

2022-2028年中国汽车后市场 连锁市场深度评估与投资战略报告

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年中国汽车后市场连锁市场深度评估与投资战略报告》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/202209/318107.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国汽车后市场连锁市场深度评估与投资战略报告》共十四章。首先介绍了汽车后市场连锁相关概念及发展环境，接着分析了中国汽车后市场连锁规模及消费需求，然后对中国汽车后市场连锁市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车后市场连锁面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车后市场连锁有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 汽车后市场连锁行业相关概述

第一节 汽车后市场连锁概念

一、汽车后市场连锁的定义

二、汽车后市场连锁的分类

三、汽车后市场连锁所处阶段

四、汽车后市场连锁发展历程

第二节 汽车后市场连锁产业链分析

一、产业链模型介绍

二、汽车后市场连锁产业链模型分析

第三节 汽车后市场连锁的几大误区

第四节 汽车车身的外表装饰

第五节 汽车美容装饰护理工具

第二章 2016-2020年世界汽车后市场连锁行业运行态势分析

第一节 2016-2020年全球汽车后市场连锁市场运行概况

一、全球汽车后市场连锁业现状分析

二、全球汽车后市场连锁行业运行环境分析

三、全球汽车市场数据分析

四、全球汽车后市场连锁动态分析

第二节 2016-2020年全球汽车后市场连锁行业商业模式分析

一、单项专业服务店模式

二、大卖场模式

三、加盟合作模式

四、零售终端店面模式

第三节 2016-2020年世界汽车后市场连锁行业部分国家运行分析

一、美国

二、英国

三、日本

第四节 2022-2028年世界汽车后市场连锁行业运行新趋势分析

第五节 全球汽车后市场连锁部分企业运行分析

一、德国博世

二、日本黄帽子 (YellowHat)

三、日本澳德巴克斯 (AUTOBACS)

四、美国3M

五、美国胜牌

六、美国NAPA快修连锁

七、美国ADP (Automatic Data Processing)

八、美国AC德科快修

九、美国壳牌 (中国) 有限公司

十、德国伍尔特集团

十一、德国德尔福公司

十二、美国驰耐普

第三章 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业发展环境分析

第一节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国汽车工业占GDP比重

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、全社会固定资产投资分析

七、进出口总额及增长率分析

第二节 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业发展政策环境

一、汽车美容养护装饰服务标准

二、《汽车美容养护装饰服务管理规范》

三、汽车后市场连锁行业政策影响分析

四、汽车后市场连锁饰相关行业标准分析

第三节 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业发展社会环境分析

第四章 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业运行现状分析

第一节 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业现状分析

一、中国汽车后市场连锁行业现状分析

二、中国汽车后市场连锁行业技术特征

三、中国汽车后市场连锁行业发展的方向

第二节 2016-2020年中国汽车后市场连锁业运行分析

一、2020年掘金中国汽车后市场蕴含的巨大

二、汽车后市场是否会迎来“井喷”发展

三、汽车后市场本土企业应争取主动权

四、汽车用品是汽车后市场的“甜点”

五、我国汽车后市场生产企业转战内需市场

六、女性将成为未来汽车后市场增长的动力

七、中国汽修连锁将成为汽车后市场主要业态

八、汽车后市场连锁经营将是未来趋势

第三节 2016-2020年影响中国汽车后市场连锁发展的不利因素

一、起步较晚，发展很快

二、美容业管理混乱技术水平低

三、服务人员参差不齐

四、消费者的极端成本意识

五、汽车美容店的极端成本意识

六、品牌杂乱、良莠不齐、品牌力度不强

七、从业人员素质低，缺乏规范操作

八、产品同质化问题严重。

九、养护企业对原材料的依赖性太强

第四节 2016-2020年中国汽车后市场连锁市场环境分析

- 一、管理职能分割过细，多头管理，规章繁杂
- 二、管理职能重复，部分政策法规内容重叠矛盾
- 三、部分规章执行不到位，与现实有差距
- 四、消费者权益保护不足
- 五、社会性管理政策法规缺失
- 六、相关法律、法规不健全

