

2022-2028年中国机动车检测产业发展现状与市场供需预测报告

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

《2022-2028年中国机动车检测产业发展现状与市场供需预测报告》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/202203/274617.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

检测站数量远低于国外，新增需求大。截至2011年底，我国汽车保有量为1.06亿辆，全国安检，环检和综检站一共约有6224家，每万辆车拥有检测机构数量为0.59个，同期，日本为3.51个/万辆，美国为2.50个/万辆。2018年年末，汽车保有量为2.4亿辆，检测机构约10000家，汽车保有量的快速上升使每万辆车拥有检测站数量降为0.42个，与发达国家相比有明显差距，机动车检测站数量不足会造成年检高峰期的一系列检测质量、环境污染、设备超负荷受损等问题。我国检测站缺口较大，检测行业的检测能力有待提高。各国每万辆车拥有的检测机构数量数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国机动车检测产业发展现状与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了机动车检测行业市场发展环境、机动车检测整体运行态势等，接着分析了机动车检测行业市场运行的现状，然后介绍了机动车检测市场竞争格局。随后，报告对机动车检测做了重点企业经营状况分析，最后分析了机动车检测行业发展趋势与投资预测。您若想对机动车检测产业有个系统的了解或者想投资机动车检测行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章机动车检测行业发展综述

1.1机动车检测行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2机动车检测行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2机动车检测行业在国民经济中的地位

1.2.3机动车检测行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 机动车检测行业生命周期

1.3最近3-5年中国机动车检测行业经济指标分析

1.3.1赢利性

1.3.2成长速度

1.3.3附加值的提升空间

1.3.4进入壁垒 / 退出机制

1.3.5风险性

1.3.6行业周期

1.3.7竞争激烈程度指标

1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章机动车检测行业运行环境分析

2.1机动车检测行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2机动车检测行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济形势分析

2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析

2.3机动车检测行业社会环境分析

2.3.1机动车检测产业社会环境

2.3.2社会环境对行业的影响

2.3.3机动车检测产业发展对社会发展的影响

2.4机动车检测行业技术环境分析

2.4.1机动车检测技术分析

2.4.2机动车检测技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国机动车检测所属行业运行分析

3.1我国机动车检测行业发展状况分析

3.1.1我国机动车检测行业发展阶段

3.1.2我国机动车检测行业发展总体概况

3.1.3我国机动车检测行业发展特点分析

3.22015-2019年机动车检测行业发展现状

国内机动车检测站因历史原因行业分散，民营化有利于改善格局。机动车检测机构发展可分为三个阶段：阶段一：行政委托。早期汽车检验机构主要由行业管理部门采用行政委托的方式加以管理。阶段二：资格管理，但政府部门及相关人员仍在直接或间接参与。2003年《中华人民共和国道路交通安全法》的颁布标志着检验机构社会化经营的开始，检验机构的管理转为实施资格管理和计量认证管理。阶段三：政策放开民营化，拉开改革序幕。2014年5月公安部与质检总局联合发布了《关于加强和改进机动车检验工作的意见》规定政府部门不得举办检验机构。国内每万辆车对应的检测站数量远低于国外。2011年我国共有6224余家检测站，其中约有3,024家安检机构、1,200余家环检机构和2,000余家综检机构。2019年我国约有1.3万家检测站，当年汽车保有量2.6亿，每万辆车对应的检测站数量0.50个。虽然检测站数量增长不显著，但原先只做一种检测类型的机构逐渐扩展为多种检测并行的检测站，而且国内每万辆车对应的检测站量远低于国外，工作负荷较高。2011年与2019年检测站数量对比数据来源：公开资料整理

3.2.12015-2019年我国机动车检测行业市场规模

3.2.22015-2019年我国机动车检测行业发展分析

3.2.32015-2019年中国机动车检测企业发展分析

3.3区域市场分析

3.3.1区域市场分布总体情况

3.3.22015-2019年重点省市市场分析

3.4机动车检测细分产品/服务市场分析

3.4.1细分产品/服务特色

3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

3.5机动车检测产品/服务价格分析

3.5.12015-2019年机动车检测价格走势

3.5.2影响机动车检测价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.32021-2027年机动车检测产品/服务价格变化趋势

