

2020-2026年中国汽车美容 养护市场运营状况及投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国汽车美容养护市场运营状况及投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201909/143009.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

所谓汽车美容，就是使用专业的优质养护产品，对汽车各部位进行有针对性的翻新、保养和美容。专业的汽车美容，每一道工序都必须按照严格的标准和规范的技术要求进行，操作时要求采用专业工具、专业产品和专业手段，严格按照工序进行，因此具有很强的系统性、规范性和专业性。

随着我国居民收入水平的增长，有车族将更加注重汽车文化的享受。目前我国城镇居民已经开始从汽车代步时代向享受汽车文化的时代迈，大部分地区的城镇居民正在进入汽车消费时代，汽车已不再是人们身份和地位的象征，成为汽车消费者对个性化、多元化文化取向的集中体现。汽车大规模地进入家庭为汽车美容养护行业开辟更广阔的市场。

随着消费者的要求越来越高，国内汽车美容技术进入到了不断升级的阶段。比如，镀膜内容包括有玻璃纤维镀膜、机硅镀膜、电泳镀膜、物理镀膜等，由于消费者的信息来源丰富，消费逐渐理性和成熟，目前镀膜已成为汽车美容业和消费者都很关注的话题。另外由于汽车美容业的巨大市场吸引了大量商家投资和进入，也推动了整个市场的前进。汽车美容项目逐渐出现多样化、高端化的趋势，甚至有的企业推出了“星级美容”的概念。国内汽车美容行业已经走过了起步阶段，项目更新和技术升级已成为重要的课题。

中国汽车美容行业在未来一段时间内仍将保持稳定的、较高的增长速率。目前，中国汽车美容市场正处于成长期，未来，行业竞争将日益激烈。

报告目录：

第一章 汽车美容养护行业相关概述

1.1 汽车美容养护基本介绍

1.1.1 概念界定

1.1.2 必要性与重要性

1.1.3 与传统洗车养护的区别

1.2 汽车美容养护的分类

1.2.1 一般美容

1.2.2 汽车修复美容

1.2.3 专业汽车美容

1.2.4 自助汽车美容

1.3 汽车美容养护服务内容介绍

1.3.1 主要服务项目

1.3.2 施工工艺流程

第二章 2016-2018年中国汽车美容养护行业PEST环境分析

2.1 政策（Political）环境

2.1.1 相关法规解读

2.1.2 相关政策分析

2.1.3 相关标准规范

2.1.4 相关政策前瞻

2.2 经济（Economic）环境

2.2.1 国际经济发展形势

2.2.2 中国经济运行现状

2.2.3 中国经济支撑因素

2.2.4 中国经济发展预测

2.3 社会（Social）环境

2.3.1 人口及城镇化水平

2.3.2 居民收入及消费水平

2.3.3 汽车消费行为

2.3.4 汽车生活时代开启

2.3.5 汽车文化逐渐形成

2.4 技术（Technological）环境

2.4.1 打蜡技术

2.4.2 封釉技术

2.4.3 镀膜技术

第三章 2016-2018年中国汽车美容养护行业背景分析

3.1 2016-2018年中国汽车产业的运行现状

3.1.1 产销现状

3.1.2 外贸状况

3.1.3 发展预测

3.2 2016-2018年中国汽车后市场现状分析

3.2.1 发展意义重大

- 3.2.2 行业发展形势
- 3.2.3 市场快速增长
- 3.2.4 服务质量水平
- 3.2.5 国外品牌涌入
- 3.2.6 产业亟待升级
- 3.3 中国汽车后市场发展热点分析
 - 3.3.1 市场格局新态势
 - 3.3.2 产业链加速整合
 - 3.3.3 产业园建设状况
 - 3.3.4 大数据时代来临
 - 3.3.5 西北市场正崛起
- 3.4 汽车后市场价格体系解析
 - 3.4.1 价格变动方式
 - 3.4.2 价格变动幅度
 - 3.4.3 消费者的反应
 - 3.4.4 竞争对手的反应
 - 3.4.5 变价竞争的对策
- 3.5 中国汽车后市场存在的问题及策略
 - 3.5.1 经营水平方面
 - 3.5.2 销售体系方面
 - 3.5.3 行业监管方面
 - 3.5.4 服务质量方面
 - 3.5.5 技术人才方面
 - 3.5.6 行业发展对策
- 3.6 中国汽车后市场发展展望
 - 3.6.1 面临战略机遇
 - 3.6.2 市场前景乐观
 - 3.6.3 远景规模展望
 - 3.6.4 未来发展趋势

