

2024-2030年中国汽车诊断 仪市场深度分析与发展前景报告

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

《2024-2030年中国汽车诊断仪市场深度分析与发展前景报告》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/202310/416770.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《2024-2030年中国汽车诊断仪市场深度分析与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章汽车诊断仪行业界定 14
第一节汽车诊断仪行业定义 14 第二节汽车诊断仪行业特点分析 14 第三节汽车诊断仪行业发展历程 15 第四节汽车诊断仪产业链分析 16 第二章国际汽车诊断仪行业发展态势分析 17 第一节国际汽车诊断仪行业总体情况 17 第二节汽车诊断仪行业重点市场分析 17 第三节国际汽车诊断仪行业发展前景预测 18 第三章中国汽车诊断仪行业发展环境分析 20 第一节汽车诊断仪行业经济环境分析 20 一、经济发展现状分析 20 二、未来经济政策分析 21 第二节汽车诊断仪行业政策环境分析 24 一、汽车诊断仪行业相关政策 24 1、汽车检测、维修与诊断方面

《关于加强和改进机动车检验工作的意见》提出对非营运轿车等车辆试行6年内免安检年检；提出了加快安检机构建设、推行异地检验等改革措施；强制要求安检机构接入统一的联网监管系统平台。《关于促进汽车维修业转型升级、提升服务质量的指导意见》提出将汽车维修纳入当地经济社会发展总体规划，在城市发展中为汽车维修业提供一定功能空间，增强城市承载功能，促进汽车维修业发展与人民群众维修服务、汽车消费需求相适应。2018年国务院提出取消机动车维修经营许可，对拟进入后市场的企业节省去了繁琐的审批手续和时间，能将更多的精力用在如何创新经营模式上；同时维修企业将节省一笔维修资质审批费用。汽车维修行业协会发布了《新能源汽车维护技术标准》（试行）通知（以下简称“维修技术标准”）。该标准规定了新能源汽车从维护分类、日常维护、一级维护、二级维护、高压系统维修诊断、竣工检验等6个方面建立周期、作业内容和技术要求。《机动车维修管理规定》提出任何单位和个人不得封锁或者垄断机动车维修市场；托修方有权自主选择维修经营者进行维修。除汽车生产厂家履行缺陷汽车产品召回、汽车质量“三包”责任外，任何单位和个人不得强制或者变相强制指定维修经营者；鼓励推广应用机动车维修环保、节能、不解体检测和故障诊断技术。申请从事汽车维修经营业务或者其他机动车维修经营业务的，应当有与其经营业务相适应的设备、设施。从事汽车维修经营业务的设备、设施的具体要求按照国家标准《汽车维修业开业条件》相关条款的规定执行。

2、汽车方面 《汽车产业中长期发展规划》提出突破车用传感器、车载芯片等先进汽车电子以及轻量化新材料、高端制造装备等产业链短板，培育具有国际竞争力的零部件供应商，形成从零部件到整车的完整产业体系。《产业结构调整指导目录（2019年本，征求意见稿）》中将车载故障诊断仪（OBD）、新能源汽车下线检测设备及维护诊断设备分别列入国家鼓励类产业产品、新兴产

