



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国汽车后产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国汽车后产业发展现状及市场监测报告》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/285780.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

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，涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。目前中国的汽车后市场主要包括维修及配件、汽车养护、汽车保险、汽车租赁、二手车交易等若干环节，相比于欧美等成熟汽车市场，仍处于初级阶段。

2009年至2015年，中国汽车产销量连续六年保持全球第一，截至2015年底，我国机动车保有量达2.79亿辆，其中汽车1.72亿辆。过亿汽车保有量的背后，是庞大的汽车后市场产业。2015年，我国汽车后市场的规模已达到8000亿元。2014年9月，《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》出台，首次全面提出"汽车后市场"概念，明确了汽车维修业在后市场中的作用和地位，行业将迎来转型升级的良机。

随着汽车保有量稳步增加、车龄逐步上升以及信贷消费理念流行的推动下，汽车后市场三大新兴业务："二手车"、"养护维修"、"融资租赁"均将进入黄金发展时期。二手车2017年政策上有望进一步突破。根据测算，1) 预计2020年我国二手车交易额可达1.1万亿，未来五年复合增速20%。2) 预计2020年我国养护维修市场总规模可达1.7万亿元，未来五年复合增速19%。3) 预计2020年我国乘用车融资租赁市场总规模可达1400亿元，未来五年复合增速26%。预计2020年我国二手车交易额可达1.1万亿 预计2020年养护维修市场总规模可达1.7万亿元 预计2020年我国乘用车融资租赁总规模可达1400亿元

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 汽车后市场基本概述

1.1 汽车后市场的界定

1.1.1 基本概念

1.1.2 主要业务

1.2 汽车后市场的重要性

1.2.1 发展历程

1.2.2 行业地位

第二章 2014-2016年国外汽车后市场发展分析

2.1 国外汽车后市场模式浅析

2.1.1 美国模式

2.1.2 欧洲模式

2.1.3 日本模式

2.2 欧洲汽车后市场分析

2.2.1 基本架构

2.2.2 市场状况

2.2.3 法律框架

2.2.4 行动计划

2.3 美国汽车后市场分析

2.3.1 市场规模

2.3.2 发展特点

2.3.3 主要企业

2.3.4 O2O案例

2.4 国外汽车后市场发展经验借鉴

2.4.1 特约维修站

2.4.2 全国连锁经营

2.4.3 人性化至上

2.4.4 多元化服务

2.4.5 打破垄断

第三章 2014-2016年中国汽车后市场的发展环境分析

3.1 经济环境

3.1.1 全球经济发展形势

3.1.2 中国经济运行现状

3.1.3 经济发展趋势分析

3.2 产业环境

3.2.1 汽车市场运行现状

3.2.2 汽车制造业的运行

3.2.3 汽车商品外贸现状

3.3 需求环境

- 3.3.1 庞大的汽车保有量
- 3.3.2 保有汽车平均车龄
- 3.3.3 私车化的消费变革
- 3.4 社会环境
 - 3.4.1 人口及城镇化水平
 - 3.4.2 汽车生活时代开启
 - 3.4.3 汽车文化逐渐形成

第四章 2014-2016年中国汽车后市场的政策背景分析

- 4.1 2014-2016年汽车后市场重点政策分析
 - 4.1.1 转型升级政策导向
 - 4.1.2 二手车增值税征收
 - 4.1.3 汽车改装业政策突破
 - 4.1.4 平行进口汽车售后规范实施
- 4.2 2016年汽修业转型升级指导意见解读
 - 4.2.1 政策背景
 - 4.2.2 重大意义
 - 4.2.3 重点内容
 - 4.2.4 主要亮点
- 4.3 2016年行业技术标准发展动向
 - 4.3.1 二手车鉴定评估规范
 - 4.3.2 首部绿色轮胎标准
 - 4.3.3 汽车用品业标准
 - 4.3.4 汽修业编码标准
- 4.4 2014-2016年重要相关政策分析
 - 4.4.1 汽车新三包政策实施
 - 4.4.2 机动车强制报废新规
 - 4.4.3 机动车年检新规实施
 - 4.4.4 汽车销售新政已出炉
 - 4.4.5 汽车维修管理规定出台
- 4.5 汽车后市场政策前瞻
 - 4.5.1 汽车售后服务国标待出

