



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年长三角地区汽车后 市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年长三角地区汽车后市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/242079.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

【报告目录】

第1章：中国汽车后市场的发展综述

1.1 汽车后市场行业的相关概述

1.1.1 汽车后市场行业的定义

1.1.2 汽车后市场行业的分类

1.2 汽车后市场行业的发展概况

1.2.1 汽车后市场发展历程分析

1.2.2 汽车后市场发展阶段分析

1.2.3 汽车后市场行业规模分析

1.2.4 汽车后市场行业利润分析

1.3 汽车后市场行业的发展策略

1.3.1 汽车后市场运营模式分析

1.3.2 汽车后市场存在问题分析

1.3.3 汽车后市场发展策略分析

第2章：汽车后市场行业的发展环境

2.1 汽车后市场行业政策环境分析

2.1.1 汽车后市场行业监管体制

2.1.2 汽车后市场相关政策解读

2.1.3 汽车后市场发展规划解读

2.2 汽车后市场行业需求环境分析

2.2.1 汽车保有量及其增长情况

2.2.2 居民人均可支配收入情况

2.2.3 汽车售后市场比重过小

2.3 汽车后市场行业经济环境分析

2.3.1 国际宏观经济环境分析

2.3.2 国内宏观经济环境分析

2.3.3 行业宏观经济环境分析

第3章：汽车后市场营销渠道分析

3.1 汽车后市场主要营销渠道

3.1.1 汽车4S店营销分析

3.1.2 专业展会渠道分析

3.1.3 传统营销渠道分析

3.2 深度营销理论导入解析

3.2.1 深度营销理论的简介

3.2.2 深度营销必要性分析

3.2.3 深度营销在行业中的应用

3.2.4 汽车后市场渠道存在问题

第4章：长三角地区汽车后市场分析

4.1 上海市汽车后市场发展分析

4.1.1 上海市汽车保有量及其增长

4.1.2 上海市汽车后市场发展现状

4.1.3 上海市汽车后市场竞争状况

4.1.4 上海市汽车后市场前景展望

4.2 浙江省汽车后市场发展分析

4.2.1 浙江省汽车保有量及其增长

4.2.2 浙江省汽车后市场发展现状

4.2.3 浙江省汽车后市场竞争格局

4.2.4 浙江省汽车后市场前景展望

4.3 江苏省汽车后市场发展分析

4.3.1 江苏省汽车保有量及其增长

4.3.2 江苏省汽车后市场发展现状

4.3.3 江苏省汽车后市场竞争格局

4.3.4 江苏省汽车后市场前景展望

【图表目录】

图表1：2001-2012年中国民用汽车保有量变化（单位：万辆）

图表2：2000-2012年中国民用汽车千人拥有量（单位：辆）

图表3：1978-2012年中国城镇居民可支配收入增长趋势（单位：%）

图表4：美国9月制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表5：美国9月非农就业人数概览（单位：千人）

图表6：失业率创2009年1月以来新低（单位：%）

图表7：2004-2013年美国非农就业与挑战者裁员人数（单位：千人）

图表8：2008-2013年欧元区制造业PMI走势（单位：%）

图表9：各国PMI表现，企稳尚需观察（单位：%）

图表10：IFO商业景气指数仍在下跌

图表11：各项信心指数表明企业信心严重下滑

图表12：西班牙意大利13391676235:直线国债收益率保持平稳（单位：%）

图表13：2012-2013年巴西基准利率走势（单位：%）

图表14：2010-2013年巴西工业生产同比增速（单位：%）

图表15：2010-2013年巴西贸易顺差情况（单位：百万美元）

图表16：2012-2013年巴西通胀率走势（单位：%）

图表17：2010-2013年新加坡通胀率走势（单位：%）

图表18：2010-2013年新加坡制造业生产增速（单位：%）

图表19：2010-2013年印尼、泰国、菲律宾通胀率走势（单位：%）

图表20：2010-2013年韩国CPI与核心CPI同比情况（单位：%）

图表21：2010-2013年韩国进出口同比情况（单位：%）

图表22：2010-2013年手机:13391676235韩国贸易顺差情况（单位：千美元）

图表23：2012.07-2012我国规模以上工业增加值同比增长速度（单位：%）

图表24：2012-2013年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速（单位：%）

图表25：2012-2013年各月累计每百元主营业务收入中的成本与主营业务收入利润率（单位：元，%）

图表26：2012年1-8月分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速（单位：%）

图表27：2012-2013年中国城镇固定资产投资增长速度走势图（单位：%）

图表28：2012-2013年分地区投资相邻两月累计同比增速（单位：%）

图表29：2012-2013年固定资产投资到位资金同比增速（单位：%）

图表30：2012-2013年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表31：2008-2012年中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表32：2010-2012年中国广义货币（M2）增长速度（单位：%）

图表33：2010-2013年存款准备金率历次调整一览表（单位：%）

图表34：2012-2013年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）

图表35：2012-2013年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

图表36：2006-2012年上海市汽车保有量及其增长情况（单位：万辆，%）

图表37：2006-2012年浙江省汽车保有量及其增长情况（单位：万辆，%）

图表38：2006-2012年江苏省民用汽车保有量及其增长情况（单位：万辆，%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242079.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。