

2022-2028年中国汽车后行业分析与投资战略研究报告

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

《2022-2028年中国汽车后行业分析与投资战略研究报告》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/202203/274956.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

美国汽车后市场总体比较成熟，各种业态比较多，主要包括几部分：1）配件销售与专业维修服务（包括诊断、检测等），2019年占比38%；2）维修服务工时收入，即人工服务费，占比31%。由于美国劳动力成本高，因此服务工时收入占比高，仅次于配件销售与专业服务；3）DIY产品销售，占比20%。

DIY（Doityourself）即消费者自己动手维修安装等，主要用于一些易损件或者简单的配件维修更换，比如雨刮器、刹车片、滤清器、车灯电器等；4）轮胎销售与服务，占比11%。由于美国地大物博，很多人居住在郊区，因此通勤距离长，对轮胎的磨损较多，更新需求较大。2019年美国汽车后市场业态分布

美国有比较完善的汽配维修政策和质量体系，防止整车厂垄断，保障非原厂零件质量。

《马格努森-莫斯保修法》和《汽车可维修法案》规定汽车制造商和经销商不得以保修为条件要求车主必须使用原厂零配件或某种特定零部件品牌，并且应及时向车主、汽车维修者等提供诊断、维修车辆所必需的技术信息。美国的合格汽车零件协会（CAPA）保证非原厂在规格上达到原厂件水平。美国二手车市场、后市场相关法律法规 相关政策 具体规定 二手车市场相关法律法规 《二手车法规》 在一个年度内出售5辆二手车以上的经销商必须申领二手车销售执照，执照的发放由各州自行管理 《买车指南》 由《二手车法规》提供统一的格式，包括车辆的基本信息、质量状况、维修历史、经销商的质量保障承诺等，二手车经销商交易之前填写完整，张贴在车内明显位置 《汽车保证使用法》（“柠檬法则”） 主要对二手车售后的质量保障问题作出规定，影响使用的售后故障经三次修理无效的可退车，涉及安全事项的一次修理无效即可退车，不予提退车的可进入消费者诉讼程序 《二手车价格指导手册》 为二手车经营者的定价提供参考 汽车后市场相关政策 《马格努森-莫斯保修法》 汽车制造商和经销商不得以保修为条件要求车主必须使用原厂零配件或某种特定零部件品牌。汽车制造商和经销商不能仅仅因为车主安装了非原厂的零部件而拒绝保修，除非能够证明汽车修理问题是由于车主安装的非原厂件导致的。 《汽车可维修法案》 汽车生产企业应及时向车主、汽车维修者等提供诊断、维修车辆所必需的技术信息。如果汽车生产企业以保护商业秘密或以某项技术信息对汽车维修无直接影响为由拒绝公开，就必须向联邦贸易委员会举证并接受裁决。 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国汽车后行业分析与投资战略研究报告》共十七章。首先介绍了汽车后行业市场发展环境、汽车后整体运行态势等，接着分析了汽车后行业市场运行的现状，然后介绍了汽车后市场竞争格局。随后，报告对汽车后做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车后行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车后产业有个系统的了解或