- 4.5.2 汽车经销商限制将修改
- 4.5.3 二手车企业规范将出台
- 4.5.4 二手车限迁将有望取消

第五章 2014-2016年中国汽车后市场总体现状分析

5.1 2014-2016年汽车后市场现状分析

- 5.1.1 市场快速增长
- 5.1.2 行业发展形势
- 5.1.3 服务质量水平
- 5.1.4 国外品牌涌入
- 5.1.5 产业亟待升级
- 5.1.6 面临战略机遇

5.2 2014-2016年汽车后市场热点分析

- 5.2.1 市场发展动态
- 5.2.2 市场格局新态势
- 5.2.3 产业链加速整合
- 5.2.4 产业园建设情况
- 5.2.5 大数据时代来临
- 5.2.6 西部市场正崛起

5.3 汽车后市场价格体系解析

- 5.3.1 价格变动方式
- 5.3.2 价格变动幅度
- 5.3.3 消费者的反应
- 5.3.4 竞争对手的反应
- 5.3.5 变价竞争的对策

5.4 汽车后市场战略联盟的应用分析

- 5.4.1 基本理论概述
- 5.4.2 构建动因分析
- 5.4.3 应用案例分析

5.5 汽车后市场的主要问题及建议

- 5.5.1 经营水平方面
- 5.5.2 销售体系方面

- 5.5.3 行业监管方面
- 5.5.4 服务质量方面
- 5.5.5 技术人才方面
- 5.5.6 发展方向思考

第六章 2014-2016年中国汽车后市场电商发展分析

6.1 2014-2016年汽车后市场电商发展现状分析

- 6.1.1 市场发展形势
- 6.1.2 主要驱动因素
- 6.1.3 市场用户现状
- 6.1.4 电商业务内容
- 6.1.5 市场格局状况
- 6.1.6 盈利水平情况
- 6.1.7 面临的挑战

