



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国汽车后市场市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国汽车后市场市场分析及投资策略研究报告》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/274992.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

我国汽车产业历史比发达国家短很多，正沿着国外汽车发展的历史快速前进。我国汽车后市场从1990年开始起步发展到现在，服务对象经历了从公务车为主转向私家车为主的过程，服务主体也已由修理厂为主发展到目前品牌快修连锁店与4S站并行，目前，国外汽车服务连锁巨头也已开始进入中国。

我国汽车后市场在服务项目的广度、服务内涵的深度、服务质量的水平等方面与国外还存在很大的差距。与国外成熟的汽车后市场盈利模式相比，目前国内汽车后场销售额中各部分的比例显得不合理。根据中国汽车维修行业协会统计，在国外成熟的汽车产业市场中，汽车后市场是汽车产业链中最稳定的利润来源，可占据汽车产业总利润的60%左右，另外40%分别是整车的销售利润约占20%，零部件供应利润占20%，在国内汽车市场销售额中，制造商占43%，配件占37%，零售占8%，服务占12%。

2014年全球汽车产量达到8974.74万辆，同比增长2.6%。当中乘用车产量为6752.53万辆，商用车产量为2222.21万辆。 2007-2014年全球汽车产量统计：万辆

资料来源：OICA 2007-2013年中国汽车保有量变化情况，单位：万辆

汽车后市场规模与汽车产量及保有量成正比关系，随着中国汽车产量及保有量的持续提升，中国汽车后市场亦将成为全球最具成长性的消费市场。

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：

第一章 中国汽车后市场的发展综述

第一节 汽车后市场行业的发展概况

一、汽车后市场行业的相关概述

（一）汽车后市场行业的定义

（二）汽车后市场行业的分类

二、汽车后市场行业的发展概况

（一）汽车后市场发展历程分析

（二）国内汽车后市场渠道模式

（三）汽车后市场行业规模分析

（四）汽车后市场行业利润分析

三、汽车后市场行业的发展策略

（一）汽车后市场运营模式分析

（二）汽车后市场存在问题分析

（三）汽车后市场发展策略分析

第二节 汽车后市场行业的发展环境

一、汽车后市场行业政策环境分析

（一）汽车后市场行业监管体制

（二）汽车后市场相关政策解读

（三）汽车后市场外资进入政策

（四）汽车金融行业政策环境综述

二、汽车后市场行业需求环境分析

（一）汽车保有量及其增长情况

（二）中国城市化进程发展分析

（三）汽车售后市场需求巨大

三、汽车后市场行业经济环境分析

（一）中国GDP增长情况分析

（二）工业经济发展形势分析

（三）全社会固定资产投资分析

（四）社会消费品零售总额分析

（五）城乡居民收入与消费分析

（六）对外贸易的发展形势分析

第三节 汽车后市场营销渠道分析

一、汽车后市场主要营销渠道

（一）汽车4S店营销分析

（二）专业展会渠道分析

（三）网络营销渠道分析

二、深度营销理论导入解析

(一) 深度营销理论的简介

(二) 深度营销必要性分析

(三) 深度营销在行业中的应用

三、汽车后市场渠道存在问题

第四节 汽车4S店渠道模式分析

一、汽车4S店的发展概况分析

(一) 汽车4S店概念及发展历程

(二) 汽车4S店的发展现状分析

(三) 汽车4S店营销存在的问题

(四) 汽车经销4S店营销发展对策

(五) 汽车经销4S店营销发展趋势

二、国外汽车4S店营销模式分析

(一) 国外汽车4S店营销现状

(二) 美国汽车4S店营销模式

(三) 欧洲汽车4S店营销模式

(四) 日本汽车4S店营销模式

三、国内汽车4S店营销模式分析

(一) 汽车品牌专卖店营销模式

(二) 汽车交易市场营销模式

(三) 汽车产业园区营销模式

(四) 汽车连锁销售营销模式

(五) 电子商务模式营销模式

四、汽车4S店的波特五力模型分析

(一) 竞争者的威胁分析

(二) 潜在竞争者的威胁分析

(三) 替代品的威胁分析

(四) 供应商议价能力分析

(五) 顾客的议价能力分析

五、主要汽车4S店经营策略分析

(一) 北京现代4S店经营策略

(二) 东风日产4S店经营策略

(三) 广州本田4S店经营策略

（四）奇瑞汽车4S店经营模式

六、汽车4S店的SWOT分析

（一）汽车4S店的优势分析

（二）汽车4S店的劣势分析

（三）汽车4S店的机会分析

（四）汽车4S店的威胁分析

第二章 中国汽保市场发展状况分析

第一节 中国汽车保修设备市场分析

一、汽车保修设备市场概况

二、汽车保修设备市场发展态势

（一）走品牌发展是必由之路

（二）技术革新是发展的潮流

（三）高品质产品是发展重点

（四）营销体系创新市场需求

（五）服务型企业是发展趋势

（六）企业管理发展战略需求

三、汽保设备市场营销策略

（一）汽保设备市场销售方式

（二）汽保设备市场关系营销

（三）汽保设备市场事件营销

四、汽保设备销售渠道分析

（一）行业展会营销销售渠道分析