者想投资汽车后行业，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：

第一部分行业运行现状

第一章汽车后市场发展概述

第一节汽车后市场定义

一、汽车后市场的界定

二、汽车市场与汽车后市场的区分

第二节汽车后市场分类

一、按照整车销售的前后顺序进行分类

二、按照汽车后市场的业务模块进行分类

三、按照汽车后市场的构成进行分类

四、按照服务项目进行的分类

第三节汽车后市场发展的理论基础

一、供应链理论

1、供应链理论概述

2、供应链理论在汽车后市场发展中的应用

二、战略联盟理论

1、战略联盟理论概述

2、战略联盟理论在汽车后市场发展中的应用

三、连锁经营理论

1、连锁经营概述

2、连锁经营理在汽车后市场发展中的应用

第二章汽车后市场发展环境及影响分析

第一节汽车后市场政策环境分析

一、行业政策环境分析

二、政策环境对行业的影响

第二节汽车后市场经济环境分析

一、宏观经济运行分析

二、宏观经济环境对行业的影响

第三节汽车后市场社会环境分析

一、行业社会环境分析

二、社会环境对行业的影响

第四节汽车后市场产业环境分析

一、汽车产销量分析

二、汽车细分产品产销量分析

三、汽车进出口市场分析

四、汽车工业发展形势

五、产业环境对行业的影响

第五节汽车后市场与新技术

一、汽车后市场与互联网

1、汽车后市场与电子商务融合

2、汽车后市场技术支持与互联网解决方案

二、二手车销售与互联网

1、汽车类网站的现有盈利模式分析

2、社会化媒体客户关系管理在汽车后市场的应用

三、汽车自动驾驶技术

1、汽车自动驾驶技术发展概况

2、汽车自动驾驶技术的应用

3、汽车自动驾驶技术未来安全创新分析

第二部分行业深度分析

第三章汽车后市场关联产业分析

第一节汽车销售行业发展分析

一、汽车销售市场运行及营销策略分析

1、汽车销售市场现状分析

2、汽车市场营销策略分析

3、汽车4S店营销策略分析

4、汽车市场网络营销模式分析

5、汽车营销模式发展趋势分析

二、汽车销售行业细分市场分析

1、乘用车销售细分市场分析

2、商用车销售细分市场分析

3、新能源汽车销售市场分析

4、二手车销售市场分析

三、汽车销售市场发展前景分析

1、汽车销售市场发展趋势分析

2、汽车消费市场发展前景分析

3、汽车销售市场规模预测分析

第二节废旧车回收拆解市场分析

一、汽车回收行业发展现状

1、报废汽车回收拆解界定

2、废旧车回收规模分析

3、汽车回收量增长分析

4、报废汽车回收拆解企业销售额

5、报废汽车回收拆解企业资产总额

6、报废汽车回收市场集中度分析

7、报废汽车回收拆解企业回收规模

8、废旧车回收拆解行业发展特点

9、废旧车回收拆解市场升级效果

二、报废汽车回收行业回收模式分析

1、第三方负责回收模式

2、生产商负责回收模式

3、生产商联合体负责回收模式

4、报废汽车回收模式对比分析

三、报废汽车回收拆解市场分析

1、报废汽车回收拆解再生资源分析

2、报废汽车回收处理过程分析

四、报废汽车回收行业市场前景预测

1、报废汽车数量预测

2、报废汽车回收市场预测

第四章我国汽车后市场运行现状分析

第一节我国汽车后市场发展状况分析

- 一、我国汽车后市场发展阶段
- 二、我国汽车后市场发展总体概况
- 三、我国汽车后市场发展特点分析
- 四、我国汽车后市场人才需求分析

第二节汽车后市场发展现状

- 一、我国汽车后市场规模分析
- 二、我国汽车后市场发展分析
- 三、我国汽车后市场企业发展分析

美国是汽车保有量最大的市场，也是年销量仅次于中国的第二大新车销售市场。市场发展历史悠久，全产业链均处于非常发达的水平。但在过去的20年中，由于新车需求没有增长，叠加市场竞争加剧和法规日趋严格，美国传统的整车制造商日渐式微，但汽车后市场蓬勃发展，一批汽车销售、服务企业股价涨幅巨大，大型的售后零配件零售与维修服务连锁企业在过去20年中股价涨幅高达30倍以上。2000-2019年汽车后市场企业大幅跑赢整车制造商数据来源：公开资料整理

第三节我国汽车后市场情况分析

- 一、我国汽车后市场总体概况
- 二、我国汽车后市场产品发展分析

第四节我国汽车后市场营销分析

- 一、汽车后市场营销现状
 - 1、理性消费观念逐步形成
 - 2、价格竞争导致利润普遍下降
 - 3、渠道为王、终端制胜时代到来
- 二、汽车后市场营销问题
 - 1、渠道集中度低
 - 2、终端服务不规范
 - 3、渠道自身管理缺乏规范
- 三、汽车后市场服务营销分析
 - 1、汽车后市场服务质量含义
 - 2、预期服务质量的影响因素