第四章 2016-2018年中国汽车美容养护行业综合分析

4.1 2016-2018年中国汽车美容养护行业发展综述

- 4.1.1 行业发展总析
- 4.1.2 行业发展阶段
- 4.1.3 行业发展特点
- 4.1.4 行业蓬勃发展
- 4.2 2016-2018年中国汽车美容养护行业面临的形势
 - 4.2.1 行业整合在即
 - 4.2.2 市场逐渐转型
 - 4.2.3 外资品牌攫利
 - 4.2.4 民族品牌觉醒
 - 4.2.5 企业探索道路
- 4.3 2016-2018年中国汽车美容养护行业现状分析
 - 4.3.1 市场规模现状
 - 4.3.2 市场竞争现状
 - 4.3.3 地域分布状况
 - 4.3.4 市场需求特征
 - 4.3.5 市场增长因素
- 4.4 2016-2018年中国汽车美容养护行业区域市场剖析
 - 4.4.1 北京市
 - 4.4.2 长沙市
 - 4.4.3 枣庄市
 - 4.4.4 齐齐哈尔市
- 4.5 中国汽车美容养护行业SWOT分析
 - 4.5.1 优势（Strengths）
 - 4.5.2 劣势（Weakness）
 - 4.5.3 机会（Opportunities）
 - 4.5.4 威胁（Treats）
- 4.6 中国汽车美容养护行业发展存在的问题
 - 4.6.1 行业监管方面
 - 4.6.2 经营水平方面
 - 4.6.3 服务质量方面
 - 4.6.4 行业创新方面
 - 4.6.5 技术层次方面

4.6.6 从业人员方面

4.7 中国汽车美容养护行业发展策略

4.7.1 行业监管加强策略

4.7.2 经营水平提升策略

4.7.3 服务质量提高策略

4.7.4 市场创新发展思路

4.7.5 技术人才培养策略

4.7.6 施工环境保护措施

第五章 2016-2018年中国汽车美容养护行业竞争与营销分析

5.1 中国汽车美容养护行业竞争格局剖析

5.1.1 现有厂商

5.1.2 潜在加入者

5.1.3 替代品厂商

5.1.4 品牌竞争者

5.1.5 需求竞争者

5.1.6 消费竞争者

5.2 转型期中国汽车美容养护市场精细化营销分析

5.2.1 营销现状

5.2.2 6S精细管理内涵

5.2.3 基于6S的营销策略

5.3 中国汽车美容养护行业O2O模式应用剖析

5.3.1 O2O模式与行业的融合

5.3.2 市场应用O2O模式的优势

5.3.3 市场O2O运营推广方案

5.3.4 行业O2O运营方案的特点

第六章 中国汽车美容养护行业商业模式分析

6.1 全球美容养护业商业模式分析借鉴

6.1.1 单项专业服务店模式

6.1.2 大卖场模式

6.1.3 加盟合作模式

- 6.1.4 零售连锁模式
- 6.1.5 专业单项服务模式
- 6.1.6 品牌加盟模式
- 6.2 中国汽车美容养护业商业模式分析
 - 6.2.1 转让服务网络模式
 - 6.2.2 投资升值模式
 - 6.2.3 附加服务模式
 - 6.2.4 品牌汽车专业服务模式
- 6.3 中国汽车美容养护整车企业服务模式分析
 - 6.3.1 汽车4S销售服务模式
 - 6.3.2 独创服务品牌模式

第七章 中国汽车美容养护企业经营类型对比分析

- 7.1 4S店
 - 7.1.1 基本介绍
 - 7.1.2 经营项目
 - 7.1.3 设备配置
 - 7.1.4 人员设置
 - 7.1.5 营利状况
 - 7.1.6 经营策略
- 7.2 大型汽车美容企业
 - 7.2.1 基本介绍
 - 7.2.2 经营项目
 - 7.2.3 设备配置
 - 7.2.4 人员设置
 - 7.2.5 营利状况
- 7.3 中型汽车美容企业
 - 7.3.1 基本介绍
 - 7.3.2 经营项目
 - 7.3.3 设备配置
 - 7.3.4 人员设置
 - 7.3.5 营利状况