（二）团购网络营销销售渠道分析

五、重点地区汽保设备市场分析

（一）营口汽保设备市场分析

（二）台州汽保设备市场分析

（三）盐城汽保设备市场分析

（四）山东汽保设备市场分析

第二节 中国汽车检测市场发展分析

一、汽车检测市场发展概况

（一）汽车检测市场发展现状

(二) 汽车检测市场有利因素

(三) 汽车检测市场存在问题

二、汽车检测技术发展分析

(一) 国外汽车检测技术发展分析

(二) 国内汽车检测技术发展分析

三、汽车检测技术发展趋势分析

(一) 汽车检测设备趋于智能化

(二) 汽车检测技术趋于规范化

(三) 汽车检测管理趋于网络化

(四) 汽车检测系统趋于综合化

(五) 汽车检测人员趋于专业化

第三章 中国汽车金融服务市场分析

第一节 国际汽车金融行业发展概况

一、国际汽车金融行业的发展历程

二、国际汽车金融行业的发展规模

三、国际汽车金融行业的发展特点

四、国际汽车金融行业的发展态势

第二节 国际汽车金融服务模式启示

一、美国汽车金融服务模式分析

二、德国汽车金融服务模式分析

三、日本汽车金融服务模式分析

四、国际汽车金融服务模式启示

第三节 中国汽车金融行业发展分析

一、汽车金融行业的发展历程分析

二、汽车金融行业的发展特点分析

三、汽车金融行业的供需状况分析

四、汽车金融行业证券化市场分析

五、汽车金融行业存在的主要问题

六、汽车金融行业的发展对策及建议

第四节 国内外汽车金融市场规模分析

一、国外汽车金融市场规模分析

(一) 美国汽车金融市场规模分析

(二) 发达国家汽车金融业务模式

二、国外大型车企金融业务分析

(一) 福特公司汽车金融业务分析

(二) 丰田公司汽车金融业务分析

(三) 大众公司汽车金融业务分析

(四) 通用公司汽车金融业务分析

三、国内汽车金融市场规模及趋势

(一) 国内汽车金融市场规模

(二) 国内汽车金融发展趋势

四、国内外汽车金融市场发展比较

(一) 汽车金融外部环境的比较

(二) 汽车金融服务机构的比较

(三) 汽车金融赢利模式的比较

(四) 汽车金融融资模式的比较

第五节 中国汽车融资租赁市场分析

一、融资租赁的相关概述

(一) 融资租赁的定义

(二) 融资租赁的特征

(三) 融资租赁的种类

(四) 融资租赁的功能

(五) 融资租赁的运作流程

二、汽车融资租赁的相关概述

(一) 汽车融资租赁的定义

(二) 汽车融资租赁的流程

(三) 汽车融资租赁的特点

(四) 汽车融资租赁的优势

(五) 与汽车消费信贷的比较

三、汽车融资租赁的发展状况

(一) 汽车融资租赁的发展历程

(二) 汽车融资租赁的发展现状

(三) 汽车融资租赁面临的问题

（四）汽车融资租赁的发展对策

四、汽车融资租赁发展机遇分析

第六节 中国汽车保险市场发展分析

一、国外汽车保险行业发展经验及启示

（一）美国汽车保险行业发展经验

（二）英国汽车保险行业发展经验

（三）日本汽车保险行业发展经验

（四）对中国汽车保险行业的启示

二、中国汽车保险行业发展状况分析

（一）中国汽车保险行业发展概况

（二）中国汽车保险行业发展特点

（三）中国汽车保险行业经营情况

（四）中国汽车保险行业存在问题

（五）中国汽车保险行业发展建议

三、中国汽车保险行业竞争状况分析

（一）汽车保险市场竞争状况分析

（二）汽车保险行业的集中度分析

（三）汽车保险潜在进入者的威胁

（四）产业链视角下车险竞争策略

（五）车险产业链的发展路径及协同效应

四、中国汽车保险行业营销模式分析

（一）汽车保险营销模式结构分析

（二）汽车保险直接营销模式分析

（三）汽车保险间接营销模式分析

五、中国汽车保险发展趋势及前景预测

（一）汽车保险行业发展趋势分析

（二）汽车保险行业发展驱动因素

（三）汽车保险行业发展前景预测

第四章 中国汽车电子市场发展分析

第一节 全球汽车电子市场发展分析

一、全球汽车电子市场发展概况

- (一) 国际汽车电子巨头加强合作
- (二) 全球汽车电子产业方兴未艾
- (三) 国际汽车电子企业到中国御寒

二、全球汽车电子市场发展规模

- (一) 全球汽车电子市场规模分析
- (二) 全球汽车电子信息市场规模
- (三) 全球汽车电子系统市场规模

三、全球汽车电子市场特征分析

- (一) 全球汽车电子区域市场特征
- (二) 全球汽车电子产品结构特征

四、全球车载导航产业市场分析

- (一) 全球车载导航发展现状分析
- (二) 全球车载导航市场规模预测

第二节 中国汽车电子市场发展分析

- 一、中国汽车电子市场容量分析
- 二、中国汽车电子市场特点分析
- 三、中国汽车电子分销市场分析
- 四、汽车电子产业基地建设动向
- 五、制约汽车电子产品发展因素
- 六、汽车电子行业发展对策分析

第三节 中国汽车电子行业发展战略

- 一、中国汽车电子行业SWOT分析
 - (一) 中国汽车电子行业的优势分析
 - (二) 中国汽车电子行业的劣势分析
 - (三) 中国汽车电子行业的机会分析
 - (四) 中国汽车电子行业的威胁分析
- 二、中国汽车电子市场发展问题及对策
 - (一) 汽车电子核心产业技术有待提高
 - (二) 汽车电子产业发展的驱动因素
 - (三) 汽车电子市场的发展对策分析
- 三、中国汽车电子行业发展途径分析
 - (一) 加强各方合作打造汽车电子产业链

