

2020年中国汽车后市场行业前景研究报告- 行业规模现状与发展战略规划

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《2020年中国汽车后市场行业前景研究报告-行业规模现状与发展战略规划》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/503246503246.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

【报告大纲】

第一章 中国汽车后市场发展综述

第一节 汽车后市场概述

一、汽车后市场界定

二、汽车后市场分类

三、汽车后市场主要业务

四、汽车后市场渠道模式

第二节 汽车后市场发展环境分析

一、汽车后市场政策环境分析

(1) 汽车后市场政策汇总

(2) 汽车金融市场政策解读

(3) 汽车租赁市场政策解读

(4) 二手车市场政策解读

(5) 汽车维修/养护/改装政策解读

(6) 报废汽车回收政策解读

(7) 充电基础设施政策解读

(8) 政策环境对行业发展的影响分析

二、汽车后市场经济环境分析

(1) 国内生产总值分析

(2) 居民人均可支配收入分析

(3) 经济环境对行业发展的影响分析

三、汽车后市场社会环境分析

(1) 城镇化水平不断提高

(2) 生活方式和价值观念的转变

(3) 消费结构和消费心理的变化

(4) 社会环境对行业发展的影响分析

四、汽车后市场产业发展环境分析

(1) 汽车制造业发展分析

(2) 汽车进出口市场发展分析

(3) 互联网产业发展分析

(4) 发展环境对行业发展的影响分析

第三节 汽车后市场发展分析

一、汽车后市场发展历程

二、汽车后市场生命周期

三、汽车后市场发展现状

(1) 汽车后市场企业数量多，但没有出现龙头企业

(2) 汽车后市场服务水平较低

(3) 供应商加大向后市场的发展

(4) 汽车市场的投资规模越来越大

(5) 国外企业加快国内扩张速度

四、汽车后市场发展规模

五、汽车后市场利润结构

第四节 汽车后市场需求分析

一、汽车后市场需求分析

二、汽车后市场区域需求

三、汽车后市场车型需求

第二章 中国汽车金融市场分析

第一节 汽车金融市场概述

一、汽车金融定义与发展历程

(1) 汽车金融定义

(2) 汽车金融发展历程

二、汽车金融产品分类

三、汽车金融市场主体

第二节 中国汽车金融市场发展分析

一、汽车金融市场发展历程

二、汽车金融市场存在问题

(1) 汽车消费信贷需求不足

(2) 汽车金融公司服务能力不强

(3) 汽车金融的法律政策环境亟待改善

三、汽车金融市场发展对策

(1) 完善信用体系建设，加快调整发展战略

(2) 把握利润变化趋势，积极转变盈利模式

(3) 把握需求变化趋势，拓展业务创新能力

(4) 加强政策法规研究，创新不良贷款处置

四、汽车金融市场发展规模

(1) 行业企业规模

(2) 行业资产规模

(3) 行业市场规模

五、汽车金融市场发展趋势

(1) 商业银行将同专业化的汽车金融服务公司联合发展

(2) 金融服务向全方位方向发展

(3) 资金来源将逐步专业化、多样化

(4) 汽车金融公司将汽车金融风险管理专门化

(5) 汽车金融公司将成为汽车金融市场的重要参与者

六、汽车金融市场预测分析

第三节 中国汽车金融细分市场分析

一、汽车消费信贷市场分析

(1) 汽车消费信贷渗透率

(2) 汽车消费信贷结构分析

(3) 汽车消费信贷消费意愿

(4) 汽车消费信贷业务模式

(5) 汽车消费信贷发展趋势

二、汽车保险市场分析

(1) 国外汽车保险市场发展分析

(2) 中国汽车保险市场发展分析

(3) 中国汽车保险市场竞争格局

(4) 中国汽车保险营销模式分析

(5) 中国汽车保险发展前景预测

三、二手车金融市场分析

(1) 二手车金融概述

(2) 二手车金融业务范围

(3) 二手车金融业务模式

(4) 二手车金融企业业务对比

(5) 二手车金融发展趋势

(6) 二手车金融前景预测

四、中国汽车融资租赁市场分析

(1) 汽车融资租赁市场认知度

(2) 汽车融资租赁市场渗透率

(3) 汽车融资租赁消费群体分析

(4) 汽车融资租赁市场融资模式

(5) 汽车融资租赁市场规模分析

- (6) 汽车融资租赁市场竞争格局
- (7) 汽车融资租赁市场风险控制
- (8) 汽车融资租赁企业竞争策略
- (9) 汽车融资租赁市场发展动态

第四节 互联网+汽车金融发展分析

一、互联网金融发展分析

- (1) 互联网金融市场情况
- (2) 互联网金融市场现状

二、互联网消费金融发展分析

- (1) 互联网消费金融参与主体
- (2) 互联网消费金融资金流向
- (3) 互联网消费金融市场地位
- (4) 互联网消费金融发展动力
- (5) 互联网消费金融市场现状
- (6) 互联网消费金融细分领域
- (7) 行业发展趋势分析