- 3、感知服务质量的影响因素
- 4、汽车后市场服务质量同有形产品质量的区别

四、汽车后市场深度营销分析

- 1、深度营销简介
- 2、汽车后市场深度营销的必要性
- 3、深度营销在行业中的应用

第五章我国汽车后市场发展模式分析

第一节汽车后市场创业模式分析

- 一、汽车用品网店
- 二、汽车用品实体店
- 三、服务终端

第二节汽车后市场服务连锁经营模式分析

- 一、汽车后市场企业连锁经营分析
 - 1、汽车后市场企业连锁经营的经营理念
 - 2、汽车后市场企业连锁经营的业务范围
 - 3、汽车后市场企业连锁经营的竞争优势
 - 4、汽车后市场企业连锁经营的分析总结
- 二、汽车后市场服务连锁经营实践分析
 - 1、国内汽车后市场业务的由来
 - 2、国内汽车后市场业务的发展
 - 3、国内汽车后市场的连锁经营企业
- 三、汽车后市场服务连锁经营模式设计
 - 1、组织机构的设置
 - 2、企业形象设计
 - 3、连锁网点的选择
 - 4、配送中心的建立和管理
 - 5、信息系统的建立与管理
 - 6、销售管理
 - 7、财务管理
 - 8、人事管理

第三节汽车后市场电子商务模式分析

一、各行业传统经营模式及电子商务应用状况

- 1、汽车保险行业
- 2、汽车金融行业
- 3、汽车电子行业
- 4、汽车美容养护行业和维修配件行业
- 5、汽车文化与汽车运动行业
- 6、二手车与汽车租赁行业
- 7、代办服务行业

二、汽车后市场现行电子商务平台模式分析

- 1、B2C平台模式
- 2、点评网模式
- 3、携程网模式

三、汽车后市场新电子商务平台模式构建分析

- 1、汽车后市场电子商务平台模式的创新策略
- 2、新电子商务平台架构设计
- 3、汽车后市场新电子商务平台的资源整合步骤
- 4、汽车后市场新电子商务平台的盈利模式
- 5、汽车后市场新电子商务平台的实施主体
- 6、影响汽车后市场电子商务平台模式的因素

第六章我国汽车维修与养护市场运行现状分析

第一节汽车维修市场发展现状分析

- 一、汽车维修市场发展现状
- 二、汽车维修市场监管分析
- 三、汽车维修人才需求分析
- 四、汽车维修成本结构分析
- 五、汽车维修经营情况分析
- 六、汽车维修经营模式分析
- 七、汽车维修企业管理分析

第二节汽车保修设备市场分析

- 一、汽车保修设备市场概况
- 1、汽车保修设备发展概况

2、汽车保修设备市场规模

二、汽车保修设备市场特征

1、汽车保修设备需求特征

2、汽车保修设备购买特征

3、汽车保修设备决策特征

4、汽车保修设备交易特征

5、汽车保修设备产品特征

三、汽车保修设备市场营销策略

1、汽车保修设备市场品牌定位

2、汽车保修设备关系营销

3、汽车保修设备事件营销

第三节汽车检测设备市场分析

一、汽车检测设备市场概况

1、汽车检测设备市场现状

2、汽车检测设备产品结构

3、高科技设备对维修的影响

4、汽车检测设备发展方向

二、汽车检测设备细分产品分析

1、汽车举升机市场分析及趋势

2、汽车喷烤漆房设备市场分析及趋势

3、汽车检测线市场分析及趋势

三、汽车检测技术发展趋势

1、汽车检测设备趋于智能化

2、汽车检测技术趋于规范化

3、汽车检测管理趋于网络化

4、汽车检测系统趋于综合化

第四节汽车养护市场发展现状分析

一、汽车养护市场发展现状分析

1、汽车养护市场发展现状

2、汽车养护产品细分市场分析

3、汽车养护产品市场营销策略

二、汽车美容市场发展分析

- 1、汽车美容市场发展现状
- 2、汽车美容市场发展特征
- 3、汽车美容市场需求分析
- 4、汽车美容市场经营模式分析
- 5、汽车美容店经营策略分析
- 6、汽车美容市场发展前景分析

三、汽车装饰市场发展分析

- 1、汽车装饰相关知识概述
- 2、汽车装饰竞争状况分析
- 3、汽车装饰发展趋势分析

第五节汽车维修与养护行业竞争格局分析

- 一、汽车维修行业竞争格局分析
- 二、汽车养护行业竞争格局分析

第七章我国汽车改装市场运行现状分析

第一节汽车改装市场发展现状分析

- 一、汽车改装市场发展现状
- 二、汽车改装市场发展态势
- 三、汽车改装技术分析
- 四、汽车改装市场需求分析
 - 1、汽车改装市场消费群体分析
 - 2、汽车改装市场需求动机分析
 - 3、汽车改装市场需求规模分析
- 五、汽车改装商业模式分析
 - 1、4S店汽车改装商业模式
 - 2、知名改装品牌店商业模式