6.2 汽车后市场电商发展模式分析

- 6.2.1 车联网平台模式
- 6.2.2 车主导流平台模式
- 6.2.3 汽车服务商服务平台模式
- 6.2.4 细分市场选择的模式

6.3 2014-2016年汽车后市场电商O2O模式分析

- 6.3.1 发展现状分析
- 6.3.2 市场亮点分析
- 6.3.3 市场动态分析
- 6.3.4 主要案例分析
- 6.3.5 阻滞因素分析

6.4 2014-2015年汽车后市场电商领域企业战略动向

- 6.4.1 别克品牌
- 6.4.2 上汽乘用车
- 6.4.3 京东汽车
- 6.4.4 轮库汽车服务
- 6.4.5 阿里汽车
- 6.4.6 广汇汽车

6.5 汽车后市场电商面临的挑战及建议

6.5.1 面临运营压力

6.5.2 专业水平不足

6.5.3 终端店仍有空间

6.5.4 应形成全产业链

第七章 2014-2016年中国汽车维修及配件市场分析

7.1 2014-2016年汽车维修市场发展分析

7.1.1 市场规模现状

7.1.2 经营模式分析

7.1.3 市场较为混乱

7.1.4 行业面临变局

7.2 2014-2016年汽车零配件行业发展分析

7.2.1 产业体系发展

7.2.2 经营现状分析

7.2.3 发展模式分析

7.2.4 市场格局分析

7.3 2014-2016年汽车维修连锁经营分析

7.3.1 市场发展现状

7.3.2 市场主体分析

7.3.3 发展优势分析

7.3.4 经营形式分析

7.4 汽车维修企业服务质量管理分析

7.4.1 服务质量管理水平

7.4.2 构建现代管理体系

7.4.3 主要管理环节分析

7.4.4 影响因素及缺口分析

7.5 汽车维修业面临的问题及建议

7.5.1 企业经营方面

7.5.2 行业监管方面

7.5.3 环境因素方面

7.5.4 技术水平方面

7.5.5 行业发展方向

第八章 2014-2016年中国汽车美容养护市场分析

8.1 2014-2016年汽车美容养护市场发展现状

8.1.1 市场规模现状

8.1.2 市场竞争格局

8.1.3 地域分布特征

8.1.4 市场需求特征

8.2 2014-2016年汽车美容养护市场面临的形势

8.2.1 市场逐渐转型

8.2.2 外资品牌攫利

8.2.3 民族品牌觉醒

8.2.4 企业探索道路

8.3 汽车美容连锁企业经营分析

8.3.1 连锁企业经营现状

8.3.2 连锁企业发展策略

8.3.3 连锁企业发展前景

8.4 汽车美容养护市场的问题及建议

8.4.1 行业主要问题

8.4.2 制约因素分析

8.4.3 行业发展方向

8.4.4 企业发展方向

8.4.5 行业发展趋势

第九章 2014-2016年中国汽车电子市场分析

9.1 2014-2016年汽车电子产业发展综述

9.1.1 产业发展地位

9.1.2 产业发展阶段

9.1.3 市场规模现状

9.1.4 汽车电子渗透率

9.1.5 引领汽车发展方向

9.2 2014-2016年汽车电子市场竞争分析

- 9.2.1 整体竞争态势
- 9.2.2 竞争现状分析
- 9.2.3 竞争格局剖析
- 9.2.4 重点企业竞争力
- 9.3 汽车电子市场面临的挑战及建议
 - 9.3.1 主要挑战分析
 - 9.3.2 制约因素分析
 - 9.3.3 市场需合理布局
 - 9.3.4 构建全球化产业链

第十章 2014-2016年中国二手车交易市场分析

- 10.1 2014-2016年二手车市场交易情况分析
 - 10.1.1 2014年交易情况分析
 - 10.1.2 2015年交易情况分析
 - 10.1.3 2016年交易情况分析

近几年来，电子商务全面向各行各业渗透，二手车市场也不例外。2015年中国二手车电商平台交易量达到101.2万辆，同比大增67.2%。另外，市场参与者越来越多，投融资市场火热，广告投放竞争激烈也成为2015年我国二手车电商市场的关键词。未来二手车电商市场必然会经历竞争与洗牌，二手车领域也将会出现领军企业。2016年3月初时，2016年政府工作报告将二手车列入2016年八大重点方面工作之一，并指出在挖掘国内汽车需求潜力上，需“活跃二手车市场”，二手车行业的地位之重顿时全民皆知，令业界人士直呼“曙光降临”。2016年3月14日，国务院办公厅正式发布《关于促进二手车便利交易的若干意见》，8项意见从税收政策、金融支持力度、市场环境流通度、信用体系建设等重点方面，为便利二手车市场交易做了具体部署。

2013-2018年中国二手车电商交易量及预测

2016上半年中国二手车电商渗透率

- 10.2 2014-2016年二手车市场结构分析
 - 10.2.1 车型结构分析
 - 10.2.2 区域分布分析
 - 10.2.3 省市分布分析
 - 10.2.4 跨区域交易结构
- 10.3 2014-2016年二手车市场特征分析
 - 10.3.1 用户群体特征