3.5.4主要机动车检测企业价位及价格策略

第四章我国机动车检测所属行业整体运行指标分析

4.12015-2019年中国机动车检测所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析

4.1.3所属行业资产规模分析

4.1.4行业市场规模分析

4.22015-2019年中国机动车检测所属行业产销情况分析

4.2.1我国机动车检测所属行业工业总产值

4.2.2我国机动车检测所属行业工业销售产值

4.2.3我国机动车检测所属行业产销率

4.32015-2019年中国机动车检测所属行业财务指标总体分析

4.3.1所属行业盈利能力分析

4.3.2所属行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章我国机动车检测行业供需形势分析

5.1机动车检测行业供给分析

5.1.12015-2019年机动车检测行业供给分析

5.1.22021-2027年机动车检测行业供给变化趋势

5.1.3机动车检测行业区域供给分析

5.22015-2019年我国机动车检测行业需求情况

5.2.1机动车检测行业需求市场

5.2.2机动车检测行业客户结构

5.2.3机动车检测行业需求的地区差异

5.3机动车检测市场应用及需求预测

5.3.1机动车检测应用市场总体需求分析

(1) 机动车检测应用市场需求特征

(2) 机动车检测应用市场需求总规模

5.3.22021-2027年机动车检测行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年机动车检测行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年机动车检测行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业机动车检测产品/服务需求分析预测

第六章机动车检测行业产业结构分析

6.1机动车检测产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国机动车检测行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章我国机动车检测行业产业链分析

7.1机动车检测行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2机动车检测上游行业分析

7.2.1机动车检测产品成本构成

7.2.22015-2019年上游行业发展现状

7.2.32021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4上游供给对机动车检测行业的影响

7.3机动车检测下游行业分析

7.3.1机动车检测下游行业分布

7.3.22015-2019年下游行业发展现状

7.3.2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对机动车检测行业的影响

第八章我国机动车检测行业渠道分析及策略

8.1机动车检测行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对机动车检测行业的影响

8.1.3主要机动车检测企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2机动车检测行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3机动车检测行业营销策略分析

8.3.1中国机动车检测营销概况

8.3.2机动车检测营销策略探讨

8.3.3机动车检测营销发展趋势

第九章我国机动车检测行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1机动车检测行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2机动车检测行业企业间竞争格局分析

9.1.3机动车检测行业集中度分析

9.1.4机动车检测行业SWOT分析

9.2中国机动车检测行业竞争格局综述

9.2.1机动车检测行业竞争概况

- (1) 中国机动车检测行业竞争格局
- (2) 机动车检测行业未来竞争格局和特点
- (3) 机动车检测市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国机动车检测行业竞争力分析

- (1) 我国机动车检测行业竞争力剖析
- (2) 我国机动车检测企业市场竞争的优势
- (3) 国内机动车检测企业竞争能力提升途径

9.2.3 机动车检测市场竞争策略分析

第十章 机动车检测行业领先企业经营形势分析

10.1 国检集团

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 华测检测

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 南华仪器

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 安车检测

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

第十一章2021-2027年机动车检测行业投资前景

11.12021-2027年机动车检测市场发展前景

11.1.12021-2027年机动车检测市场发展潜力

11.1.22021-2027年机动车检测市场发展前景展望

11.1.32021-2027年机动车检测细分行业发展前景分析

11.22021-2027年机动车检测市场发展趋势预测

11.2.12021-2027年机动车检测行业发展趋势

11.2.22021-2027年机动车检测市场规模预测

11.2.32021-2027年机动车检测行业应用趋势预测

11.2.42021-2027年细分市场发展趋势预测

11.32021-2027年中国机动车检测行业供需预测

11.3.12021-2027年中国机动车检测行业供给预测

11.3.22021-2027年中国机动车检测行业需求预测

11.3.32021-2027年中国机动车检测供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3企业区域市场拓展的趋势

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2021-2027年机动车检测行业投资机会与风险

12.1机动车检测行业投融资情况

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.22021-2027年机动车检测行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

12.2.2细分市场投资机会

12.2.3重点区域投资机会

12.32021-2027年机动车检测行业投资风险及防范

12.3.1政策风险及防范

12.3.2技术风险及防范

12.3.3供求风险及防范

12.3.4宏观经济波动风险及防范

12.3.5关联产业风险及防范

12.3.6产品结构风险及防范

12.3.7其他风险及防范

第十三章机动车检测行业投资战略研究

13.1机动车检测行业发展战略研究

13.1.1战略综合规划

13.1.2技术开发战略

13.1.3业务组合战略

13.1.4区域战略规划

13.1.5产业战略规划

13.1.6营销品牌战略

13.1.7竞争战略规划

13.2对我国机动车检测品牌的战略思考

13.2.1机动车检测品牌的重要性

13.2.2机动车检测实施品牌战略的意义

13.2.3机动车检测企业品牌的现状分析

13.2.4我国机动车检测企业的品牌战略

13.2.5机动车检测品牌战略管理的策略

13.3机动车检测经营策略分析

13.3.1机动车检测市场细分策略

13.3.2机动车检测市场创新策略

13.3.3品牌定位与品类规划

13.3.4机动车检测新产品差异化战略

13.4机动车检测行业投资战略研究

13.4.12019年机动车检测行业投资战略

13.4.22021-2027年机动车检测行业投资战略

13.4.32021-2027年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议（）

14.1机动车检测行业研究结论

14.2机动车检测行业投资价值评估

14.3机动车检测行业投资建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274617.html>