第二节汽车音响改装市场分析

- 一、汽车音响市场发展现状
- 二、汽车音响改装市场特征
- 三、汽车音响改装消费市场
- 四、汽车音响改装经营分析
- 五、汽车音响改装问题及对策

第三节汽车机械及外观改装市场分析

一、汽车发动机改装市场分析

- 1、汽车发动机改装市场现状
- 2、汽车发动机改装部件分析
- 3、汽车发动机动力改装策略
- 4、汽车动力改装对发动机的影响

二、汽车氙气灯安装市场分析

- 1、汽车改装市场上氙气灯的品牌情况
- 2、氙气灯改装市场面临不利因素分析
- 3、氙气灯品牌组合营销模式分析
- 4、氙气灯市场发展重点方向

三、汽车其他部分改装市场分析

- 1、汽车车身升高改装
- 2、汽车大包围改装
- 3、汽车轮胎和轮圈改装
- 4、汽车刹车系统改装
- 5、汽车隔音改装工程分析

第四节汽车改装行业竞争格局分析

- 一、汽车改装行业市场竞争格局分析
- 二、汽车改装行业企业竞争格局分析

第八章我国汽车电子市场运行现状分析

第一节汽车电子市场发展现状分析

- 一、汽车电子市场发展现状
- 二、汽车电子市场特点分析
- 三、汽车电子市场规模分析
- 四、汽车电子市场需求分析
- 五、汽车电子产业基地建设

第二节汽车电子控制装置市场分析

- 一、汽车电子控制装置发展概况
- 1、汽车电子控制系统的发展现状
- 2、小排量汽车发动机电子控制系统分析

二、动力传动系统电子控制装置市场分析

- 1、自主品牌发动机发展分析
- 2、自动变速器市场需求分析
- 3、动力传动系统的创新分析
- 4、汽车发动机发展趋势分析
- 5、微特电机在汽车电子领域大有作为

三、汽车底盘系统电子控制装置市场分析

- 1、汽车EPAS技术的发展状况
- 2、ESP成为汽车安全新趋势

四、车身系统电子控制装置市场分析

- 1、车身电子升级扩展半导体市场
- 2、汽车车身控制发展趋势分析
- 3、汽车安全气囊技术及发展趋势

五、汽车电子控制技术的应用与发展趋势

- 1、汽车电子控制系统的构成
- 2、汽车电子控制技术的应用
- 3、汽车电子技术应用的发展趋势

第三节车载汽车电子装置市场分析

一、汽车导航系统市场分析

- 1、中国汽车导航产业发展现状
- 2、车载GPS导航市场机遇分析
- 3、车载GPS导航市场竞争分析
- 4、车载GPS导航市场发展趋势

二、汽车娱乐系统市场分析

- 1、车载电视市场发展分析
- 2、汽车音响市场发展分析
- 3、汽车信息娱乐市场分析
- 4、车载DVD市场发展分析
- 5、车载MP3播放器发展分析
- 6、车载FM发射器发展分析

三、汽车信息系统市场分析

- 1、车载信息系统发展现状分析

- 2、车载信息系统市场发展趋势
- 3、Telematics产业的市场分析
- 4、汽车电子半导体市场分析
- 5、无线车载通信市场发展前景
- 6、智能交通车载信息系统发展方向
- 第四节汽车电子行业竞争格局分析
 - 一、汽车电子市场区域竞争格局分析
 - 二、汽车电子市场企业竞争格局分析
 - 三、汽车电子市场产品竞争格局分析

第九章我国汽车金融市场运行现状分析

第一节国外汽车金融市场发展现状分析

- 一、国外汽车金融行业发展历程
- 二、国外汽车金融市场特点分析
- 三、国外汽车金融行业规模分析
- 四、国外汽车金融资金来源结构

第二节汽车金融市场发展现状分析

- 一、汽车金融市场发展现状
- 二、汽车金融车贷渗透率分析
- 三、汽车金融市场规模分析
- 四、汽车金融市场供需分析
- 五、汽车金融模式设计分析
- 六、汽车金融市场问题及对策