- 10.3.2 用户接受度较低
- 10.3.3 二手车交易量偏低
- 10.3.4 二手车供给不充分
- 10.4 二手车电商商业模式分析
 - 10.4.1 网上竞价交易平台
 - 10.4.2 交易服务资讯平台
 - 10.4.3 简单收购模式
 - 10.4.4 第三方信息服务平台
 - 10.4.5 寄售模式
 - 10.4.6 模式比较分析
- 10.5 二手车市场面临的挑战及建议
 - 10.5.1 交易规模偏低
 - 10.5.2 主要问题分析
 - 10.5.3 发展瓶颈分析
 - 10.5.4 行业发展方向

第十一章 2014-2016年中国汽车租赁市场分析

- 11.1 2014-2016年汽车租赁市场发展现状
 - 11.1.1 行业的重要性
 - 11.1.2 市场规模现状
 - 11.1.3 市场需求分析
 - 11.1.4 企业整体情况
 - 11.1.5 市场消费行为
 - 11.1.6 行业政策规范
 - 11.1.7 行业发展良机
- 11.2 2014-2016年汽车租赁市场发展动向
 - 11.2.1 价格战愈演愈烈
 - 11.2.2 传统格局受冲击
 - 11.2.3 企业涉足资本市场
 - 11.2.4 新能源车租赁发展
 - 11.2.5 P2P租车模式出现
- 11.3 2014-2015年汽车租赁区域市场现状

- 11.3.1 北京市
- 11.3.2 上海市
- 11.3.3 江苏省
- 11.3.4 海南省
- 11.3.5 南昌市
- 11.3.6 太原市
- 11.3.7 上饶市
- 11.4 汽车租赁商业模式及典型案例分析
 - 11.4.1 市场参与者分类
 - 11.4.2 专业短期租赁公司
 - 11.4.3 专业长期租赁公司
 - 11.4.4 汽车融资租赁公司
 - 11.4.5 银行系融资租赁公司
 - 11.4.6 厂商主导租赁公司
 - 11.4.7 经销商主导租赁公司
- 11.5 汽车租赁市场面临的挑战及建议
 - 11.5.1 困境与变局
 - 11.5.2 存在的问题
 - 11.5.3 市场渗透率低
 - 11.5.4 行业发展方向

第十二章 2014-2016年中国汽车保险市场分析

- 12.1 2014-2016年汽车保险市场发展现状
 - 12.1.1 产业链地位
 - 12.1.2 行业规模现状
 - 12.1.3 行业经营分析
 - 12.1.4 企业战略联盟
 - 12.1.5 销售渠道分析
 - 12.1.6 行业政策动态
- 12.2 2014-2016年车险业务经营分析
 - 12.2.1 车险在财险中的地位
 - 12.2.2 车险的经营状况

- 12.2.3 市场发展的态势
- 12.2.4 网购车险的发展
- 12.2.5 存在的主要问题
- 12.2.6 问题的改进对策
- 12.3 2014-2016年车险费率市场化改革分析
 - 12.3.1 车险费率改革进程
 - 12.3.2 车险费率改革政策
 - 12.3.3 车险费改地区成效
 - 12.3.4 对车险市场影响分析
 - 12.3.5 对市场主体影响分析
 - 12.3.6 对保险消费者的影响
- 12.4 汽车保险市场面临的问题及建议
 - 12.4.1 行业发展不足
 - 12.4.2 市场问题分析
 - 12.4.3 行业乱象分析
 - 12.4.4 主要发展对策
 - 12.4.5 产业链发展战略

第十三章 2014-2016年中国汽车改装市场分析

- 13.1 2014-2016年汽车改装产业发展综述
 - 13.1.1 产业基础形成
 - 13.1.2 产业水平不高
 - 13.1.3 行业主要特点
 - 13.1.4 行业产量现状
- 13.2 2014-2016年汽车改装市场现状分析
 - 13.2.1 市场规模现状
 - 13.2.2 市场结构情况
 - 13.2.3 市场发展形势
- 13.3 2014-2016年汽车改装市场变化趋势分析
 - 13.3.1 市场细分加深
 - 13.3.2 外资加速布局
 - 13.3.3 私人定制渐热