7.4 小型汽车美容企业

7.4.1 基本介绍

7.4.2 经营项目

7.4.3 设备配置

7.4.4 人员设置

7.4.5 营利状况

第八章 2016-2018年中国汽车美容养护用品市场发展分析

8.1 中国汽车美容养护用品市场综合状况

8.1.1 行业概述

8.1.2 市场发展总况

8.1.3 市场发展规模

8.1.4 市场特征分析

8.1.5 发展的主要问题

8.2 中国汽车装饰用品市场现状

8.2.1 市场主要产品

8.2.2 市场规模分析

8.2.3 市场特征分析

8.2.4 消费者偏好分析

8.2.5 行业存在的问题

8.3 中国汽车养护用品市场分析

8.3.1 车用润滑油市场

8.3.2 汽油添加剂产品

8.3.3 汽车镀膜市场

8.3.4 汽车防冻液市场

第九章 2016-2018年中外汽车美容养护行业重点企业运行分析及经验借鉴

9.1 特福莱

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 企业产品项目

9.1.3 企业盈利模式

9.1.4 在华发展现状

9.1.5 企业发展动态

9.2 驰耐普

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 企业发展历程

9.2.3 财务管理制度

9.2.4 企业加盟优势

9.2.5 企业发展方向

9.3 新焦点

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 2015年企业经营状况

9.3.3 2016年企业经营状况

9.3.4 2018年企业经营状况

9.4 其他企业

9.4.1 黄帽子

9.4.2 爱义行

9.4.3 美国AC德科公司

9.4.4 澳德巴克斯

第十章 2016-2018年中国汽车美容养护相关市场发展解析

10.1 二手车市场

10.1.1 市场交易现状

10.1.2 市场结构分析

10.1.3 市场特征分析

10.1.4 电商交易模式

10.1.5 行业面临挑战

10.1.6 行业发展建议

10.2 汽车维修市场

10.2.1 市场规模现状

10.2.2 经营模式分析

10.2.3 行业面临变局

10.2.4 企业服务质量

10.2.5 行业问题分析

10.2.6 行业发展对策

10.3 汽车改装市场

10.3.1 产业水平现状

10.3.2 市场规模现状

10.3.3 市场结构分析

10.3.4 行业产量现状

10.3.5 行业发展问题

10.3.6 行业发展对策

10.3.7 市场变化趋势

10.4 汽车保险市场

10.4.1 市场运行现状

10.4.2 市场对外开放

10.4.3 市场销售渠道

10.4.4 业务经营状况

10.4.5 行业发展问题

10.4.6 主要发展对策

第十一章 中国汽车美容养护行业投资潜力分析

11.1 中国汽车美容养护行业投资机会分析

11.1.1 市场利润空间分析

11.1.2 市场吸引力分析

11.1.3 市场需求增长动力分析

11.2 中国汽车美容养护行业投资风险分析

11.2.1 市场竞争风险

11.2.2 项目定位风险

11.2.3 服务特色风险

11.2.4 人才流失风险

11.3 中国汽车美容养护行业投资风险规避措施

11.3.1 竞争力提升战略

11.3.2 项目定位措施

11.3.3 特色服务打造策略

11.3.4 人才流失解决对策

11.4 中国汽车美容养护企业发展战略规划制定原则

11.4.1 科学性

11.4.2 实践性

11.4.3 前瞻性

11.4.4 创新性

11.4.5 全面性

11.4.6 动态性

第十二章 中国汽车美容养护行业前景趋势预测分析

12.1 中国汽车美容养护行业前景展望

12.1.1 行业极具发展潜力

12.1.2 市场发展前景广阔

12.1.3 高端领域前景看好

12.2 2020-2026年中国汽车美容养护业预测分析

12.2.1 汽车美容行业产值预测

12.2.2 汽车美容店数量预测

12.2.3 汽车美容行业收益预测

图表目录

图 2016-2018年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表7 2016-2018年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表8 2016-2018年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表9 2016-2018年房地产开发投资名义增速（累计同比）

图表10 2016-2018年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表11 2016-2018年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表12 2016-2018年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表13 2016-2018年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表14 2016-2018年全国居民消费价格涨跌幅

图表15 2018年全国居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表16 2018年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表17 2018年全国居民消费价格主要数据

图表18 2001-2018年中国居民家庭恩格尔系数

图表19 2016-2018年月度汽车销量及同比变化情况

图表20 2016-2018年月度乘用车销量变化情况

图表21 2016-2018年月度商用车销量变化情况

图表22 2016-2018年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表23 2016-2018年国内乘用车系别市场份额比较

图表24 2018年国内汽车销售市场占有率

图表25 2018年度中国汽车售后服务客户满意度（分品牌）

图表26 2018年度中国汽车售后服务客户满意度（分车型）

图表27 2018年度品牌4S店售后服务客户保持率和推荐率调查

图表28 中国汽车售后服务客户满意度与忠诚度关系分析

图表29 政策导向逐渐向保护汽车消费者权益侧重

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/143009.html>