

2012-2016年汽车售后行业市场运营态势与战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年汽车售后行业市场运营态势与战略咨询研究报告》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/116423.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

中国是目前世界最大的汽车消费市场，是拥有世界最大的汽车消费群体，是汽车制造品牌最多的市场，是汽车消费发展变化极其不平衡的市场，也是政策影响巨大的市场。因此必然形成多种营销模式并存，包括多种汽车城及汽车园区模式并存的市场。只有不断创新，敢于实践，不断满足广大消费者的需求，通过行业组织如商协会，不断的进行市场建设经营的经验交流，才能使我们在市场竞争中不断创新发展。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年汽车售后行业市场运营态势与战略咨询研究报告》共十四章。首先介绍了中国汽车售后运行环境、中国汽车产业运行背景，接着分析了中国汽车售后整体运行的现状，然后介绍了我国汽车售后服务业竞争。随后，报告对中国汽车服务行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车售后行业发展前景与投资。您若想对汽车售后产业有个系统的了解或者想投资汽车售后行业，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家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。

目 录

第一章 中国汽车售后运行环境分析 1

第一节 国内汽车售后经济环境分析 1

一、GDP历史变动轨迹分析 1

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 8

三、2012年中国汽车售后经济发展预测分析 10

第二节 中国汽车售后行业政策环境分析 13

（一）行业管理体制 13

（二）汽车服务业外资进入政策 14

第二章 中国汽车产业运行背景分析 16

第一节 2011年中国汽车保有量 16

一、中国民用汽车保有量 16

二、各省民用汽车保有量分析 16

三、不同类型民用汽车保有量 18

四、中国私人汽车保有量 22

五、各省私人汽车保有量分析 22

六、不同类型私人汽车保有量 24

第二节 2007-2011年中国汽车产销量分析 27

- 一、中国汽车产销量分析 27
- 二、中国载货汽车产销量分析 28
- 三、中国公路客车产销量分析 29
- 四、中国轿车产销量分析 30
- 第三章 中国汽车售后整体运行动态分析 31
- 第一节 2011年中国汽车售后市场动态分析 31
- 一、中国汽车后市场品牌影响力评介 31
- 二、汽车售后市场战略峰会亮点分析 32
- 三、售后市场最受欢迎零部件品牌奖在长沙颁发 34
- 四、汽车10大品牌服务质量排名日系大幅下降 35
- 第二节 2011年中国我国汽车售后市场现状综述 39
- 一、汽车售后行业规模 39
- 二、汽车质量和售后投诉分析 39
- 三、汽车售后市场品牌分析 42
- 第三节 2011年中国汽车售后市场存在的问题 47
- 第四节 我国汽车售后市场供应链状况分析 50
- 第四章 中国汽车维修行业市场分析 51
- 第一节 国际汽车维修行业状况分析 51
- 一、国际汽车售后市场的经营模式 51
- 二、世界汽车维修技术分析 53
- 三、世界汽车维修行业经典案例分析 56
- 第二节 2011年中国汽车维修行业运行总况 57
- 一、中国汽车维修行业进入发展时期 57
- 二、汽车修理业市场行情巨大 58
- 三、中国汽车维修市场增长快速 59
- 四、我国汽车维修企业经营模式分析 59
- 五、我国汽车维修业信息化存在问题分析 61
- 第三节 2007-2011年中国汽车修理行业数据监测分析 62
- 一、2007-2011年中国汽车修理行业规模分析 62
- 二、2011年中国汽车修理行业结构分析 62
- 三、2007-2011年中国汽车修理行业产值分析 62
- 四、2007-2011年中国汽车修理行业成本费用分析 63
- 五、2007-2011年中国汽车修理行业盈利能力分析 63
- 第四节 2012-2016年我国汽车维修业发展趋势 64
- 第五节 2012-2016年我国汽车维修业投资建议 65

