷款利率与3-5年期国债利率利差变化（单位：%） 126
- 图表51：发达国家汽车金融业务模式 126
- 图表52：融资租赁业务操作流程 136
- 图表53：汽车金融投资理财模式操作流程 138
- 图表54：国内汽车金融消费信贷服务操作流程 139
- 图表55：售后回租模式简图 145
- 图表56：直接租赁模式简图 145
- 图表57：厂商租赁模式简图 146
- 图表58：联合租赁模式简图 146
- 图表59：杠杆租赁模式简图 147
- 图表60：委托租赁模式简图 148
- 图表61：转租赁模式简图 148
- 图表62：融资租赁运作流程图 150
- 图表63：融资租赁中的五方关系 151
- 图表64：2011-2015年中国车险行业保费收入情况（单位：亿元，%） 166
- 图表65：2012-2015年国内汽车险保费在财产险总保费中的占比（单位：%） 167
- 图表66：汽车保险理赔流程 169
- 图表67：2011-2015年中国车险费率变动趋势（单位：%） 169
- 图表68：2015年国内部分省份汽车险保费收入情况（单位：亿元） 171
- 图表69：2012-2015年中国车险行业市场集中度（CR3）（单位：%） 173
- 图表70：汽车保险产业链 174
- 图表71：2015年汽车保险兼业代理机构数量情况（单位：家，%） 192

- 图表72：2015年汽车保险兼业代理机构业务情况（单位：亿元，%） 193
- 图表73：2015年汽车保险兼业代理机构经营情况（单位：亿元，%） 193
- 图表74：2012-2015年中国机动车辆承保数量情况（单位：万辆，%） 202
- 图表75：2016-2022年中国车险保费收入预测情况（单位：亿元） 203
- 图表76：2013-2015年中国车险赔款支出及增长情况（单位：亿元，%） 203
- 图表77：2016-2022年中国车险盈利预测情况（单位：亿元） 204
- 图表78：全球汽车电子市场分类构成（单位：%） 209
- 图表79：2016-2022年北美及欧洲前装车载导航渗透率及预测（单位：%） 212
- 图表80：2016-2022年日本及中国前装车载导航渗透率及预测（单位：%） 212
- 图表81：2012-2015年中国汽车电子市场容量及增速（单位：亿元，%） 213
- 图表82：2016-2022年中国汽车电子产业规模预测（单位：亿元） 214
- 图表83：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（一） 232
- 图表84：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（二） 233
- 图表85：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（三） 233
- 图表86：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（四） 234
- 图表87：全球主要汽车半导体与嵌入式软件企业经营业绩（单位：亿美元，亿欧元，亿日元） 236
- 图表88：全球主要汽车电子控制系统企业经营业绩（单位：亿美元，亿欧元，亿日元） 237
- 图表89：全球主要综合性汽车电子企业销售业绩（单位：亿美元，亿欧元，亿日元） 238
- 图表90：2013-2016年日本电装公司销售额（单位：亿日元） 241
- 图表91：2012-2015年伟世通经营收益情况（单位：百万美元） 245
- 图表92：2012-2015年伟世通经营收益情况（单位：%） 246
- 图表93：中国汽车电子市场前10大企业（单位：亿元，%） 253
- 图表94：外资及合资企业在部分汽车电子产品中的市场占有率（单位：%） 254
- 图表95：中国汽车电子企业市场份额结构（单位：%） 254
- 图表96：新能源汽车主要电子控制系统 255
- 图表97：中国汽车电子市场竞争格局 255
- 图表98：中国汽车电子企业数量结构（单位：%） 256
- 图表99：中国本土汽车电子企业经营领域与发展动向 257
- 图表100：中国汽车电子合资企业发展状况 258
- 图表101：不同年龄段车主汽车用品年均消费额（单位：元） 271
- 图表102：新车用户（车龄不足三年）汽车用品年均消费金额比例（单位：%） 271
- 图表103：不同年龄段车主汽车用品年均消费额比较（单位：元） 277
- 图表104：消费者选购汽车用品的途径分析（单位：%） 278

- 图表105：消费者选购汽车用品的考虑因素分析（单位：%） 279
- 图表106：2015年汽车用品行业十大评选20强区域分布图（单位：%） 280
- 图表107：2015年汽车用品行业十大品牌20强广东和浙江比较（单位：%） 280
- 图表108：2015年汽车用品行业十大潜力品牌浙江和广东比较（单位：%） 281
- 图表109：2015年汽车用品行业十大新锐品牌20强浙江和广东比较（单位：%） 281
- 图表110：2015年汽车用品行业十大知名品牌20强区域分布图（单位：%） 292
- 图表111：2015年汽车用品行业十大新锐品牌20强区域分布图（单位：%） 293
- 图表112：2015年汽车用品行业十大潜力品牌20强区域分布图（单位：%） 293
- 图表113：消费者对环保型汽车用品的接受程度（单位：%） 295
- 图表114：未来消费者对汽车用品的消费预期与消费倾向（单位：%） 296
- 图表115：法拉利改装音响的系统配置（单位：台，套，只） 318
- 图表116：法拉利改装音响的系统配置（单位：台，套，只） 319
- 图表117：汽车维修行业成本构成情况图（单位：%） 342
- 图表118：2011-2016年全国二手车交易量（单位：万辆，%） 361
- 图表119：2016年1-8月中国二手车市场交易量（单位：万辆） 361
- 图表120：2012-2015年全国新旧车交易量比 362

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301082.html>