第三节汽车融资租赁市场分析

- 一、汽车融资租赁发展概述
- 三、汽车融资租赁发展现状
- 四、汽车融资租赁业务问题
- 五、汽车融资租赁发展对策
- 六、汽车融资租赁发展前景

第四节汽车保险市场发展分析

- 一、汽车保险行业发展现状分析
 - 1、汽车保险行业发展现状

- 2、汽车保险行业保费收入分析
 - 3、汽车保险占财产保险比重分析
 - 4、汽车保险行业盈利状况分析
 - 二、汽车保险行业竞争格局分析
 - 1、汽车保险行业区域竞争格局分析
 - 2、汽车保险行业企业竞争格局分析
 - 3、汽车保险行业的集中度分析
 - 三、汽车保险行业营销模式分析
 - 1、汽车保险直接营销模式分析
 - 2、汽车保险间接营销模式分析
 - 四、汽车保险行业发展趋势分析
 - 1、汽车保险行业发展趋势分析
 - 2、汽车保险行业发展影响因素分析
- 第五节汽车金融行业竞争格局分析
- 一、汽车金融市场竞争格局分析
 - 二、汽车金融市场竞争趋势分析
 - 三、提升汽车金融竞争力的对策

第十章我国汽车租赁市场运行现状分析

第一节汽车租赁市场发展现状分析

- 一、汽车租赁市场发展现状
- 二、汽车租赁市场供给分析
- 三、汽车租赁市场需求分析
- 四、汽车租赁行业发展模式
 - 1、汽车租赁行业管理模式分析
 - 2、汽车租赁产业链扩张模式分析
 - 3、汽车租赁行业服务模式分析
- 五、汽车租赁市场前景及趋势
- 六、汽车租赁行业发展战略

