

2021年中国汽车后市场产业分析报告- 市场深度分析与发展战略评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国汽车后市场产业分析报告-市场深度分析与发展战略评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/532292532292.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

汽车后市场是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务，即汽车从售出到报废的过程中，围绕汽车售后使用环节中各种后继需要和服务而产生的一系列交易活动的总称。主要分为汽保行业、汽车金融行业、汽车IT行业、汽车养护行业、汽车维修及配件行业、汽车文化及汽车运动行业和二手车及汽车租赁行业。

我国汽车后市场行业分类 资料来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 渠道多样。我国汽车后市场行业分类众多，且能够共存，发展空间大。

(2) 近年来，我国汽车后市场行业市场规模不断扩大，展现出了良好的发展前景。据统计，2014-2025年我国汽车后市场行业市场规模持续增长，预计2020年和2025年我国汽车后市场行业市场规模将分别达到1.33万亿元和1.74万亿元。

2014-2025年我国汽车后市场行业市场规模统计及预测

数据来源：中国汽车工业协会

二、劣势分析

(1) “脏、乱、差”现象严重。目前我国汽车后市场行业大多以夫妻档、小作坊、路边摊的形式存在，质量良莠不齐。

(2) 监管缺失。目前我国汽车后市场行业市场存在质量低下、信用机制缺失等一系列问题，行业整体缺乏公信力。

(3) 服务比重小。在我国汽车后市场行业销售额中，服务仅占比12%，服务质量和水平还需要提升。

我国汽车后市场行业销售额占比情况 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 近年来，我国汽车保有量不断增长。据统计，2015-2020年我国汽车保有量由1.72亿增至2.81亿，数量庞大。汽车在完成交付后就进入了汽车后市场，这也为我国汽车后市场行业的发展奠定了坚实基础，扩大需求。

2015-2020年我国汽车保有量 数据来源：公安部交通管理局

(2) 为了推动汽车后市场行业发展，近年来我国发布了一些相关利好政策，深挖汽车后市场行业潜力。

我国汽车后市场行业部分相关政策

政策

时间

要点

《汽车产业调整和振兴规划》

2009年3月

发展现代汽车服务业：加快发展汽车研发、生产性物流、汽车零售和售后服务、汽车租赁、二手车交易、汽车保险、消费信贷、停车服务、报废回收等服务业，完善相关的法规、规章和管理制度。支持骨干汽车生产企业加快建立汽车金融公司，开展汽车消费信贷等业务。

《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》

2014年9月

鼓励规模化、品牌化、专业化发展，鼓励连锁经营。建立实施汽车维修技术信息公开制度，推进信息化建设，破除维修配件渠道垄断，加强市场监管。

《汽车零部件的统一编码和标识》

2015年9月

促进零部件生产企业、整车企业、维修和流通领域品牌建设，为后市场的互联网化提供强有力支撑。

《“十三五”节能减排综合工作方案》

2017年1月

加快互联网与资源循环利用融合发展，支持汽车维修、汽车保险、旧件回收、再制造、报废拆解等后市场全生命周期信息的互通共享。

《汽车产业中长期发展规划》

2017年5月

加快发展汽车后市场及服务业。支持企业由提供产品向提供整体解决方案转变。鼓励发展汽车金融、二手车、维修保养、汽车租赁等后市场服务，促进第三方物流、电子商务、房车营地等其他相关服务业同步发展。

《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》

2018年1月

促进实物消费不断提档升级，在住行消费方面积极发展汽车赛事等后市场。加强城市停车场和新能源汽车充电设施建设。

《汽车后市场行业特许经营服务规范》

2018年6月

包括特许经营规范性要求、特许体系建设、特许经营授权、店铺布局与商圈规划、门店运营管理及消费者满意度的管理等方面内容。

《新能源汽车维护技术标准》

2018年8月

规定了新能源汽车日常保养及各级保养周期、保养内容和技术要求。促进新能源汽车后市场规范化发展。

《国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案（2018-2020年）的通知》

2018年9月

在完善促进实物消费结构升级的政策体系中指出，促进汽车消费优化升级要深挖汽车后市场

潜力。

《机动车维修管理规定》

2019年7月

对机动车维修经营进行更为规范的要求，旨在促进行业良性健康发展，鼓励连锁型维修企业合规发展。资料来源：公开资料整理

未来，我国汽车后市场行业将进一步扩大行业规模，发展线上渠道，提升行业的智能化、数字化水平。连锁和联盟也将不断扩张，提升专业性和规模性。

我国汽车后市场行业发展趋势 资料来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 品牌意识落后：如今我国汽车后市场行业进入门槛较低，众多修理店品牌意识落后，导致市场空间大，却经营混乱。未来品牌规模化连锁经营将成为我国汽车后市场行业的主流，企业要想在行业中生存，就必须树立品牌意识，加强管理，提升经营水平。

(2) 竞争激烈：由于行业进入门槛低，我国汽车后市场行业企业数量较多，早已进入竞争白热化供求倒挂状态，行业竞争十分激烈，导致资产效率难以提升，行业整体利润率微薄。

(3) 行业整合：未来我国汽车后市场行业将向集中化、规模化的方向发展，市场秩序日益规范，整合速度也将迅速提升。未来将会有更多的汽车后市场企业以“复制”的方式收购中小企业，集中度将不断提升。