第五节 2016-2020年中国汽车后市场连锁市场环境分析

- 一、汽车后市场连锁本土企业应争取主动权
- 二、汽车后市场企业如何与国外品牌竞争
- 三、乍暖还寒汽车后市场连锁仍需加紧“备衣”
- 四、国内的汽车后市场连锁正面临一个历史性的发展机遇

第五章 2016-2020年中国汽车后市场连锁细分领域分析

第一节 汽车美容

- 一、汽车美容概述
- 二、汽车美容类型
- 三、汽车美容现状分析
- 四、汽车美容历史发展
- 五、汽车美容技术发展分析
- 六、汽车美容价格市场的分析
- 七、汽车美容存在很多的陷阱
- 八、汽车美容未来前景

第二节 汽车装饰

- 一、汽车装饰行业发展现状分析
- 二、汽车装饰行业主要分类
- 三、汽车需常更新装饰品分析
- 四、爱车内部实用型装饰分析
- 五、新车装饰主要要点
- 六、汽车装饰美容行业区域市场分析
- 七、汽车装饰美容发展趋势分析

第三节 汽车养护

- 一、汽车养护的定义
- 二、汽车养护用品的现状分析
- 三、汽车养护蓬勃发展
- 四、汽车养护中国汽车养护发展规模分析
- 五、汽车养护行业的创新分析
- 六、汽车养护行业发展趋势分析

第四节 汽车电子

- 一、汽车电子的地位
- 二、汽车电子的分类
- 三、中国汽车电子产业发展迅速
- 四、中国汽车电子技术应用情况
- 五、中国汽车电子市场规模分析
- 六、中国汽车产业应坚持走精益生产之路
- 七、中国汽车行业发展的战略对策

第五节 汽车改装

- 一、汽车改装的介绍
- 二、汽车改装的误区
- 三、汽车改装的类型
- 四、汽车改装的文化
- 五、中国汽车改装行业现状分析
- 六、中国汽车改装市场需求分析
- 七、中国汽车改装市场发展趋势分析

第六节 汽车租赁

- 一、汽车租赁的介绍
- 二、中国汽车租赁发展现状分析
- 三、国际汽车租赁发展现状分析
- 四、中国汽车租赁发展的优势分析
- 五、汽车租赁服务的分类
- 六、汽车租赁行业发展的趋势分析