第二节商务租车市场分析

- 一、商务租车车型结构
- 二、商务租车出租价格

三、商务租车客户特点

四、商务租车市场规模

五、商务租车发展趋势

第三节 公务租车市场分析

一、公务租车国外发展

二、公务用车改革制度

三、公务租车市场规模

四、公务租车发展趋势

第四节 个人租车市场分析

一、个人租车影响因素

二、个人租车客户特征

三、个人租车营销策略

四、个人租车市场规模

五、个人租车发展优势

第五节 旅游租车市场分析

一、旅游租车影响因素

二、旅游租车客源结构

三、节假日旅游租车分析

四、旅游租车市场规模

五、旅游租车发展趋势

第六节 汽车租赁行业竞争格局分析

一、汽车租赁行业区域竞争格局分析

二、汽车租赁行业企业竞争格局分析

三、汽车租赁行业市场集中度分析

第十一章 我国汽车流通市场运行现状分析

第一节 汽车流通市场发展现状分析

一、汽车流通市场发展现状

二、汽车流通市场特征分析

三、汽车流通体制转变分析

四、汽车流通市场渠道分析

五、汽车流通市场问题及对策

第二节汽车销售市场分析

- 一、汽车市场总体销售分析
- 二、汽车后市场销售分析
- 三、汽车行业销售模式分析
- 四、汽车销售问题及对策分析

第三节二手车交易市场分析

- 一、二手车交易市场特点
- 二、二手车交易市场经营模式
- 三、二手车市场交易数量
- 四、二手车市场交易总额
- 五、二手车与新车交易比值分析

第四节汽车流通行业竞争格局分析

- 一、汽车流通行业竞争环境分析
- 二、汽车流通国内外竞争分析
- 三、汽车流通行业竞争格局分析
- 四、汽车流通百强企业经营分析

第三部分竞争格局分析

第十二章汽车后市场区域市场分析

第一节广东省汽车后市场分析

- 一、广东省汽车保有量情况
- 二、广东省汽车后市场发展现状
- 四、广东省汽车后市场发展前景

第二节山东省汽车后市场分析

- 一、山东省汽车保有量情况
- 二、山东省汽车后市场发展现状
- 三、山东省汽车后市场发展前景

第三节浙江省汽车后市场分析

- 一、浙江省汽车保有量情况
- 二、浙江省汽车后市场发展现状
- 三、浙江省汽车后市场发展前景

第四节江苏省汽车后市场分析

- 一、江苏省汽车保有量情况
- 二、江苏省汽车后市场发展现状
- 三、江苏省汽车后市场发展前景

第五节北京市汽车后市场分析

- 一、北京市汽车保有量情况
- 二、北京市汽车后市场发展现状
- 三、北京市汽车后市场发展前景

第六节河北省汽车后市场分析

- 一、河北省汽车保有量情况
- 二、河北省汽车后市场发展现状
- 三、河北省汽车后市场发展前景

第七节河南省汽车后市场分析

- 一、河南省汽车保有量情况
- 二、河南省汽车后市场发展现状
- 三、河南省汽车后市场发展前景

第八节辽宁省汽车后市场分析

- 一、辽宁省汽车保有量情况
- 二、辽宁省汽车后市场发展现状
- 三、辽宁省汽车后市场发展前景

第九节四川省汽车后市场分析

- 一、四川省汽车保有量情况
- 二、四川省汽车后市场发展现状
- 三、四川省汽车后市场发展前景

第十节上海市汽车后市场分析

- 一、上海市汽车保有量情况
- 二、上海市汽车后市场发展现状
- 三、上海市汽车后市场发展前景

第十三章汽车后市场领先企业经营形势分析

第一节领先汽车维修与养护企业经营形势分析

一、北京市汽车修理公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营情况分析

二、上海幼狮高级轿车修理有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业经营情况分析

三、北京首汽汽车修理有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业服务网点分析

四、北京车爵仕汽车用品有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业技术实力分析

五、深圳市联盟九九汽车有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业特色产品分析

4、企业经营情况分析

第二节领先汽车改装企业经营形势分析

一、奇星（国际）汽车改装部品有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业技术实力分析

4、企业经营情况分析

二、山东蓬翔汽车有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

三、一汽解放青岛汽车有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

四、山东迅力特种汽车有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销网络分析

五、驻马店中集华骏车辆有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业发展规模分析

第三节领先汽车电子企业经营形势分析

一、深圳市航盛电子股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

二、广东好帮手电子科技股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

三、天派电子（深圳）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

四、联合汽车电子有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

五、深圳市路畅科技股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业业务结构分析

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

第四节领先汽车金融企业经营形势分析

一、上汽通用汽车金融有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业车贷业务分析

3、企业车贷套餐分析

4、企业经营情况分析

二、大众汽车金融（中国）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业车贷业务分析

3、企业车贷套餐分析

4、企业经营情况分析

三、丰田汽车金融（中国）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业车贷业务分析

3、企业车贷套餐分析

4、企业经营情况分析

四、东风标致雪铁龙汽车金融有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业车贷业务分析

3、企业车贷套餐分析

4、企业经营情况分析

五、奇瑞徽银汽车金融有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业车贷业务分析
- 3、企业车贷套餐分析
- 4、企业经营情况分析

第五节领先汽车租赁企业经营形势分析

一、神州租车控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析

二、上海一嗨汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析

三、深圳市至尊汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析

四、首汽租赁有限责任公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析

五、安吉汽车租赁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业租车业务分析
- 3、企业租车预定说明
- 4、企业经营情况分析

第六节领先汽车流通企业经营形势分析

一、广汇汽车服务股份公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业经营管理分析

二、国机汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业偿债能力分析

三、庞大汽贸集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业偿债能力分析

四、中升集团控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业资产负债分析

五、浙江物产元通机电（集团）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业业务结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业偿债能力分析

第四部分发展前景展望

第十四章2022-2028年汽车后市场前景及趋势预测

第一节2022-2028年汽车后市场发展前景

- 一、2022-2028年汽车后市场发展潜力
- 二、2022-2028年汽车后市场发展前景展望
- 三、2022-2028年汽车后市场细分行业发展前景

第二节2022-2028年汽车后市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年汽车后市场发展趋势
- 二、2022-2028年汽车维修市场发展趋势
- 三、2022-2028年汽车改装市场发展趋势
- 四、2022-2028年汽车电子市场发展趋势
- 五、2022-2028年汽车金融市场发展趋势
- 六、2022-2028年汽车租赁市场发展趋势
- 七、2022-2028年汽车流通市场发展趋势
- 八、2022-2028年二手车市场发展趋势

