

2018-2023 年中国汽车后市场深度调研及投资机会分析报告

内容概要：

汽车后市场是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务，它涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。即汽车从售出到报废的过程中，围绕汽车售后使用环节中各种后继需要和服务而产生的一系列交易活动的总称。包括金融保险、配件用品、维修保养、救援、汽车租赁、汽车改装、二手汽车、违章查询、洗车、停车、耗油、汽车用品等。

随着中国汽车保有量不断攀升，汽车后市场的规模也随之增大，并越来越多的受到人们的关注。而随着车龄增长，大量的存量车脱保而进入了独立后市场。此外，消费者随着经济增长对汽车的认知逐步成熟，对于售后服务支出逐步提高，接收后市场服务意愿不断增强。根据 Roland Berger 统计数据显示，中国汽车零配件市场 2011-2016 年的年复合增长率达 20%，预计 2022 年零配件市场规模将超 8000 亿元，如果加上服务产业，中国汽车后市场整体规模将超过 10000 亿元。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对汽车后市场的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、发展模式、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、中国汽车工业协会、中国汽配行业协会、中国机械通用零部件工业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为汽车后市场相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解汽车后市场发展现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 15800
英文版价格：USD 11800
服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国汽车后市场深度调研及投资机会分析报告

■ 报告目录

第 1 章 汽车后市场发展综述

1.1 汽车后市场概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要分类

1.1.3 发展历程

1.2 汽车后市场产业链结构分析

1.2.1 产业链结构分析

1.2.2 产业链上游行业分析

1.2.3 产业链下游行业分析

第 2 章 全球汽车后市场发展状况与趋势分析

2.1 全球汽车后市场发展现状

2.1.1 全球汽车后市场发展概况

2.1.2 全球汽车后市场区域分布

2.1.3 全球汽车后市场竞争态势

2.1.4 全球汽车后市场发展趋势分析

2.2 美国汽车后市场发展状况分析

2.2.1 行业发展现状分析

2.2.2 行业市场格局分析

2.2.3 行业发展趋势分析

2.3 日本汽车后市场发展状况分析

2.3.1 行业发展现状分析

2.3.2 行业市场格局分析

2.3.3 行业发展趋势分析

2.4 欧盟汽车后市场发展状况分析

2.4.1 行业发展现状分析

2.4.2 行业市场格局分析

2.4.3 行业发展趋势分析

第 3 章 中国汽车后市场发展环境 PEST 分析

3.1 中国汽车后市场政策环境分析

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业政策体系

3.1.3 行业标准规范

3.2 中国汽车后市场经济环境分析

3.2.1 中国 GDP 增长情况

3.2.2 工业经济发展形势

3.2.3 社会固定资产投资情况

3.2.4 全社会消费品零售总额

3.2.5 中国融资环境分析

3.3 中国汽车后市场社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 中国城镇化率水平

3.3.4 居民出行习惯分析

3.3.5 电子商务市场发展分析

3.3.6 汽车文化发展情况

3.4 中国汽车后市场技术环境分析

3.4.1 关键技术发展分析

3.4.2 技术发展趋势分析

3.5 中国汽车行业运行环境分析

3.5.1 汽车产销规模分析

3.5.2 汽车保有量情况分析

3.5.3 汽车工业运行状况分析

3.5.4 汽车工业发展趋势分析

第 4 章 中国汽车后市场发展状况分析

- 4.1 中国汽车后市场发展现状分析
 - 4.1.1 汽车后市场发展阶段分析
 - 4.1.2 汽车后市场区域分布特征
 - 4.1.3 汽车后市场发展现状分析
 - 4.1.4 汽车后市场存在问题分析
- 4.2 中国汽车后市场运行状况分析
 - 4.2.1 汽车后市场运行特点分析
 - 4.2.2 汽车后市场发展规模分析
 - 4.2.3 汽车后市场经济效益分析
 - 4.2.4 汽车后市场价格走势分析

第 5 章 中国汽车金融市场发展分析

- 5.1 汽车金融市场发展概述
 - 5.1.1 汽车金融行业界定
 - 5.1.2 汽车金融产品分类
- 5.2 中国汽车金融市场发展分析
 - 5.2.1 发展历程分析
 - 5.2.2 发展现状分析
 - 5.2.3 存在问题剖析
 - 5.2.4 发展趋势分析
- 5.3 中国汽车金融细分产品市场发展分析
 - 5.3.1 汽车消费信贷市场发展分析
 - 5.3.2 汽车保险市场发展分析
 - (1) 行业规模现状
 - (2) 市场运行分析
 - (3) 网购车险市场分析
 - (4) 营销渠道分析
 - (5) 发展趋势分析
 - 5.3.3 二手车金融市场发展分析
 - 5.3.4 汽车融资租赁市场发展分析