(二) 汽车电子行业标准体系应尽快建立

四、台湾汽车电子企业供应链策略借鉴

(一) "主动多元化"的运作模式分析

(二) "被动多元化"的运作模式分析

(三) "既有领域深耕"的运作模式分析

(四) "新市场经营"的运作模式分析

第四节 汽车电子市场竞争格局分析

一、全球汽车电子市场竞争格局分析

(一) 全球汽车半导体企业竞争格局概况

(二) 全球汽车半导体与嵌入式软件企业

(三) 全球主要汽车电子控制系统企业

(四) 全球主要综合性汽车电子企业

二、全球主要汽车电子企业经营状况

(一) 德国博世集团经营情况分析

(二) 日本电装经营情况分析

(三) 美国德尔福经营情况分析

(四) 德国大陆集团经营情况分析

(五) 美国伟世通经营情况分析

(六) 法国法雷奥经营情况分析

(七) 韩国摩比斯经营情况分析

(八) 美国天合汽车集团经营情况分析

三、中国汽车电子市场竞争状况分析

(一) 家电企业进军中国汽车电子市场

(二) 国外汽车电子巨头抢夺中国市场

(三) 国际汽车电子巨头强攻芯片市场

(四) 国际汽车电子企业加快本地化进程

(五) 半导体厂商进军中国汽车电子市场

四、中国汽车电子市场竞争格局分析

(一) 中国汽车电子区域集群竞争格局

(二) 中国汽车电子市场产品结构分析

(三) 中国汽车电子市场品牌结构分析

(四) 中国汽车电子市场竞争格局分析

(五) 中国汽车电子厂商竞争力评价

五、外资企业汽车电子市场竞争状况

(一) 跨国企业在中国汽车电子市场投资

(二) 跨国汽车电子厂商在中国的投资布局

(三) 外资企业占据汽车电子市场优势地位

(四) 外资及其合资企业汽车电子市场占有率

六、中国汽车电子企业发展状况分析

(一) 本土厂商在非核心领域占有优势

(二) 中国主要汽车电子企业发展状况

(三) 中国汽车电子企业竞争策略分析

第五章 中国汽车养护市场发展分析

第一节 中国汽车养护市场分析

第二节 中国汽车美容市场分析

第三节 中国汽车用品市场分析

第四节 中国汽车装饰市场分析

第五节 中国汽车改装市场分析

第六节 中国车载音响市场分析

第六章 中国汽车维修市场发展分析

第一节 国外汽车维修行业的发展状况

一、世界各国汽车维修行业发展状况

(一) 美国汽车维修行业的发展状况

(二) 德国汽车维修行业的发展状况

(三) 日本汽车维修行业的发展状况

(四) 泰国汽车维修行业的发展状况

(五) 加拿大汽车维修行业发展状况

(六) 新加坡汽车维修行业发展状况

二、世界各国重点汽车维修企业介绍

(一) 美国汽车维修连锁店NAPA

(二) 德国博世(BOSCH)公司

(三) 日本AUTOBACS汽修连锁

（四）澳大利亚REPCO汽修连锁

三、世界各国汽车维修行业发展趋势

第二节 中国汽车维修行业的发展状况

一、中国汽车维修行业的经营情况

二、中国汽车维修行业的发展现状

三、中国汽车维修行业存在的问题

四、中国汽车维修行业发展的措施

第三节 中国汽车维修行业经营模式分析

一、传统汽车维修与现代汽车维修的比较

（一）传统汽车维修与现代汽车维修的概念

（二）传统汽车维修与现代汽车维修的区别