第三节2022-2028年汽车后市场规模预测

- 一、2022-2028年汽车后市场规模预测
- 二、2022-2028年汽车维修市场规模预测
- 三、2022-2028年汽车改装市场规模预测
- 四、2022-2028年汽车电子市场规模预测
- 五、2022-2028年汽车金融市场规模预测
- 六、2022-2028年汽车租赁市场规模预测
- 七、2022-2028年汽车流通市场规模预测
- 八、2022-2028年二手车市场规模预测

第五部分发展战略研究

第十五章2022-2028年汽车后市场发展战略研究

第一节汽车后市场发展问题及策略分析

一、汽车后市场发展问题分析

- 1、缺乏强势领导品牌
- 2、市场认知度还不够
- 3、市场尚未统一标准
- 4、市场竞争比较激烈
- 5、技术人员专业技术与服务态度不够
- 6、工作环境相对落后

二、汽车后市场发展的策略分析

- 1、营造良好的发展环境
- 2、品牌化经营

3、人性化服务

第二节汽车后市场面临挑战及发展建议

一、汽车后市场面临的挑战

- 1、汽车销售体系不完善
- 2、市场秩序混乱
- 3、缺乏成本优势
- 4、市场环境不成熟

二、汽车后市场的发展建议

- 1、选择合适的汽车销售体系
- 2、选择合适的汽车销售模式
- 3、提高市场准入门槛
- 4、增强服务理念
- 5、鼓励消费

第三节汽车后市场经营管理案例分析

一、北京市汽车修理公司发展策略分析

- 1、北京市汽车修理公司业务范围
- 2、连锁经营模式策略
- 3、服务品牌策略分析
- 4、综合服务体系分析

二、江苏天泓汽车贸易有限公司发展策略

- 1、江苏天泓汽车贸易有限公司简介
- 2、江苏天泓汽车售后业务发展的企业定位
- 3、江苏天泓汽车售后业务发展的企业策略
- 4、江苏天泓汽车售后业务发展的企业使命

三、深圳市北方汽车实业有限公司连锁经营分析

- 1、深圳市北方汽车实业公司连锁经营的业务范围
- 2、深圳市北方汽车实业公司连锁经营的经营模式
- 3、深圳市北方汽车实业公司连锁经营的发展策略

第四节汽车后市场开拓发展策略分析

一、汽车后市场开拓发展策略之品牌运作

二、汽车后市场开拓发展策略之连锁经营

三、汽车后市场开拓发展策略之并购模式

四、汽车后市场开拓发展策略之门店类型

第十六章2022-2028年汽车后市场发展战略研究

第一节汽车后市场投资特性分析

一、汽车后市场进入壁垒分析

二、汽车后市场盈利因素分析

三、汽车后市场盈利模式分析

第二节2022-2028年汽车后市场投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、市场风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、技术风险及防范

六、其他风险及防范

第三节2022-2028年汽车后市场投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、汽车后市场投资机遇

第四节2022-2028年汽车后市场投资战略研究

一、2019年汽车后市场投资战略

二、2022-2028年汽车后市场投资战略

三、2022-2028年细分行业投资战略

第十七章研究结论及发展建议（）

第一节汽车后市场研究结论及建议

第二节汽车后市场子行业研究结论及建议

第三节汽车后市场投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议（）

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年我国汽车行业租赁市场保有量

图表：2015-2019年我国汽车行业租赁市场规模

图表：2015-2019年我国汽车行业商务租车市场规模

图表：2015-2019年我国汽车行业公务租车市场规模

图表：2015-2019年我国汽车行业个人租车市场规模

图表：2015-2019年我国汽车行业旅游租车市场规模

图表：2015-2019年我国汽车市场销售量统计

图表：2015-2019年我国二手车交易量统计

图表：2015-2019年我国二手车交易额统计

图表：2022-2028年我国汽车后市场市场规模预测

图表：2022-2028年我国汽车维修市场规模预测

图表：2022-2028年我国汽车改装市场规模预测

图表：2022-2028年我国汽车电子市场规模预测

图表：2022-2028年我国汽车租赁市场规模预测

图表：2022-2028年我国二手车交易额规模预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274956.html>