5.4 互联网+汽车金融市场发展分析

5.4.1 互联网金融市场发展分析

5.4.2 互联网消费金融发展分析

5.4.3 互联网+汽车金融市场发展分析

(1) 市场发展现状

(2) 发展模式分析

(3) 思维模式分析

(4) 痛点与解决方案

(5) 发展趋势分析

5.5 互联网+汽车金融主要平台分析

5.5.1 日港金融

5.5.2 易鑫车贷

5.5.3 第1车贷

5.5.4 钱保姆

5.5.5 向日葵金融

5.5.6 e站汽车金融

第6章 中国汽车租赁市场发展分析

6.1 汽车租赁市场发展概述

6.1.1 汽车租赁行业界定

6.1.2 汽车租赁产品分类

6.2 中国汽车租赁市场发展分析

6.2.1 发展现状分析

6.2.2 发展规模分析

6.2.3 市场渗透率情况

6.2.4 市场结构分析

6.2.5 发展趋势分析

6.3 中国汽车租赁细分产品市场发展分析

6.3.1 商务租车市场

6.3.2 公务租车市场

6.3.3 个人租车市场

6.4 互联网+汽车租赁市场发展分析

6.4.1 互联网+汽车租赁市场发展现状

6.4.2 互联网+汽车租赁市场发展模式分析

6.4.3 互联网+汽车租赁市场共享模式分析

6.4.4 互联网+汽车租赁市场发展痛点分析

6.4.5 互联网+汽车租赁市场发展趋势分析

6.5 中国汽车共享经济发展分析

6.5.1 汽车共享分类

6.5.2 汽车共享优劣势

6.5.3 汽车共享模式分析

6.5.4 汽车共享存在问题分析

6.5.5 汽车共享发展趋势分析

第 7 章 中国汽车维修及配件市场发展分析

7.1 中国维修市场发展分析

7.1.1 市场规模现状

7.1.2 经营模式分析

7.1.3 连锁经营分析

7.1.3 存在问题剖析

7.1.4 发展趋势分析

7.2 中国汽车零配件行业发展分析

7.2.1 市场规模现状

7.2.2 经营模式分析

7.2.3 存在问题剖析

7.2.4 发展趋势分析

第 8 章 中国汽车美容养护市场发展分析

8.1 中国汽车美容养护市场发展分析

8.1.1 主要服务项目情况

8.1.2 发展规模现状分析

- 8.1.3 运营模式分析
- 8.1.4 市场需求特征分析
- 8.1.5 存在问题剖析

8.2 中国汽车装饰市场发展分析

- 8.2.1 装饰服务产品情况
- 8.2.2 市场发展现状分析
- 8.2.3 存在问题剖析

8.3 中国汽车美容连锁企业发展分析

- 8.3.1 连锁企业发展现状
- 8.3.2 连锁企业发展策略
- 8.3.3 连锁企业发展前景

第 9 章 中国汽车电子市场发展分析

9.1 中国汽车电子市场发展分析

- 9.1.1 发展现状分析
- 9.1.2 市场规模分析
- 9.1.4 需求特征分析
- 9.1.5 市场布局分析

9.2 中国汽车电子市场竞争态势分析

- 9.2.1 整体竞争态势
- 9.2.2 竞争格局分析
- 9.2.3 竞争趋势分析

9.3 中国汽车电子营销渠道分析

- 9.3.1 汽配城及汽车用品店
- 9.3.2 大型汽车用品超市
- 9.3.3 汽车 4S 店
- 9.3.4 网购渠道

第 10 章 中国二手车交易市场发展分析

10.1 中国二手车市场交易情况分析

- 10.1.1 交易规模分析

10.1.2 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

10.1.3 二手车参与主体分析

10.2 二手车消费市场特征分析

10.2.1 用户群体特征

10.2.2 用户接受度情况

10.2.3 用户品牌偏好情况

10.2.4 二手车供给情况

10.2.5 二手车年轻化趋势

10.3 二手车电商商业模式发展分析

10.3.1 网上竞价交易模式

10.3.2 交易服务资讯平台模式

10.3.3 简单收购模式

10.3.4 第三方服务平台模式

10.3.5 寄售模式

第 11 章 中国汽车改装市场发展分析

11.1 中国汽车改装市场发展现状分析

11.1.1 市场现状分析

11.1.2 市场需求分析

11.1.3 行业客户结构

11.1.4 区域市场差异

11.2 中国汽车改装市场发展特征分析

11.2.1 市场细分加深

11.2.2 外资加速布局

11.2.3 私人订制渐热

11.2.4 集中豪车领域

第 12 章 中国报废汽车回收市场发展分析

12.1 中国报废汽车回收市场发展分析

12.1.1 行业发展现状

12.1.2 回收模式分析

12.1.3 回收拆解情况分析

12.1.4 回收市场竞争情况

12.2 中国汽车零部件再制造市场分析

12.2.1 行业界定

12.2.2 发展现状分析

12.2.3 发展趋势分析

第 13 章 中国汽车后市场竞争格局分析

13.1 汽车后市场竞争格局分析

13.1.1 市场竞争格局

13.1.2 行业竞争态势分析

13.2 汽车后市场波特五力竞争模型分析

13.2.1 现有企业间竞争

13.2.2 潜在进入者分析

13.2.3 替代品威胁分析

13.2.4 供应商议价能力

13.2.5 购买者议价能力

第 14 章 中国汽车后市场标杆企业经营分析

14.1 重点企业一

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 业务领域分析