（三）现代汽车维修企业的经营理念及思路

二、汽车维修行业成本构成及发展概况

（一）汽车维修行业成本发展概况分析

（二）汽车维修行业成本构成状况分析

三、中国汽车维修行业经营和销售模式

（一）汽车维修行业四位一体模式

（二）汽车维修行业连锁经营模式

（三）汽车维修行业特约服务站模式

（四）汽车维修行业独立经营模式

（五）汽车维修企业经营模式的比较

（六）汽车维修行业的经营模式趋势

第四节 中国汽车快修连锁店发展状况分析

一、汽车快修连锁的发展概况

（一）汽车快修连锁经营的定义

（二）汽车快修连锁市场发展状况

（三）汽车快修连锁企业经营方式

（四）汽车快修连锁的载体分析

二、中国快修连锁企业经营环境分析

（一）快修连锁企业政策环境分析

（二）快修连锁企业经济环境分析

（三）快修连锁企业社会文化环境分析

三、部分省市汽车快修连锁经营情况

（一）上海市汽车快修连锁业发展情况

（二）吉林省汽车快修连锁业发展情况

（三）长三角汽车快修连锁业发展情况

四、中国汽车快修连锁发展的路径选择

（一）汽车快修连锁发展存在的问题

（二）汽修企业发展快修连锁必要性

（三）汽车快修连锁经营的优势分析

（四）建立汽车快修连锁企业的路径

（五）汽车快修企业的经营策略分析

（六）汽车快修连锁发展的政策建议

第七章 中国二手车及汽车租赁市场分析

第一节 中国二手车市场发展分析

一、国外二手车市场发展概况

（一）美国二手车市场发展现状

（二）日本二手车市场发展现状

（三）国外二手车市场发展特征

二、国内二手车市场发展现状

（一）二手车市场的发展阶段

（二）二手车市场的交易规模

（三）二手车品种与区域分布

（四）中国二手车交易市场特点

三、二手车市场制度环境分析

（一）二手车市场准入制度

（二）二手车市场税收制度

（三）二手车市场评估制度

（四）二手车市场政策环境

四、二手车保值率地域区别

五、二手车市场消费者调查

第二节 中国汽车租赁市场发展分析

一、国际汽车租赁行业发展概况

- (一) 国际汽车租赁行业的发展历程
- (二) 国际汽车租赁行业的发展背景
- (三) 国际汽车租赁行业的发展规模
- (四) 国际汽车租赁企业运作模式分析
- (五) 国际汽车租赁行业运作特点分析
- (六) 国际汽车租赁对中国汽车租赁的启示

二、中国汽车租赁行业发展状况

- (一) 中国汽车租赁行业的发展历程
- (二) 中国汽车租赁行业的发展规模
- (三) 中国汽车租赁市场的结构分析
- (四) 中国汽车租赁行业的发展特点
- (五) 中国汽车租赁市场的消费群体
- (六) 中国汽车租赁市场的现状分析
- (七) 中国汽车租赁行业发展新动向
- (八) 中国汽车租赁行业存在的问题
- (九) 中国汽车租赁行业的发展策略

三、汽车租赁行业市场竞争状况分析

- (一) 汽车租赁行业总体竞争状况分析
- (二) 国际汽车租赁市场竞争优势分析
- (三) 国际汽车租赁市场竞争趋势分析
- (四) 国内汽车租赁市场竞争格局分析
- (五) 国内汽车租赁行业区域竞争分析
- (六) 国内汽车租赁企业竞争策略分析
- (七) 国内领先租车企业发展战略分析