三、互联网+汽车金融发展情况

- (1) 互联网对汽车金融的推动作用
- (2) 互联网+汽车金融市场分析
- (3) 互联网+汽车金融竞争格局
- (4) 互联网+汽车金融发展模式
- (5) 互联网+汽车金融生态分析
- (6) 互联网+汽车金融思维模式
- (7) 互联网+汽车金融痛点与解决方案
- (8) 互联网+汽车金融发展趋势
- (9) 互联网+汽车金融前景预测

第五节 汽车金融市场投融资趋势分析

第六节 汽车金融市场重点企业分析

一、上汽通用汽车金融有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、大众汽车金融(中国)有限公司

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、丰田汽车金融(中国)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、奇瑞徽银汽车金融股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、互联网+汽车金融主要平台分析

第三章 中国汽车租赁市场分析

第一节 中国汽车租赁市场发展分析

一、汽车租赁市场发展历程

(1) 国外汽车租赁发展历程

(2) 国内汽车租赁发展历程

二、汽车租赁市场特性分析

(1) 规模经济

(2) 网络化发展

(3) 资本密集型

(4) 风险高

三、汽车租赁市场存在问题

四、限行限购对汽车租赁影响

(1) 限购政策对行业的有利影响

(2) 限购政策对行业的不利影响

五、汽车共享经营模式分析

(1) 汽车共享分类

(2) 汽车共享模式优势

(3) 汽车共享面临的问题

六、新能源汽车租赁分析

七、汽车租赁市场发展趋势

- (1) 经营模式逐渐多元化
- (2) 规模化经营是企业的发展趋势，行业集中度将不断提高
- (3) 汽车产业链融合进一步加大
- (4) 服务水平和法律环境将更加完善

第二节 中国汽车租赁市场规模分析

- 一、汽车租赁市场营业规模
- 二、汽车租赁企业与车辆规模
- 三、汽车租赁市场需求规模
 - (1) 机动车驾驶人数
 - (2) 汽车保有量走势
- 四、汽车租赁市场渗透率
- 五、汽车租赁企业融资规模
- 六、汽车租赁市场发展前景

第三节 中国汽车租赁市场结构分析

- 一、汽车租赁车型结构
- 二、汽车租赁收入结构
- 三、汽车租赁业务结构
- 四、汽车租赁区域结构
- 五、汽车租赁消费群体结构

第四节 中国汽车租赁市场竞争分析

- 一、汽车租赁市场集中度
- 二、汽车租赁市场竞争格局
- 三、汽车租赁市场竞争结构
 - (1) 供应商的议价能力
 - (2) 购买者的议价能力
 - (3) 新进入者的威胁
 - (4) 替代品的威胁
 - (5) 行业内部之间的竞争

第五节 中国汽车租赁细分市场分析

- 一、商务租车市场
 - (1) 商务租车优势分析
 - (2) 商务租车规模与结构
 - (3) 商务租车车型结构
 - (4) 商务租车出租价格
 - (5) 商务租车发展趋势

二、公务租车市场

- (1) 公务用车改革历程
- (2) 公务用车市场规模
- (3) 国外公车租赁发展
- (4) 公车租赁市场潜力

三、个人租车市场

- (1) 个人租车市场规模
- (2) 个人租车影响因素
- (3) 个人租车客户特征
- (4) 个人租赁租车方式

第六节 互联网+汽车租赁市场发展分析

一、互联网+汽车租赁发展现状

二、互联网+汽车租赁发展模式

三、互联网+汽车租赁市场规模

四、互联网+汽车租赁竞争格局

五、互联网+汽车共享模式分析

- (1) 汽车共享模式
- (2) 汽车共享分类
- (3) 汽车共享优劣势
- (4) 汽车共享模式风险

六、互联网+汽车租赁生态分析

七、互联网+汽车租赁思维模式

八、互联网+汽车租赁痛点与解决方案

九、互联网+汽车租赁存在的问题

十、互联网+汽车租赁发展趋势与前景预测

第七节 汽车租赁市场重点企业分析

一、北京神州汽车租赁有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、深圳市至尊汽车租赁有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、上海一嗨汽车租赁有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、首汽租赁有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、互联网+汽车租赁企业分析