14.1.3 市场布局情况

14.1.4 经营业绩分析

14.1.5 竞争优势分析

14.2 重点企业二

- 14.2.1 企业发展概况
- 14.2.2 业务领域分析
- 14.2.3 市场布局情况
- 14.2.4 经营业绩分析
- 14.2.5 竞争优劣势分析

14.3 重点企业三

- 14.3.1 企业发展概况
- 14.3.2 业务领域分析
- 14.3.3 市场布局情况
- 14.3.4 经营业绩分析
- 14.3.5 竞争优劣势分析

14.4 重点企业四

- 14.4.1 企业发展概况
- 14.4.2 业务领域分析
- 14.4.3 市场布局情况
- 14.4.4 经营业绩分析
- 14.4.5 竞争优劣势分析

14.5 重点企业五

- 14.5.1 企业发展概况
- 14.5.2 业务领域分析
- 14.5.3 市场布局情况
- 14.5.4 经营业绩分析
- 14.5.5 竞争优劣势分析

14.6 重点企业六

- 14.6.1 企业发展概况
- 14.6.2 业务领域分析
- 14.6.3 市场布局情况
- 14.6.4 经营业绩分析
- 14.6.5 竞争优劣势分析

14.7 重点企业七

- 14.7.1 企业发展概况
- 14.7.2 业务领域分析
- 14.7.3 市场布局情况
- 14.7.4 经营业绩分析
- 14.7.5 竞争优劣势分析

14.8 重点企业八

- 14.8.1 企业发展概况
- 14.8.2 业务领域分析
- 14.8.3 市场布局情况
- 14.8.4 经营业绩分析
- 14.8.5 竞争优劣势分析

14.9 重点企业九

- 14.9.1 企业发展概况
- 14.9.2 业务领域分析
- 14.9.3 市场布局情况
- 14.9.4 经营业绩分析
- 14.9.5 竞争优劣势分析

14.10 重点企业十

- 14.14.1 企业发展概况
- 14.14.2 业务领域分析
- 14.14.3 市场布局情况
- 14.14.4 经营业绩分析
- 14.14.5 竞争优劣势分析

第 15 章 中国汽车后市场发展趋势与前景预测

15.1 中国汽车后市场发展趋势分析

- 15.1.1 技术发展趋势
- 15.1.2 产品发展趋势
- 15.1.3 市场价格走势

15.2 中国汽车后市场前景展望

15.2.1 市场发展前景展望

15.2.2 行业市场规模预测

第 16 章 中国汽车后市场发展投资机会分析

16.1 中国汽车后市场投资机会分析

16.1.1 产业链投资机会分析

16.1.2 细分市场投资机会分析

16.1.3 重点区域投资机会分析

16.2 中国汽车后市场投资潜力分析

16.2.1 行业发展影响因素分析

16.2.2 行业市场投资潜力分析

16.3 中国汽车后市场投资风险预警

16.3.1 技术更新风险

16.3.2 市场价格风险

16.3.3 行业竞争风险

16.3.4 经济波动风险

■ 图表目录

图表 1: 2010-2017 年中国国内生产总值

图表 2: 2010-2017 年工业增加值及同比增速

图表 3: 2017 年末我国人口数量及其构成情况

图表 4: 2010-2017 年社会消费量零售总额

图表 5: 2010-2017 年中国城镇化率水平

图表 6: 中国汽车行业产量规模情况

图表 7: 中国汽车行业销量规模情况

图表 8: 中国汽车分车龄保有量情况

图表 9: 中国汽车后市场相关政策情况

图表 10: 中国汽车后市场规模情况

图表 11: 中国汽车后市场盈利能力分析

- 图表 12: 中国汽车后市场区域分布结构
- 图表 13: 重点企业一主要经济指标分析
- 图表 14: 重点企业一盈利能力分析
- 图表 15: 重点企业一运营能力分析
- 图表 16: 重点企业一偿债能力分析
- 图表 17: 重点企业一发展能力分析
- 图表 18: 重点企业二市场营销网络布局
- 图表 19: 重点企业二主要经济指标分析
- 图表 20: 重点企业二盈利能力分析
-

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： _____
企业负责人： _____ 先生 女士 职务： _____
企业联系人： _____ 先生 女士 职务： _____
手 机： _____ 企业传真： _____
座 机： _____ 电子邮箱： _____
地 址： _____

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： _____ 份数： _____
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）
协议金额： _____ 付款日期： _____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： _____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
盖章： _____ 盖章： _____
日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日 日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日