第八章 中国汽车后市场的重点区域分析

第一节 泛珠三角地区汽车后市场分析

第二节 长三角地区汽车后市场分析

第三节 环渤海地区汽车后市场分析

第九章 中国汽车后市场行业竞争格局分析

第一节 国际汽车后市场竞争状况分析

一、国际汽车市场的发展概况分析

（一）美国汽车市场发展概况分析

（二）德国汽车市场发展概况分析

（三）英国汽车市场发展概况分析

（四）法国汽车市场发展概况分析

（五）日本汽车市场发展概况分析

（六）印度汽车市场发展概况分析

二、汽车后市场国际品牌竞争力分析

（一）美国NAPA公司竞争力分析

（二）美国AC德科公司竞争力分析

（三）德国博世公司竞争力分析

（四）日本黄帽子公司竞争力分析

（五）日本澳德巴克斯公司竞争力分析

三、国际汽车后市场竞争格局分析

第二节 国内汽车后市场竞争状况分析

一、汽车后市场行业竞争状况分析

（一）汽车后市场行业竞争状况分析

（二）汽车后市场的竞争力缺陷分析

（三）汽车后市场行业品牌格局分析

二、汽车后市场行业竞争结构分析

（一）汽车后市场行业议价能力分析

（二）汽车后市场行业替代品威胁分析

（三）汽车后市场行业潜在进入者威胁

（四）汽车后市场行业现有企业的竞争

第十章 中国汽车后市场主要经营分析

第一节 汽车维修与养护市场领先企业分析

一、博世贸易（上海）有限公司

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

二、深圳市元征科技股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

三、新焦点汽车控股技术有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

四、驰耐普汽车美容养护连锁

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

五、特福莱汽车美容装饰连锁

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

第二节 汽车改装市场领先企业个案分析

一、广东永泰和汽车用品有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

二、深圳市勇极驱汽车改装连锁服务有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

三、浙江腾飞麦卡汽车服务有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

四、北京粤港秀丽汽车装饰有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

五、武汉恒信丰达汽车装饰有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

第三节 汽车租赁市场领先企业个案分析

一、深圳市至尊汽车租赁股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

二、上海一嗨汽车租赁有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

三、神州租车（中国）有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

四、北京银建汽车租赁有限公司

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

五、首汽租赁公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

第四节 汽车金融市场领先企业个案分析

一、上汽通用汽车金融有限责任公司经营分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

二、大众汽车金融（中国）有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

三、丰田汽车金融（中国）有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

四、东风标致雪铁龙汽车金融有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

五、奇瑞徽银汽车金融有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

第五节 汽车流通市场领先企业个案分析

一、庞大汽贸集团股份有限公司经营分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

二、广汇汽车服务股份公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

三、深圳市中汽南方投资集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

四、重庆百事达汽车有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

五、浙江金昌汽车集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

第十一章 汽车后市场投资分析与前景预测

第一节 汽车后市场行业投资机会分析

一、汽车后市场行业投资风险分析

(一) 汽车后市场行业政策风险分析

(二) 汽车后市场行业经济波动风险

(三) 汽车后市场行业市场竞争风险

(四) 汽车后市场人才及技术风险

(五) 汽车后市场原材料价格风险

二、汽车后市场行业投资特性分析

(一) 汽车后市场行业进入壁垒分析

(二) 汽车后市场行业经营模式分析

(三) 汽车后市场行业盈利情况分析

三、汽车后市场行业投资机会及建议

(一) 汽车后市场行业投资潜力分析

(二) 汽车后市场产业园区最新动向

(三) 汽车后市场行业投资机会及建议

第二节 汽车后市场行业发展趋势分析

一、汽车后市场发展趋势分析

二、汽保行业发展趋势分析

三、汽车金融发展趋势分析

四、汽车电子发展趋势分析

五、汽车养护发展趋势分析

六、汽车维修发展趋势分析

七、汽车租赁发展趋势分析

第三节 汽车后市场行业市场规模预测

一、汽车后市场行业有利因素分析

二、2016-2022年汽车保有量预测

三、汽车后市场行业规模预测分析

四、车险行业市场规模预测分析

五、汽车金融市场规模预测分析

六、汽车电子市场规模预测分析

七、汽车养护市场规模预测分析

八、汽车维修市场规模预测分析

九、汽车租赁市场规模预测分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274992.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专业提供投资咨询报告、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。