第七节 汽车专业维修

- 一、汽车专业维修介绍
- 二、中国汽车专业维修经典案例

三、汽车专业维修行业发展现状分析

四、汽车专业维修行业市场的特点

五、汽车专业维修行业竞争分析

六、汽车专业维修行业发展趋势分析

第八节 其他

一、汽车上使用办公用品

二、车主俱乐部

三、二手车业务

四、汽车融资

五、汽车广告

六、汽车资讯

七、汽车培训

八、汽车电子商务网站

九、汽车轮胎服务

第六章 2016-2020年中国汽车后市场连锁企业经营类型分析

第一节 汽车后市场连锁营销渠道分析

一、汽车后市场连锁营销渠道分析

二、汽车后市场连锁主要营销渠道

(一) 4S店

(二) 汽车美容养护店

(三) 汽车改装店

(四) 汽车维修店

(五) 汽车用品超市

(六) 汽车连锁经营店

三、汽车后市场连锁消费市场定位

第二节 汽车后市场连锁行业经营类型综述

一、4S店

二、大型汽车装潢美容企业

三、中型汽车装潢美容企业

四、小型汽车装潢美容企业

第七章 2016-2020年国内外汽车后市场连锁业商业模式分析

第一节 2016-2020年世界汽车后市场连锁行业商业模式分析

一、单项专业服务店模式

二、大卖场模式

三、加盟合作模式

四、零售终端店面模式

五、专业单项服务模式

六、品牌加盟模式

七、国内汽车后市场渠道模式

第二节 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业商业模式分析

一、转让服务网络模式

二、投资升值模式

三、附加服务模式

四、品牌汽车专业服务模式

第三节 2016-2020年中国汽车后市场连锁企业现有服务模式分析

一、汽车4S销售服务模式

二、独创服务品牌模式

第四节 汽车后市场连锁服务连锁经营案例探讨

一、美国汽车服务连锁经营介绍

二、发展汽车服务连锁经营的建议

第八章 2016-2020年中国汽车后市场连锁区域市场分析

第一节 东北地区

一、东北地区经济环境分析

二、哈尔滨汽车后市场连锁市场综述

三、沈阳汽车后市场连锁市场现状分析

四、大连汽车后市场连锁现状分析

第二节 华东地区

一、华东地区经济环境分析

二、上海汽车后市场连锁市场现状分析

三、上海汽车后市场连锁扩张力度加大，加盟多样化

四、杭州市汽车后市场连锁市场发展历程及现状

五、合肥汽车后市场连锁市场现状分析

第三节 华中地区

- 一、华中地经济环境分析
- 二、中原经济区汽车后市场连锁业市场受益
- 三、武汉汽车后市场连锁市场现状分析
- 四、郑州汽车后市场连锁市场新特点

第四节 华北地区

- 一、华北地区经济环境分析
- 二、北京汽车后市场连锁市场发展特点
- 三、北京汽车后市场连锁市场竞争激烈
- 四、天津汽车后市场连锁市场发展现状分析
- 五、兰州汽车后市场连锁市场发展现状分析

第五节 西南地区

- 一、西南地区经济环境分析
- 二、重庆市汽车后市场连锁市场发展状况分析
- 三、成都汽车后市场连锁市场经营特点

第六节 华南地区

- 一、华南地经济环境分析
- 二、广州汽车后市场连锁市场竞争特点
- 三、深圳汽车后市场连锁发展现状分析

第九章 2016-2020年中国汽车后市场连锁营销与消费情况分析

第一节 2016-2020年国内外汽车后市场连锁营销分析

- 一、外资汽车后市场连锁主要品牌运营方式分析
- 二、外资汽车后市场连锁在中国“精准营销”模式
- 三、外资汽车后市场连锁在国内市场营销谋变
- 四、汽车汽车后市场连锁网络营销迅速崛起
- 五、国内外汽车后市场连锁营销的差异
- 六、中国汽车服务连锁业营销的建议
- 七、未来我国汽车后市场连锁营销环境分析