13.3.4 集中在豪车领域

13.4 汽车改装市场面临的挑战及建议

13.4.1 技术仍不成熟

13.4.2 存在政策屏障

13.4.3 标准规范缺失

13.4.4 专业人才匮乏

13.4.5 发展方向探析

第十四章 2014-2016年汽车后市场典型企业运营状况分析

14.1 德国博世集团

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 经营效益分析

14.1.3 在华业绩分析

14.1.4 业务经营情况

14.1.5 未来发展前景

14.2 庞大汽贸集团股份有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 经营效益分析

14.2.3 业务经营分析

14.2.4 财务状况分析

14.2.5 未来前景展望

14.3 广汇汽车服务股份公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 经营效益分析

14.3.3 业务经营分析

14.3.4 企业战略动向

14.3.5 未来前景展望

14.4 国机汽车股份有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 经营效益分析

14.4.3 业务经营分析

14.4.4 财务状况分析

- 14.4.5 未来前景展望
- 14.5 深圳市元征科技股份有限公司
 - 14.5.1 企业发展概况
 - 14.5.2 2015年经营状况
 - 14.5.3 2016年经营状况
 - 14.5.4 企业战略动向
- 14.6 安盛天平财产保险股份有限公司
 - 14.6.1 企业发展概况
 - 14.6.2 2015年经营状况
 - 14.6.3 2016年经营状况
 - 14.6.4 企业战略动向
- 14.7 中升集团控股有限公司
 - 14.7.1 企业发展概况
 - 14.7.2 2015年经营状况
 - 14.7.3 2016年经营状况
 - 14.7.4 企业战略动向
- 14.8 其他主要企业发展概况
 - 14.8.1 上汽通用
 - 14.8.2 永达汽车
 - 14.8.3 神州租车
 - 14.8.4 奇瑞徽银
 - 14.8.5 至尊租车

第十五章 2017-2022年中国汽车后市场投资潜力分析

- 15.1 投资价值凸显
 - 15.1.1 政策驱动明显
 - 15.1.2 市场空间广阔
 - 15.1.3 提升空间较大
 - 15.1.4 市场介入契机
 - 15.1.5 行业利润空间
- 15.2 资本表现活跃
 - 15.2.1 国外市场动向

- 15.2.2 汽车维修市场
- 15.2.3 汽车租赁市场
- 15.2.4 二手车市场
- 15.2.5 汽车金融市场
- 15.2.6 汽车电商市场
- 15.3 企业投资机会
 - 15.3.1 汽车零部件企业
 - 15.3.2 品牌汽修连锁企业
 - 15.3.3 传统经销商后市场业务
- 15.4 市场投资机会
 - 15.4.1 汽车维修市场
 - 15.4.2 汽车金融市场
 - 15.4.3 汽车保险市场
 - 15.4.4 二手车交易市场
 - 15.4.5 汽车回收拆解市场
 - 15.4.6 商务租车市场
- 15.5 投资风险预警
 - 15.5.1 政策风险
 - 15.5.2 模式风险
 - 15.5.3 盈利风险
 - 15.5.4 投资建议

第十六章 2017-2022年中国汽车后市场前景预测

- 16.1 中国汽车后市场的未来前景
 - 16.1.1 发展意义重大
 - 16.1.2 市场机遇分析
 - 16.1.3 未来发展趋势
 - 16.1.4 远景规模展望
 - 16.1.5 行业趋势分析
- 16.2 汽车后市场重点细分行业前景展望
 - 16.2.1 汽车维修业
 - 16.2.2 汽车养护业

- 16.2.3 二手车市场
- 16.2.4 汽车电子业
- 16.2.5 汽车租赁业
- 16.2.6 汽车保险业
- 16.2.7 汽车改装业
- 16.3 2017-2022年中国汽车后市场规模预测
- 16.3.1 汽车后市场总体规模
- 16.3.2 二手车交易规模预测
- 16.3.3 汽车维修行业规模预测
- 16.3.4 汽车电子市场规模预测
- 16.3.5 汽车养护市场规模预测
- 16.3.6 汽车改装市场规模预测