第四章 中国二手汽车市场分析

第一节 二手车市场发展分析

一、二手车市场发展现状

(1) 市场发展时间较短，行业规范不完善，结构单一

(2) 二手车市场信息不透明、不对称

(3) 市场缺乏对车况第三方认证和评估机构

(4) 市场诚信度低，售后服务水平有待提升

(5) 市场区域发展不均衡，跨区域流通有待完善

(6) 缺少统一收费标准，税收征收困难

(7) 二手车金融跟不上市场发展速度

二、二手车市场经营模式

(1) 国外二手车经营模式分析

(2) 国内二手车传统经营模式

(3) 国内二手车经营模式发展趋势

(4) 国内二手车创新经营模式分析

三、二手车市场交易模式

(1) 国外二手车交易模式

(2) 国内二手车交易模式

(3) 国内二手车创新交易模式

四、二手车市场发展趋势

(1) 二手汽车市场将迎来发展的高峰

(2) 短期内行业发展环境不容乐观，长远来看法规不断完善，市场逐步信息透明化、市场

规范化

- (3) 新车不断降价，单车利润变薄，市场进入以量取胜时代
- (4) 交易量高增，二手汽车市场进入转型期
- (5) 二手汽车呈年份缩短、车况趋新、档次升高的趋势
- (6) 二手汽车经营与交易模式呈现多元化的趋势
- (7) 线上交易平台成为市场发展新希望
- (8) 区域市场集中度高，短期内很难改变
- (9) 从长远来看，二手汽车将来取代新车市场地位、成为汽车消费市场的主体

第二节 二手车交易市场统计分析

一、二手车交易市场规模

二、二手车交易市场集中度

三、二手车交易市场区域结构

第三节 二手车市场规模分析

一、二手车市场交易量分析

二、二手车市场交易额分析

三、二手车交易价格分析

(1) 二手车交易均价分析

(2) 交易价格区间分布情况

四、二手车交易结构分析

(1) 车型结构分析

(2) 交易渠道结构

五、二手车行业参与主体分析

六、二手车行业发展模式分析

七、消费者车辆处置渠道分析

(1) 消费者处置二手车的渠道

(2) 选择处置二手车渠道时考虑的因素

八、二手车行业需求分析

(1) 消费者需求调查

(2) 消费者需求趋势分析

第四节 手汽车行业发展情况分析

一、二手汽车交易量分析

二、二手汽车与新车交易对比

(1) 二手汽车及新车销量情况

(2) 二手汽车与新车交易增速对比

三、二手汽车交易占保有量比重

(1) 二手汽车占保有量比重

(2) 二手汽车成交量与汽车保有量增速对比

四、二手汽车交易量结构

第五节 手乘用车交易情况分析

一、二手乘用车交易规模

二、二手轿车交易规模

三、二手SUV交易规模

四、二手MPV交易规模

五、二手交叉型车交易规模

第六节 手商用车交易情况分析

一、二手商用车交易规模

二、二手客车交易规模

三、二手货车交易规模

第七节 二手汽车市场竞争结构分析

一、供应商议价能力分析

二、购买者议价能力分析

三、潜在进入者威胁分析

四、替代品的威胁分析

五、行业内市场竞争分析

第八节 互联网+二手车市场发展分析

一、互联网+二手车发展现状

二、互联网+二手车发展模式

(1) C2C模式

(2) B2C模式

(3) 2B模式

三、互联网+二手车市场规模

四、互联网+二手车市场渗透率

五、互联网+二手车成交价格

六、互联网+二手车竞争格局

七、互联网+二手车生态分析

八、互联网+二手车思维模式

九、互联网+二手车痛点与解决方案

(1) 运营成本高，缺乏诚信运营环境

(2) 交易成本高，交易无法快速落地

(3) 车源不足，行业地域性特征明显

十、互联网+二手车发展前景

第九节 二手汽车市场投融资情况分析

一、二手汽车行业投资动态

- (1) 长城汽车股份有限公司与丰车签署二手车战略合作协议
- (2) 启辕汽车与淘宝二手车达成战略合作
- (3) TUV南德与淘车开展合作，助力二手车服务体系
- (4) 车置宝与路虎捷豹达成“认证二手车采购”深度合作