第二节 2016-2020年中国汽车后市场连锁业的需求因素

- 一、汽车保有量与汽车美容需求

二、人均收入与汽车美容需求

第三节 2016-2020年中国汽车后市场连锁消费市场状况分析

一、汽车后市场连锁行业消费特点

二、汽车后市场连锁消费者分析

三、汽车后市场连锁消费结构分析

四、汽车后市场连锁消费的市场变化

五、汽车后市场连锁市场的消费方向

第十章 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业竞争格局分析

第一节 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业竞争态势分析

一、服务价位竞争

二、服务质量竞争

三、服务技术竞争

第二节 2016-2020年中国汽车后市场连锁行业竞争策略分析

一、中国汽车后市场连锁行业竞争发展情况

二、汽车后市场连锁在我国能源结构调整中的竞争战略分析

第三节 2016-2020年中国汽车后市场连锁产业的集中度分析

一、汽车后市场连锁产业的规模经济与集中度分析

二、汽车后市场连锁产业竞争主体绩效分析

第四节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业竞争趋势分析

第十一章 中国汽车后市场连锁部分企业现状分析

第一节 杭州小拇指汽车维修科技股份有限公司

第二节 河南贰仟家汽车服务股份有限公司

第三节 新焦点汽车控股技术有限公司

第四节 新奇特车业服务股份有限公司

第五节 中车汽修（集团）总公司

第六节 北京驰耐普汽车技术开发有限公司

第七节 江苏云瀚股份有限公司

第八节 芜湖亚夏汽车股份有限公司

第九节 江苏正大富通汽配连锁有限公司

第十节 深圳市元征科技股份有限公司

第十二章 2016-2020年中国汽车工业的发展分析

第一节 中国汽车工业发展总体概况

一、中国汽车产业的发展阶段及特点

二、中国已成国际最大的汽车市场

三、我国汽车产业国际化进程概述

四、中国汽车重点企业的五大发展模式

第二节 2016-2020年中国汽车行业发展分析

一、中国汽车行业发展综述

二、国内汽车工业重点企业（集团）经济运行浅析

三、中国汽车工业经济运行状况

四、中国汽车消费市场分析

五、2020年中国汽车行业发展分析

第三节 2016-2020年中国汽车产量分析

一、2019年全国及主要省份汽车产量分析

二、2020年全国及主要省份汽车产量趋势分析

第四节 2020年中国汽车市场价格变化分析

一、2020年中国汽车市场价格变化浅析

二、2019年我国汽车市场价格变化态势分析

三、2020年我国汽车市场价格运行走势分析

第五节 2016-2020年中国汽车行业存在的问题

一、中国汽车市场存在的主要问题

二、中国汽车产业亟待解决的问题

三、中国汽车行业品牌国际化发展不足

四、中国汽车行业管理亟需改进

五、国内汽车企业联合重组面临的困境

六、中国汽车产业可持续发展面临的问题

第六节 2020年中国汽车行业的发展策略

一、中国汽车产能过剩问题的对策

二、中国汽车行业品牌国际化的对策

三、国内汽车产业应对成本上升的发展战略

四、促进汽车消费市场发展的措施建议

五、中国汽车行业可持续发展的措施

六、汽车产业未来发展应遵循的方向

第十三章 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业趋势与预测分析

第一节 中国汽车后市场连锁行业发展趋势

一、未来汽车工业发展六大趋势

二、未来汽车后市场连锁发展趋势分析

三、汽车后市场连锁行业经营模式发展趋势

第二节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第三节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业发展预测分析

一、未来汽车后市场连锁发展分析

二、未来汽车后市场连锁行业技术开发方向

三、总体行业“十四五”整体规划及预测

第十四章 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业投资策略分析（）

第一节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业投资机会分析

一、汽车后市场连锁行业高利润探秘

二、汽车后市场连锁行业吸引力分析

三、汽车后市场连锁行业增长动力分析

第二节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业风险因素分析

一、汽车后市场连锁行业的竞争风险

二、汽车后市场连锁的项目定位存在风险

三、汽车后市场连锁行业服务特色风险

四、汽车后市场连锁行业人才流失风险

第三节 2022-2028年中国汽车后市场连锁企业竞争策略分析

一、汽车后市场连锁行业中小企业竞争策略

二、加盟汽车后市场连锁创新是关键

第四节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业投资策略分析

一、汽车后市场连锁行业投资分析

二、汽车后市场连锁连锁经营分析

三、汽车后市场连锁企业选址策略

第五节 2022-2028年中国汽车后市场连锁行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第六节 投资建议（ ）

部分图表目录：

图表：2016-2020年中国民用汽车保有量变化（单位：万辆）

图表：2016-2020年中国民用汽车千人拥有量（单位：辆）

图表：2016-2020年国内生产总值

图表：2016-2020年居民消费价格涨跌幅度

图表：2020年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2016-2020年国家外汇储备

图表：2016-2020年财政收入

图表：2016-2020年全社会固定资产投资

图表：2020年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2020年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2020年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：中国汽车4S店主要分布情况

图表：汽车销售商利润构成图（单位：%）

图表：美国特许经销商销售收入结构图（单位：%）

图表：汽车4S店与二手车市场的竞争

图表：汽车4S店之间的竞争状况

图表：中国汽车4S店销售市场SWOT战略模型分析

图表：德国汽车金融服务模式大致流程图

图表：日本汽车分期付款业务流程

图表：中国汽车贷款业务经历的四个阶段

图表：中国汽车贷款业务的井喷阶段（单位：亿元，%）

图表：中国汽车贷款业务的振兴阶段

图表：各国汽车贷款渗透率（单位：%）图表 高级汽车美容装饰环境

图表：全国汽车后市场连锁产品产量及增长情况

图表：全国汽车后市场连锁产量增长对比

图表：中国汽车后市场连锁产量预测

图表：中国汽车后市场连锁产量变化趋势图

图表：中国汽车后市场连锁消费量分析

图表：中国汽车后市场连锁消费量及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁消费增长曲线分析

图表：中国汽车后市场连锁消费量模型预测

图表：中国汽车后市场连锁消费量预测

图表：中国汽车后市场连锁消费量变化趋势图

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量分析

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量分析

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁场供需缺口分析

图表：中国汽车后市场连锁市场供需缺口及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量模型预测

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量预测

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量变化趋势图

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量模型预测

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量预测

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量变化趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202209/318107.html>