第五章 中国汽车美容业市场运行分析	68
第一节 2011年中国汽车美容行业三大特点分析	68
第二节 2011年中国汽车美容装饰业现状综述	69
一、中国汽车美容服务新模式正悄然崛起	69
二、中国汽车美容业步入标准化时代	69
三、中国汽车美容业迎接品牌时代的到来	69
四、汽车美容养护与传统维修相互渗透	70
第三节 2011年中国汽车美容行业细分市场分析	72
一、车身美容	72
二、装饰美容	72
三、漆面处理	73
四、车辆防护	73
第四节 2011年部分城市汽车美容业运行分析	73
一、北京汽车美容业发展迅速竞争激烈	73
二、泉州汽车美容业已经面临品牌竞争的时代	74
三、江门汽车美容业发展的三大问题	74
第五节 2011年中国汽车美容行业存在问题	76
第六节 2012-2016年中国汽车美容行业趋势预测	77
第七节 未来中国汽车维修业、美容业前景展望——特许经营	78
第六章 我国汽车快修业市场分析	79
第一节 汽车维修快修连锁经营概述	79
第二节 2011年中国汽车快修业运行综述	81
一、汽车快修连锁经营基本要求	81
二、汽车维修连锁经营企业经营方式	83
三、汽车快修连锁行业发展存在的问题	83
四、加快汽车快修经营业发展的对策	85
第三节 2012-2016年中国汽车快修连锁经营发展趋势分析	87
第七章 中国二手车市场运行动态分析	91
第一节 2011年中国二手车交易市场发展综述	91
一、二手车交易市场特点分析	91
二、二手车交易品牌多元化分析	93
三、国内二手车交易应拓展经营思路	95
第二节 2011年中国重点区域二手车交易分析	97
一、北京二手车交易量分析	97
二、广州二手车交易量分析	100

三、杭州二手车市场成交量分析	100
四、上海二手车销售结构与成交量分析	102
五、深圳二手车交易成交量分析	103
第三节 外资企业经营二手车市场	104
第四节 汽车制造商进入二手车市场分析	105
第五节 我国二手车发展的制约因素和存在问题分析	105
第八章 中国汽车4S店市场动态分析	108
第一节 我国4S店发展概述	108
第二节 《汽车品牌销售管理实施办法》解读	109
第三节 2011年国内外汽车经销商与我国4S店比较分析	110
一、美国汽车营销模式分析	110
二、英国汽车营销模式分析	111
三、日本汽车营销模式分析	112
四、中国汽车营销模式分析	113
1、汽车品牌专卖店	113
2、汽车交易市场	114
3、汽车工业园	115
4、汽车连锁销售业	116
5、电子商务模式	116
第四节 2011年中国典型4S店运行状况分析	118
一、北京现代汽车4S	118
二、广州本田4S店	120
三、东风日产4S店	121
第五节 2012-2016年我国4S店发展趋势分析	122
第九章 中国汽车其它相关行业运行分析	125
第一节 汽车金融市场分析	125
一、汽车金融相关概述	125
二、我国汽车金融业的发展阶段分析	126
三、国内汽车金融服务盈利模式分析	127
四、经营方式的发展演变逻辑与经营组织的构建分析	129
五、中国汽车金融业存在的问题分析	129
第二节 汽车服务贸易业分析	130
一、汽车服务贸易界定与理论基础	130
二、国内汽车服务贸易市场竞争现状分析	131
三、国内外汽车大集团开展汽车服务贸易的对标分析	133