二、二手汽车行业融资动态

- (1) 二手车交易平台Cazoo获1亿英镑融资，推动二手车交易线上化
- (2) 二手车零售平台Spinny获4370万美元B轮融资
- (3) 二手车交易平台Carsome融资5000万美金
- (4) 二手车平台Frontier融资4亿美元

三、二手汽车行业投融资趋势

第十节 二手汽车市场重点企业分析

一、人人车

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、瓜子二手车

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

三、优信二手车

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、车王二手车

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

五、互联网+二手车交易平台分析

第五章 中国汽车用品市场分析

第一节 汽车用品行业发展状况分析

一、汽车用品行业规模分析

二、汽车用品行业利润分析

三、汽车用品市场结构分析

第二节 汽车用品竞争状况分析

一、汽车用品企业品牌格局分析

二、国内汽车用品竞争力缺陷分析

- (1) 有规模，但知名品牌不多
- (2) 产品同质化严重，创新程度不高
- (3) 汽车用品市场的价格缺少透明度也是目前汽车用品行业存在的另一缺陷
- (4) 行业专业化程度不高，人才已经成为制约行业发展的瓶颈
- (5) 忽视企业文化，导致企业没有灵魂

第三节 汽车用品营销渠道分析

一、汽车用品主要营销渠道分析

- (1) 汽配城及汽车用品店
- (2) 大型汽车用品超市
- (3) 汽车4S店
- (4) 网购汽车用品

二、“深度营销”理论导入解析

- (1) 深度营销简介
- (2) 汽车用品深度营销的必要性
- (3) 深度营销在行业中的应用

三、汽车用品渠道存在问题分析

- (1) 渠道集中度低、渠道管理难度大
- (2) 终端服务不规范
- (3) 渠道自身管理缺乏规范

第四节 汽车用品消费市场特征分析

一、汽车用品整体消费特点

- (1) 私家车消费趋于大众化
- (2) 汽车用品销售市场调整
- (3) 二三线城市成新兴市场
- (4) 南方汽车消费市场活跃

二、汽车用品消费群体比较

三、汽车用品购买行为分析

四、不同产品受关注度分析

五、汽车用品消费者购买途径分析

第五节 汽车电子市场发展分析

一、全球汽车电子市场分析

(1) 汽车电子市场需求分析

二、中国汽车电子市场发展分析

(1) 汽车电子市场发展现状

(2) 汽车电子市场存在问题

(3) 汽车电子市场规模分析

(4) 汽车电子市场发展趋势

(5) 汽车电子市场发展预测

三、中国汽车电子市场竞争分析

第六节 汽车座椅市场分析

一、全球汽车座椅市场分析

(1) 汽车座椅区域竞争格局

(2) 汽车座椅企业竞争格局

(3) 汽车座椅市场发展趋势

二、中国汽车座椅市场发展

(1) 汽车座椅行业发展现状

(2) 汽车座椅行业规模分析

(3) 汽车座椅市场结构分析

(4) 汽车座椅行业存在问题

三、儿童安全座椅市场分析

(1) 儿童安全座椅立法分析

(2) 儿童安全座椅合格率分析

(3) 儿童安全座椅市场生产现状

(4) 儿童安全座椅市场需求分析

(5) 儿童安全座椅销售渠道分析

第七节 汽车用品市场重点企业分析

一、广东德联集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、广州市标榜汽车用品实业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

三、广州车邦汽车用品制造有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、深圳市航盛电子股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

五、厦门金龙汽车座椅有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第六章 中国汽车养护与维修市场分析

第一节 汽车养护市场概述

- 一、汽车养护市场界定
- 二、汽车养护市场分类
- 三、汽车养护服务项目

第二节 汽车养护市场发展分析

- 一、汽车养护市场运营模式
- 二、汽车养护市场利润分析
- 三、汽车养护市场技术状况
- 四、汽车美容市场分析
 - (1) 汽车美容服务产品
 - (2) 国外汽车美容发展
 - (3) 中国汽车美容市场发展
 - (4) 中国汽车美容存在问题