业重点产品目录。 二、汽车诊断仪行业相关标准 26 第三节汽车诊断仪行业技术环境分析 26	
第四章汽车诊断仪行业技术发展现状及趋势 28 第一节当前我国汽车诊断仪技术发展现状 28	
第二节中外汽车诊断仪技术差距及产生差距的主要原因分析 28 第三节提高我国汽车诊断仪技术的对策 28	
第四节我国汽车诊断仪研发、设计发展趋势 29 第五章中国汽车诊断仪行业市场供需状况分析 30	
第一节中国汽车诊断仪行业市场规模情况 30 第二节中国汽车诊断仪行业盈利情况分析 30	
第三节中国汽车诊断仪行业市场需求状况 31 一、汽车诊断仪行业市场需求情况 31	
二、汽车诊断仪行业市场需求特点分析 31 三、汽车诊断仪行业市场需求预测 31	
第四节中国汽车诊断仪行业市场供给状况 32 一、汽车诊断仪行业市场供给情况 32	
二、汽车诊断仪行业市场供给特点分析 33 三、汽车诊断仪行业市场供给预测 33	
第五节汽车诊断仪行业市场供需平衡状况 34 第六章中国汽车诊断仪行业进出口情况分析 35	
第一节汽车诊断仪行业出口情况 35 一、汽车诊断仪行业出口情况 35	
三、汽车诊断仪行业出口情况预测 36 第二节汽车诊断仪行业进口情况 37	
一、汽车诊断仪行业进口情况 37 三、汽车诊断仪行业进口情况预测 38	
第三节汽车诊断仪行业进出口面临的挑战及对策 38 第七章汽车诊断仪行业细分市场调研分析 40	
第一节原厂诊断市场 40 一、发展现状 40 二、发展趋势预测 40	
第二节通用诊断市场 41 一、发展现状 41 二、发展趋势预测 42	
第八章中国汽车诊断仪行业重点区域市场分析 43 第一节汽车诊断仪行业区域市场分布情况 43	
第二节华北地区市场分析 44 一、市场规模情况 44	
二、市场需求分析 44 第三节东北地区 45 一、市场规模情况 45	
二、市场需求分析 45 第四节华东地区 46 一、市场规模情况 46	
二、市场需求分析 46 第五节中南地区 47 一、市场规模情况 47	
二、市场需求分析 47 第六节西部地区 48 一、市场规模情况 48	
二、市场需求分析 48 第九章中国汽车诊断仪行业产品价格监测 49	
第一节汽车诊断仪市场价格特征 49 第二节当前汽车诊断仪市场价格评述 49	
第三节影响汽车诊断仪市场价格因素分析 50 第四节未来汽车诊断仪市场价格走势预测 50	
第十章汽车诊断仪行业上、下游市场分析 52 第一节汽车诊断仪行业上游 52	
一、行业发展现状 52 二、行业集中度分析 53 三、行业发展趋势预测 53	
第二节汽车诊断仪行业下游 54 一、关注因素分析 54 二、需求特点分析 55	
第十一章近四年汽车诊断仪行业重点企业发展调研 57 第一节博世汽车部件（苏州）有限公司 57	
一、企业概述 57 二、汽车诊断仪企业产品 57 三、企业经营情况分析 58	
四、企业发展战略 59 第二节深圳市道通科技股份有限公司 60	
一、企业概述 60 二、汽车诊断仪企业产品 60 三、企业经营情况分析 62	
四、企业发展战略 62 第三节深圳市元征科技股份有限公司 64	
一、企业概述 64 二、汽车诊断仪企业产品 65 三、企业经营情况分析 65	
四、企业发展战略 66 第四节深圳市爱夫卡科技股份有限公司 66	
一、企业概述 66 二、汽车诊断仪企业产品 67 三、企业经营情况分析 67	
四、企业发展战略 68 第五节深圳市欧克勒亚科技有限公司 69	
一、企业概述 69 二、汽车诊断仪企业产品 69 三、企业经营情况分析 70	
四、企业发展战略 71	

第十二章汽车诊断仪行业风险及对策 72 第一节 汽车诊断仪行业发展环境分析 72 第二节 汽车诊断仪行业投资特性分析 72 一、汽车诊断仪行业进入壁垒 72 二、汽车诊断仪行业盈利模式 74 三、汽车诊断仪行业盈利因素 75 第三节汽车诊断仪行业“波特五力模型”分析 75 一、行业内竞争 75 二、潜在进入者威胁 76 三、替代品威胁 76 四、供应商议价能力分析 76 五、买方侃价能力分析 77 第四节 汽车诊断仪行业风险及对策 77 一、市场风险及对策 77 二、政策风险及对策 77 三、经营风险及对策 78 四、同业竞争风险及对策 78 五、行业其他风险及对策 78 第十三章汽车诊断仪行业发展及竞争策略分析 80 第一节 汽车诊断仪行业发展战略 80 一、技术开发战略 80 二、产业战略规划 81 三、业务组合战略 82 四、营销战略规划 83 五、区域战略规划 84 六、企业信息化战略规划 85 第二节 汽车诊断仪企业竞争策略分析 86 一、提高我国汽车诊断仪企业核心竞争力的对策 86 二、影响汽车诊断仪企业核心竞争力的因素 88 三、提高汽车诊断仪企业竞争力的策略 91 第三节对我国汽车诊断仪品牌的战略思考 93 一、汽车诊断仪实施品牌战略的意义 93 二、我国汽车诊断仪企业的品牌战略 94 三、汽车诊断仪品牌战略管理的策略 95 第十四章汽车诊断仪行业发展前景及投资建议 97 第一节 汽车诊断仪行业市场前景展望 97 第二节 汽车诊断仪行业融资环境分析 97 一、企业融资环境概述 97 二、融资渠道分析 98 三、企业融资建议 98 第三节汽车诊断仪项目投资建议 99 一、投资环境考察 99 二、投资方向建议 100 三、汽车诊断仪项目注意事项 100 第四节汽车诊断仪行业重点客户战略实施 103 一、实施重点客户战略的必要性 103 二、合理确立重点客户 104 三、对重点客户的营销策略 105 四、强化重点客户的管理 105 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 106

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416770.html>