



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2008年中国汽车美容业发展深度报告

一、调研说明

《2005-2008年中国汽车美容业发展深度报告》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/69946.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

2005-2008年中国汽车美容业发展深度报告

报告目录

第一章汽车美容业概述-10-

第一节汽车美容业的定义与分类-10-

一、汽车美容的定义-10-

二、现代汽车美容的分类和服务内容-10-

三、汽车美容的类型-13-

1、一般美容-14-

2、汽车修复美容-14-

3、专业汽车美容-14-

四、汽车美容业的现状-14-

1、起步较晚，发展很快-14-

2、潜在市场大-14-

3、美容业管理混乱技术水平低-15-

五、汽车美容业前景-15-

第二节汽车美容业在国民经济中的地位与价值分析-16-

第三节汽车美容业与汽车制造业的产业链分析-21-

第四节国外汽车美容服务业的发展状况及商业模式-21-

一、单项专业服务店模式-22-

二、大卖场模式-22-

三、加盟合作模式-23-

四、零售终端店面模式-23-

第二章我国汽车美容行业总体运行概况-24-

第一节2005-2008年汽车美容行业发展现状-24-

一、2005年国内汽车美容“镀膜”热-24-

二、2007年国内汽车美容七大现状-24-

1、现状之一：消费者对车不了解-24-

2、现状之二：汽车美容店对车不了解-24-

3、现状之三：美容店普遍缺少服务-25-
4、现状之四：美容店过分追求极端-25-
5、现状之五：专业汽车美容人才缺乏-25-
6、现状之六：消费者的极端成本意识-26-
7、现状之七：汽车美容店的极端成本意识-26-
第二节2005-2008年汽车美容行业主要特征分析-27-
一、经济特征-27-
二、市场特征-27-
三、技术特征-28-
第三节汽车美容行业产业环境与产业政策分析-29-
一、汽车美容行业产业环境分析-29-
二、汽车美容行业产业政策分析-30-
第四节汽车美产业周期分析-32-
第五节汽车美容产业经济发展阶段分析-32-
第六节国际汽车美容市场分析-34-

第三章汽车美容行业整体发展状况分析-37-

第一节发展规模-37-
第二节赢利能力-38-
第三节汽车美容店投入产出效益分析-38-
一、加盟费用-38-
二、租金-38-
三、装修费用-38-
四、员工费用-39-
五、广告费用-39-
六、促销用品-39-
第四节投资收益分析-40-
一、投资费用分析-40-
二、经营收益分析-40-
第五节经营发展能力-42-