四、汽车大集团实施汽车服务贸易战略的政策建议 136

五、发展我国汽车服务贸易的对策 137

第三节 汽车售后其它子行业市场分析 138

一、汽车用品配件市场分析 138

二、汽车润滑油市场发展趋势 140

三、我国发动机再造市场分析 141

四、汽车养护业市场分析 142

第十章 我国汽车售后服务业竞争分析 144

第一节 与国外汽车售后服务行业比较分析 144

第二节 我国汽车后市场的“蓝海”之争 145

第三节 广州、上海、成都汽车售后服务比较分析 146

第四节 企业售后服务对比分析 147

第五节 我国汽车快修连锁业的SWOT分析 149

第十一章 中国汽车制造商售后服务竞争分析 152

第一节 大众汽车 152

第二节 北京现代 153

第三节 本田汽车 153

一、四位一体的品牌专营销 153

二、广州本田的售后服务理念 155

1、基本理念 155

2、特约店销售服务的运营方针 155

三、双赢才会长久 155

1、选择经销商 155

2、投资回报“钱”景美好 156

3、广州本田品牌——值得打造 157

4、管理培训——利益挂钩 158

第十二章 中国汽车服务行业重点企业分析 160

第一节 贵阳润田汽车服务有限公司（工业） 160

一、企业概况 160

二、企业主要经济指标分析 160

三、企业盈利能力分析 161

四、企业偿债能力分析 161

五、企业运营能力分析 162

六、企业成长能力分析 162

第二节 北京燕宝汽车服务有限公司 162

一、企业概况 162

二、企业主要经济指标分析 163

三、企业盈利能力分析 164

四、企业偿债能力分析 164

五、企业运营能力分析 164

六、企业成长能力分析 165

第三节 温州好德宝汽车服务有限公司 165

一、企业概况 165

二、企业主要经济指标分析 166

三、企业盈利能力分析 166

四、企业偿债能力分析 167

五、企业运营能力分析 167

六、企业成长能力分析 167

第四节 哈尔滨华通丰田汽车服务有限公司 168

一、企业概况 168

二、企业主要经济指标分析 168

三、企业盈利能力分析 169

四、企业偿债能力分析 169

五、企业运营能力分析 170

六、企业成长能力分析 170

第五节 杭州杭德汽车服务有限公司 170

一、企业概况 170

二、企业主要经济指标分析 170

三、企业盈利能力分析 171

四、企业偿债能力分析 171

五、企业运营能力分析 172

六、企业成长能力分析 172

第六节 高密令山汽车服务有限公司 173

一、企业概况 173

二、企业主要经济指标分析 173

三、企业盈利能力分析 174

四、企业偿债能力分析 174

五、企业运营能力分析 174

六、企业成长能力分析 175

第七节 武汉路达曙光汽车维修有限公司 175

一、企业概况 175

二、企业主要经济指标分析 175

三、企业盈利能力分析 176

四、企业偿债能力分析 176

五、企业运营能力分析 177

六、企业成长能力分析 177

第八节 大连经济技术开发区阳光汽车服务有限公司 177

一、企业概况 177

二、企业主要经济指标分析 177

三、企业盈利能力分析 178

四、企业偿债能力分析 178

五、企业运营能力分析 179

六、企业成长能力分析 179

第九节 北京金冠汽车服务有限公司 180

一、企业概况 180

二、企业主要经济指标分析 180

三、企业盈利能力分析 181

四、企业偿债能力分析 181

五、企业运营能力分析 182

六、企业成长能力分析 182

第十节 沈阳德宝汽车服务有限公司 182

一、企业概况 182

二、企业主要经济指标分析 182

三、企业盈利能力分析 183

四、企业偿债能力分析 183

五、企业运营能力分析 184

六、企业成长能力分析 184

第十三章 2012-2016年中国汽车售后行业前景预测与趋势分析 185

第一节 2012-2016年中国汽车售后服务行业前景分析 185

一、我国汽车服务业迎来发展良机 185

二、我国汽车服务产业的发展趋势 185

三、汽车服务系统将成为汽车服务业改革发展的方向 186

四、加盟连锁是国内汽车服务产业的未来之路 188

第二节 2012-2016年中国汽车售后服务市场预测分析 191

一、汽配市场需求预测 191

二、中国汽车服务业特征窥见巨大发展空间 191

三、中国汽车服务市场盈利预测分析 193

四、汽配流通业的发展趋势 193

第十四章 2012-2016年中国汽车售后服务业投资分析 194

第一节 2011年中国汽车售后服务投资动态分析 194

一、上汽集团布阵汽车服务业延伸强化产业价值链 194

二、房产大亨绿地集团进军汽车服务业 195

三、中国移动涉足汽车服务市场 196

四、日企欲进军广州汽车服务业 197

第二节 2012-2016年中国汽车售后服务投资潜力 199

一、中国汽车服务市场投资潜力巨大 199

二、汽车服务业成创业投资热点之一 199

三、珠三角汽车服务业蕴含巨大发展潜力 199

四、深圳汽车服务市场蕴藏巨大商机 205

第三节 2012-2016年中国汽车售后投资机会及建议 206

一、中国汽车服务业投资机会分析 206

二、底特律汽车服务产业亟待我国资本关注 207

三、汽车服务业适合小本创业 207

四、汽车服务前景光明但需谨慎投资 208

通过《2012-2016年汽车售后行业市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/116423.html>