附录：

附录一：《机动车维修管理规定》

附录二：《汽车维修业开业条件》

附录三：《二手车流通管理办法》

附录四：《机动车交通事故责任强制保险条例》

附录五：《关于促进汽车维修业转型升级 提升服务质量的指导意见》

图表目录：

图表1 汽车后市场涉及汽车平均8-12年生命周期中的每个环节

图表2 我国与欧美汽车后市场主要业务对比

图表3 国内汽车市场产业链构成

图表4 AUTOBACS业务比例

图表5 2014-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表6 2005-2015年全国粮食产量

图表7 2014-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表8 2014-2015年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表9 2014-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表10 2014-2015年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表11 2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

- 图表12 2012-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表13 2016年人口数及其构成
- 图表14 2012-2016年城镇新增就业人数
- 图表15 2012-2016年全员劳动生产率
- 图表16 2016年居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表17 2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度
- 图表18 2016年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况
- 图表19 2012-2016年全国一般公共预算收入
- 图表20 2012-2016年国家外汇储备
- 图表21 2012-2016年粮食产量
- 图表22 2012-2016年全部工业增加值及其增长速度
- 图表23 2016年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表24 2012-2016年建筑业增加值及其增长速度
- 图表25 2012-2016年全社会固定资产投资
- 图表26 2016年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比
- 图表27 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度
- 图表28 2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表29 2016年房地产开发和销售主要指标及其增长速度
- 图表30 2012-2016年社会消费品零售总额
- 图表31 2012-2016年货物进出口总额
- 图表32 2016年货物进出口总额及其增长速度
- 图表33 2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表34 2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表35 2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表36 2016年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度
- 图表37 2016年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度
- 图表38 2016年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表39 2016年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表40 2012-2016年快递业务量及增长速度
- 图表41 2012-2016年固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数
- 图表42 2016年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度
- 图表43 2013-2015年汽车月度销量及同比变化情况

- 图表44 2013-2015年乘用车月度销量变化情况
 - 图表45 2013-2015年1.6L及以下乘用车销量变化情况
 - 图表46 2013-2015年商用车月度销量变化情况
 - 图表47 2015年乘用车各系别市场份额
 - 图表48 2015年国内汽车销售市场占有率
 - 图表49 2014-2016年月度汽车销量及同比变化情况
 - 图表50 2014-2016年月度乘用车销量变化情况
 - 图表51 2014-2016年1.6L及以下乘用车销量变化情况
 - 图表52 2014-2016年商用车月度销量变化情况
 - 图表53 2016年乘用车各系别市场份额
 - 图表54 2016年国内汽车销售市场占有率
 - 图表55 2016年分车型中国品牌汽车前十家生产企业销售排名
 - 图表56 2015-2016年月度汽车销量及同比变化情况
 - 图表57 2015-2016年月度乘用车销量变化情况
 - 图表58 2015-2016年1.6L及以下乘用车销量变化情况
 - 图表59 2015-2016年商用车月度销量变化情况
 - 图表60 2012-2016年汽车制造业销售收入
 - 图表61 2012-2015年汽车制造业销售收入增长趋势图
 - 图表62 2014-2015年汽车制造业不同所有制企业销售额
 - 图表63 2017-2022年中国汽车后市场总体规模预测
 - 图表64 2017-2022年中国二手车市场交易规模预测
 - 图表65 2017-2022年中国汽车维修行业产值规模预测
 - 图表66 2017-2022年中国汽车电子市场规模预测
 - 图表67 2017-2022年中国汽车养护市场规模预测
 - 图表68 2017-2022年中国汽车改装市场规模预测
 - 图表69 通用设备
 - 图表70 专用设备
 - 图表71 主要检测设备
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285780.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。