第四章汽车美容行业投资现状分析-44-

第一节产业投资规模-44-

第二节外资企业在华投资综合分析-44-

一、外资投资策略分析-44-

1、力图成为行业龙头。-44-

2、主要实行加盟连锁形式。-45-

二、部分国际汽车美容企业在华投资情况-45-

1、特福莱-45-

2、驰耐普-46-

3、3M公司-46-

第三节汽车美容行业结构分析-46-

一、地区结构-46-

二、注册类型结构-46-

三、企业规模结构-47-

第五章汽车美容产业的产业组织分析-48-

第一节汽车美容产业的企业结构分析-48-

一、汽车美容产业的规模经济与集中度分析-48-

二、汽车美容产业竞争主体绩效分析-48-

第二节汽车美容产业市场服务体系分析-49-

一、汽车美容产业的销售渠道及组织分析-49-

二、市场服务体系存在的问题-49-

第六章我国汽车美容价格分析-50-

第一节2005-2006年我国各主要汽车美容年平均价格对比分析-50-

第二节我国汽车美容各地区价格分析-50-

第三节我国汽车美容价格形成及影响价格主要因素分析-51-

第四节2007-2010年我国汽车美容价格趋势预测-51-

第七章我国汽车美容技术分析-53-

第一节当前我国汽车美容技术发展现状-53-

第二节关键技术分析-53-

第三节国内外技术瓶颈分析-54-

第四节全球新技术与应用趋势-54-

第五节我国研发成果介绍-54-

第六节专利趋势分析-55-

一、汽车漆面护理技术--汽车美容保护膜相关技术-55-

二、汽车美容房研究-56-

三、一些专用设备的开发-56-

第八章我国汽车美容业的供给结构、盈利模式与发展趋势-57-

第一节汽车美容店-57-

一、汽车美容店的发展现状-57-

二、汽车美容店主要模式及其特点-57-

三、汽车美容店的盈利模式-58-

四、汽车美容店的发展趋势-58-

第二节汽车美容学校-59-

一、汽车美容学校的发展现状-59-

二、汽车美容学校的盈利模式-59-

三、汽车美容学校的发展趋势-61-

第三节汽车美容连锁-61-

一、汽车美容连锁服务业的发展现状-61-

二、汽车美容连锁服务业的盈利模式-62-

三、汽车美容连锁服务业的发展趋势-64-

第九章我国汽车美容需求与消费情况分析-65-

第一节2005-2008年我国汽车美容消费量统计分析-65-

第二节当前我国汽车美容消费的主要特点-65-

第三节2005-2006年我国汽车美容消费者消费偏好调查分析-66-

第四节2005-2006年我国汽车美容消费者对其价格的敏感度分析-67-

第五节我国汽车美容业的需求因素-67-

一、汽车保有量与汽车美容需求-67-

二、人均收入与汽车美容需求-72-

第六节2007-2010年我国汽车美容需求预测-73-

第十章我国汽车美容产业的比较优势与劣势-75-

第一节汽车美容产业比较优势探析-75-

第二节汽车美容产业发展瓶颈综述-77-

第十一章我国汽车美容主要产品分析-80-

第一节主要产品市场格局-80-

一、汽车用品市场巨大-80-

二、细分市场逐步形成-80-

三、细分市场走势不同-80-

四、规模经营前景看好-81-

第二节产品生命周期解析-82-

一、产品生命周期介绍-82-

二、产品生命周期的应用-82-

三、营销策略-82-

第三节新产品动向-83-

第十二章我国汽车美容行业的竞争力分析-86-

第一节我国汽车美容行业的人均劳动生产率与社会平均劳动生产率比较分析-86-

第二节中外汽车美容行业的竞争力对比分析-87-

一、地理因素-87-

二、财务因素-87-

三、车型因素-87-

四、出行半径因素-87-

第三节我国汽车美容行业的资金利润率-87-

第四节我国汽车美容行业综合竞争力分析-89-

第十三章汽车美容行业竞争态势分析-90-

第一节竞争程度分析-90-

一、商机诱人每年产值近4亿-90-

二、品牌连锁主导行业未来-90-

第二节主要企业竞争态势及市场份额-91-

第三节2007-2010年我国汽车美容行业竞争格局预测-93-

第十四章汽车美容行业企业情况-95-

第一节销售收入情况-95-

第二节利润总额情况-95-

第三节总资产情况-96-

第十五章我国汽车美容产业发展趋势预测-99-

第一节影响我国汽车美容产业发展的主要因素-99-

一、我国汽车美容产业的成长性分析-99-

二、产业要素长期趋势-100-

三、“入世”给汽车美容产业带来的变化-102-

第二节我国汽车美容产业发展的阶段预测-103-

第十六章汽车美容行业投资现状及投资攻略-105-

第一节投资形式分析-105-

一、直接投资办店-105-

二、生产汽车美容系列产品-105-

三、全国(或地区)连锁招商的模式-105-

四、顶级合作模式-105-

第二节选址分析-106-

第三节店铺装修-106-

第四节管理架构-107-

第五节服务项目-107-

第十七章汽车美容行业投资策略建议及风险分析-109-

第一节产业现状综述-109-

第二节风险分析-109-

第三节投资机会分析-110-

第四节投资建议-111-

图表目录索引

图表1：现代汽车美容的服务内容分类-11-

图表2：不同层次汽车美容的要求-11-

图表3：2005-2010年中国汽车美容市场发展规模趋势-15-

图表4：汽车美容市场不同档次占比-16-

图表5：中国汽车美容领域消费群体占比-18-

图表6：我国未来汽车美容养护行业年产值(预测)-19-

图表7：未来中国汽车美容养护店数量(预测)-20-

图表8：中国汽车美容养护行业未来收益情况(预测)-20-

图表9：国外汽车市场产业链利润占比情况-22-

图表10：2005-2008年中国汽车产销量及增长率-29-

图表11：国内外汽车产业获利主要来源对比-35-

图表12：国内外汽车销售领域利润对比-36-

图表13：调查对象中做过不同美容的比例-42-

图表14：各国汽车用户月消费金额对比-65-

图表15：2002-2020年中国汽车总保有量及增长率-68-

图表16：2004-2020年中国商用车保有量及增长率预测-69-

图表17：2004-2020年中国货车保有量及增长率预测-69-

图表18：2004-2020年中国乘用车保有量及增长率预测-70-

图表19：2004-2020年中国轿车保有量及增长率预测-70-

图表20：2004-2020年中国微客保有量及增长率预测-71-

图表21：2004-2020年中国客车保有量及增长率预测-72-

图表22：受访者购买轿车意向占比-73-

图表23：2006-2010年中国汽车美容市场需求量及增长率预测-74-

图表24：2000年与2015年中国汽车产业配额对比-76-

图表25：中国汽车市场利润配额-76-

图表26：新产品开发程序流程图-84-

图表27：2005-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度-86-

图表28：我国后汽车产业利润结构分析图-88-

图表29：国内外汽车市场销售额比例对比分析图-91-

图表30我国汽车用品销售趋势分析图-94-

图表31：汽车美容消费层次分析-100-

图表32：2005-2008年中国汽车发展情况-100-

图表33：汽车美容业发展趋势-101-

图表34：我国汽车美容发展阶段分析-103-

图表35：汽车美容店管理构架图-107-

图表36：汽车美容服务项目组织结构图-108-

表格目录索引

表格1：常见汽车美容服务项目-17-

表格2：汽车美容店投资模式对比分析-39-

表格3：各种服务价格表-40-

表格4：我国汽车美容行业投资规模预测-44-

表格5：2007年到2010年汽车美容价格总体趋势-52-

表格6：综合类培训班收费标准-59-

表格7：单科培训收费标准-60-

表格8：2005年—2007年北京汽车保有量统计-68-

B002

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69946.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。