



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国汽车修理行业研究及 市场发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国汽车修理行业研究及市场发展趋势研究报告》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/64366.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

2008年中国汽车修理行业研究及市场发展趋势研究报告

第一章 汽车修理市场基本概况分析

第一节 汽车修理市场发展环境分析

(宏观经济环境、行业政策.....)

- 一、2007年中国宏观经济运行状况
- 二、宏观经济发展运行趋势
- 三、行业相关政策及影响分析

第二节 汽车修理市场基本特征

(定义分类或行业特点、发展历程、市场重要动态.....)

- 一、行业界定及主要产品
- 二、在国民经济中的地位
- 三、行业特性
- 四、发展历程
- 五、国内市场重要动态

第三节 国际汽车修理市场发展状况

(现状、趋势、市场重要动态.....)

- 一、国际市场现状分析
- 二、主要国家市场状况
- 三、国际市场发展趋势分析
- 四、国际市场重要动态

第二章 2007年汽车修理经济运行状况分析

第一节 2007年汽车修理发展基本状况

(现状、技术、行业运行特点.....)

- 一、发展现状
- 二、市场特点
- 三、技术发展

第二节 汽车修理存在问题及发展限制

(主要问题与发展受限、基本应对的策略.....)

第三节 汽车修理上、下游产业发展状况

(上、下游产业对本行业的影响)

一、上游产业

二、下游产业

第四节 2003年-2007年汽车修理企业数量分析

(近年内企业数量的变化状况以及各类型企业的数量变化.....)

一、2003-2007年企业及亏损企业数量

二、不同规模企业数量

三、不同所有制企业数量分析

第五节 2003年-2007年汽车修理从业人数分析

(近年内从业人员的变化状况以及各类型企业的数量变化.....)

一、2003年-2007年从业人数分析

二、不同规模企业从业人员分析

三、不同所有制企业比较

第六节 汽车修理进出口状况分析

(主要产品进出口状况.....)

第三章 2007年中国汽车修理生产状况分析

第一节 2003年-2007年汽车修理工业总产值分析

一、2003-2007年工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

四、2007年汽车修理工业总产值地区分布

五、2007年汽车修理工业总产值前20位企业对比

第二节 2003年-2007年汽车修理产成品分析

(产成品、产成品区域市场.....)

一、2003-2007年产成品分析

二、不同规模企业产成品分析

三、不同所有制企业产成品比较

四、2007年汽车修理产成品地区分布

第三节 2003年-2007年汽车修理产成品资金占用率分析

第四章 2007年中国汽车修理销售状况分析

第一节 2003年-2007年汽车修理销售收入分析

(产品销售收入、不同规模的企业销售收入、不同企业类型的销售收入.....)

一、2003-2007年总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第二节 2007年汽车修理产品销售集中度分析

一、按企业分析

二、按地区分析

第三节 2003年-2007年汽车修理销售税金分析

一、2003-2007年销售税金分析

二、不同规模企业销售税金分析

三、不同所有制企业销售税金比较

第五章 2007年中国汽车修理成本费用分析

(销售成本、销售费用、管理费用、财务费用、成本费用利润率.....)

第一节 2003-2007年汽车修理产品销售成本分析

一、2003-2007年销售成本总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第二节 2003-2007年汽车修理销售费用分析

一、2003-2007年销售费用总额分析

二、不同规模企业销售费用比较分析

三、不同所有制企业销售费用比较分析

第三节 2003-2007年汽车修理管理费用分析

一、2003-2007年管理费用总额分析

二、不同规模企业管理费用比较分析

三、不同所有制企业管理费用比较分析

第四节 2003-2007年汽车修理财务费用分析

一、2003-2007年财务费用总额分析

二、不同规模企业财务费用比较分析

三、不同所有制企业财务费用比较分析

第五节 2003-2007年汽车修理成本费用利润率分析

第六章 2007年中国汽车修理资产负债状况分析

(总资产、固定资产、总负债、流动资产、应收账款、资产负债率.....)

第一节 2003-2007年汽车修理总资产状况分析

一、2002-2007年总资产分析

二、不同规模企业资产规模比较分析

三、不同所有制企业总资产比较分析

四、总资产规模前20位企业对比

第二节 2003-2007年汽车修理固定资产状况分析

一、2002-2007年固定资产净值分析

二、不同规模企业固定资产净值分析

三、不同所有制企业固定资产净值分析

第三节 2003-2007年汽车修理总负债状况分析

一、2002-2007年总负债分析

二、不同规模企业负债规模比较分析

三、不同所有制企业总负债比较分析

第四节 2003-2007年汽车修理流动资产总额分析

一、2003-2007年流动资产总额分析

二、不同规模企业流动资产周转总额比较分析

三、不同所有制企业流动资产周转总额比较分析

第五节 2003-2007年汽车修理应收账款总额分析

一、2002-2007年应收账款总额分析

二、不同规模企业应收账款总额比较分析

三、不同所有制企业应收账款总额比较分析

第六节 2003-2007年汽车修理资产负债率分析

第七节 2003-2007年汽车修理周转状况分析

一、2003-2007年总资产周转率分析

二、2003-2007年流动资产周转率分析

三、2003-2007年应收账款周转率分析

四、2003-2007年流动资产周转次数

第八节 2003-2007年汽车修理资本保值增值率分析

第七章 2007年中国汽车修理盈利能力分析

(利润总额、销售毛利率、总资产利润率、净资产利润率.....)