我国汽车后市场行业面临威胁 资料来源：公开资料整理 (wqq)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国汽车后市场产业分析报告-市场深度分析与发展战略评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国汽车后市场发展概述

第一节 汽车后市场发展情况概述

一、汽车后市场行业相关定义

二、汽车后市场行业基本情况介绍

三、汽车后市场行业发展特点分析

四、汽车后市场行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、汽车后市场行业需求主体分析

第二节 中国汽车后市场行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、汽车后市场行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国汽车后市场行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车后市场行业生命周期分析

一、汽车后市场行业生命周期理论概述

二、汽车后市场行业所属的生命周期分析

第四节 汽车后市场行业经济指标分析

一、汽车后市场行业的赢利性分析

二、汽车后市场行业的经济周期分析

三、汽车后市场行业附加值的提升空间分析

第五节 中国汽车后市场行业进入壁垒分析

- 一、汽车后市场行业资金壁垒分析
- 二、汽车后市场行业技术壁垒分析
- 三、汽车后市场行业人才壁垒分析
- 四、汽车后市场行业品牌壁垒分析
- 五、汽车后市场行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球汽车后市场行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车后市场行业发展历程回顾

第二节 全球汽车后市场行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车后市场行业地区市场分析

- 一、亚洲汽车后市场行业市场现状分析
- 二、亚洲汽车后市场行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲汽车后市场行业市场前景分析

第四节 北美汽车后市场行业地区市场分析

- 一、北美汽车后市场行业市场现状分析
- 二、北美汽车后市场行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美汽车后市场行业市场前景分析

第五节 欧洲汽车后市场行业地区市场分析

- 一、欧洲汽车后市场行业市场现状分析
- 二、欧洲汽车后市场行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲汽车后市场行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界汽车后市场行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球汽车后市场行业市场规模预测

第三章 中国汽车后市场产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品汽车后市场总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车后市场行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车后市场产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国汽车后市场行业运行情况

第一节 中国汽车后市场行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车后市场行业市场规模分析

第三节 中国汽车后市场行业供应情况分析

第四节 中国汽车后市场行业需求情况分析

第五节 我国汽车后市场行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国汽车后市场行业供需平衡分析

第七节 中国汽车后市场行业发展趋势分析

第五章 中国汽车后市场所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车后市场所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车后市场所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国汽车后市场所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国汽车后市场市场格局分析

第一节 中国汽车后市场行业竞争现状分析

- 一、中国汽车后市场行业竞争情况分析
- 二、中国汽车后市场行业主要品牌分析

第二节 中国汽车后市场行业集中度分析

- 一、中国汽车后市场行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国汽车后市场行业市场集中度分析

第三节 中国汽车后市场行业存在的问题

第四节 中国汽车后市场行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车后市场行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国汽车后市场行业需求特点与动态分析

第一节 中国汽车后市场行业消费市场动态情况

第二节 中国汽车后市场行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 汽车后市场行业成本结构分析

第四节 汽车后市场行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国汽车后市场行业价格现状分析

第六节 中国汽车后市场行业平均价格走势预测

- 一、中国汽车后市场行业价格影响因素
- 二、中国汽车后市场行业平均价格走势预测
- 三、中国汽车后市场行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国汽车后市场行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车后市场行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区汽车后市场市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区汽车后市场市场规模分析
- 四、华东地区汽车后市场市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区汽车后市场市场规模分析
- 四、华中地区汽车后市场市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区汽车后市场市场规模分析
- 四、华南地区汽车后市场市场规模预测

第九章 2017-2020年中国汽车后市场行业竞争情况

第一节 中国汽车后市场行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国汽车后市场行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国汽车后市场行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 汽车后市场行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国汽车后市场行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车后市场行业未来发展前景分析

一、汽车后市场行业国内投资环境分析

二、中国汽车后市场行业市场机会分析

三、中国汽车后市场行业投资增速预测

第二节 中国汽车后市场行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车后市场行业市场发展预测

一、中国汽车后市场行业市场规模预测

二、中国汽车后市场行业市场规模增速预测

三、中国汽车后市场行业产值规模预测

四、中国汽车后市场行业产值增速预测

五、中国汽车后市场行业供需情况预测

第四节 中国汽车后市场行业盈利走势预测

一、中国汽车后市场行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车后市场行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国汽车后市场行业投资风险与营销分析

第一节 汽车后市场行业投资风险分析

一、汽车后市场行业政策风险分析

二、汽车后市场行业技术风险分析

三、汽车后市场行业竞争风险

四、汽车后市场行业其他风险分析

第二节 汽车后市场行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国汽车后市场行业发展战略及规划建议

第一节 中国汽车后市场行业品牌战略分析

一、汽车后市场企业品牌的重要性

二、汽车后市场企业实施品牌战略的意义

三、汽车后市场企业品牌的现状分析

四、汽车后市场企业的品牌战略

五、汽车后市场品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车后市场行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车后市场行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 汽车后市场行业竞争力提升策略

一、汽车后市场行业产品差异性策略

二、汽车后市场行业个性化服务策略

三、汽车后市场行业的促销宣传策略

四、汽车后市场行业信息智能化策略

五、汽车后市场行业品牌化建设策略

六、汽车后市场行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国汽车后市场行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车后市场行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国汽车后市场行业营销渠道策略

一、汽车后市场行业渠道选择策略

二、汽车后市场行业营销策略

第三节 中国汽车后市场行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车后市场行业重点投资区域分析

二、中国汽车后市场行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/532292532292.html>