第一节 2003-2007年汽车修理利润总额分析

一、2003-2007年利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2003-2007年汽车修理销售毛利率分析

第三节 2003-2007年汽车修理销售利润率分析

第四节 2003-2007年汽车修理总资产利润率分析

第五节 2003-2007年汽车修理净资产利润率分析

第六节 2003-2007年汽车修理产值利税率分析

第八章 2007年中国汽车修理经济运行最好水平分析

(资本保值增值率、资产负债率、产值利税率、资金利润率.....)

第一节 2003-2007年汽车修理资本保值增值率最好水平

第二节 2003-2007年汽车修理资产负债率最好水平

第三节 2003-2007年汽车修理产值利税率最好水平

第四节 2003-2007年汽车修理资金利润率最好水平

第五节 2003-2007年汽车修理流动资产周转次数最好水平

第六节 2003-2007年汽车修理成本费用利润率最好水平

第七节 2003-2007年汽车修理人均销售率最好水平

第八节 2003-2007年汽车修理产成品资金占用率最好水平

第九章 2007年中国汽车修理重点企业调查

(行业按销售收入前10企业)

第一节 2007年汽车修理企业地区分布

第二节 企业竞争状况分析

一、基本状况

主要包括：法人单位名称、法定代表人、省、主要业务活动、从业人员合计、全年营业收入、资产总计、工业总产值、工业销售产值、出口交货值、工业增加值、产成品

二、资产负债分析

主要包括：企业资产、固定资产、流动资产合计、流动资产年平均余额、负债合计、流动负债合计、长期负债合计、应收帐款

三、企业经费用分析

主要包括：营业费用、管理费用、其中：税金、财务费用、利税总额

四、收入及利润分析

主要包括：主营业务收入、主营业务成本、主营业务税金及附加、其他业务收入、其他业务利润、营业利润、利润总额

五、营业外支出分析

主要包括：广告费、研究开发费、劳动、失业保险费、养老保险和医疗保险费、住房

公积金和住房补贴、应付工资总额、应付福利费总额、应交增值税、进项税额、销项税额

六、企业工业中间投入及现金流分析

主要包括：工业中间投入合计、直接材料投入、制造费用中的中间投入、管理费用中的中间投入、营业费用中的中间投入、经营活动产生的现金流入、流出、投资活动产生的现金流入、流出、筹资活动产生的现金流入、流出

第十章 2007年中国汽车修理市场营销及投资分析及市场发展趋势研究报告

第一节 汽车修理市场营销策略分析及建议

一、市场营销策略分析

二、企业营销策略建议

第二节 汽车修理市场投资分析及市场发展趋势研究报告及建议

一、投资环境分析

二、投资风险分析

三、投资发展建议

第三节 汽车修理发展建议

一、发展现状及存在问题

二、应对策略

第十一章 2008-2010年中国汽车修理发展趋势及市场预测

第一节 2008-2010年汽车修理发展趋势分析

(行业发展趋势、技术发展趋势、市场发展趋势.....)

一、市场发展趋势

二、技术开发方向

三、整体规划及发展预测

第二节 2008-2010年汽车修理市场预测

(工业总产值、销售收入、利润总额、总资产.....)

一、2008-2010年工业总产值预测

二、2008-2010年销售收入预测

三、2008-2010年利润总额预测

四、2008-2010年总资产预测

第十二章 附件

一、规模以上汽车修理经营企业通讯信息库 (excel格式)

主要内容为：法人单位代码、法人单位名称、法定代表人(负责人)、行政区划代码、通信地址、区号、电话号码、传真号码、邮政编码、电子邮箱、网址、工商登记注册号、编制

登记注册号、登记注册类型、机构类型.....

二、规模以上汽车修理企业经营数据库（excel格式）

主要内容为：主要业务活动（或主要产品）、行业代码、年末从业人员合计、全年营业收入合计、资产总计、工业总产值、工业销售产值、工业增加值、流动资产合计、固定资产合计、主营业务收入、主营业务成本、主营业务税金及附加、其他业务收入、其他业务利润、财务费用、营业利润、投资收益、营业外收入、利润总额、亏损总额、利税总额、应交所得税、广告费、研究开发费、经营活动产生的现金流入、经营活动产生的现金流出、投资活动产生的现金流入、投资活动产生的现金流出、筹资活动产生的现金流入、筹资活动产生的现金流出.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/64366.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。