五、汽车装饰市场分析

- (1) 汽车装饰服务产品
- (2) 汽车装饰市场发展现状
- (3) 汽车装饰市场发展趋势
- (4) 汽车装饰市场竞争格局

六、汽车养护市场存在问题

七、汽车养护市场发展趋势

第三节 汽车养护市场结构分析

一、汽车养护市场客户结构

二、汽车养护服务需求结构

三、汽车养护市场消费结构

第四节 汽车维修市场发展分析

一、国外汽车维修市场分析

- (1) 美国汽车维修市场发展
- (2) 德国汽车维修市场发展
- (3) 日本汽车维修市场发展
- (4) 加拿大汽车维修市场发展

二、国外汽车维修企业分析

- (1) 美国汽车维修连锁店NAPA
- (2) 德国博世(BOSCH)公司
- (3) 日本AUTOBACS汽修连锁
- (4) 澳大利亚REPCO汽修连锁

三、中国汽车维修市场分类

四、中国汽车维修经营模式

五、中国汽车维修发展现状

六、中国汽车维修存在问题

七、汽车维修发展趋势分析

第五节 汽车维修市场经营情况

一、汽车维修行业发展概况

- (1) 行业发展现状分析
- (2) 行业市场规模分析

二、汽车维修成本结构分析

三、汽车维修从业人员结构

四、汽车维修市场客户结构

五、汽车维修市场企业结构

六、汽车维修竞争格局分析

七、反垄断对市场影响分析

(1) 纵向垄断现状分析

(2) 纵向垄断影响分析

(3) 反垄断动态分析

第六节 汽车改装市场分析

一、国外汽车改装市场发展

(1) 国外汽车改装市场发展现状

(2) 国外汽车改装市场类型分类

(3) 国外汽车改装市场规模分析

二、国内汽车改装市场发展

(1) 汽车改装市场发展历程

(2) 汽车改装市场发展现状

(3) 汽车改装市场存在问题

(4) 汽车改装政策分析

(5) 国内汽车改装市场规模

三、国内汽车改装市场结构

(1) 汽车改装市场区域结构

(2) 汽车改装车型结构分析

(3) 汽车改装消费结构分析

(4) 汽车改装需求结构分析

第七节 互联网+汽车维修养护发展分析

一、互联网+汽车维修养护发展现状

(1) 传统企业电商化

(2) 维修企业平台化

二、互联网+汽车维修养护发展模式

三、互联网+汽车维修养护渗透率

四、互联网+汽车维修养护竞争格局

五、互联网+汽车维修养护生态分析

六、互联网+汽车维修养护思维模式

七、互联网+汽车维修养护痛点与解决方案

八、互联网+汽车维修养护发展前景

第八节 汽车维修与养护重点企业分析

一、博世贸易(上海)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、深圳市元征科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、广东永泰和汽车用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、中兴-沈阳商业大厦(集团)股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、互联网+汽车维修养护平台分析

第七章 中国报废汽车回收市场分析

第一节 报废汽车回收市场发展分析

一、报废汽车回收行业发展现状分析

二、报废汽车回收行业回收模式分析

(1) 报废汽车回收主要回收模式

(2) 报废汽车回收模式对比分析

第二节 报废汽车回收市场总体市场分析

一、报废汽车回收行业经营规模

二、报废汽车回收拆解情况分析

三、报废汽车回收拆解再生资源分析

(1) 拆解所获再生资源的种类分析

(2) 拆解所获再生资源的价格分析

四、报废汽车回收行业竞争分析

五、报废汽车回收行业回收规模分析

第三节 汽车零部件再制造市场分析

一、行业发展相关概述

(1) 汽车零部件再制造的界定

(2) 汽车零部件再制造的发展

二、行业发展现状分析

三、行业市场发展前景

第四节 中国报废汽车回收市场前景预测

一、报废汽车数量预测

二、报废汽车回收市场预测

第五节 报废汽车拆解业重点企业分析

一、广东省金属回收有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、深圳市报废车回收有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、鑫广绿环再生资源股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、江苏苏北废旧汽车家电拆解再生利用有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第八章 新能源汽车充电基础设施市场分析

第一节 新能源汽车充电基础设施概述

一、充电基础设施界定

二、新能源汽车充电模式

(1) 常规充电模式分析

(2) 快速充电模式分析

(3) 机械充电模式分析

(4) 自动充电模式分析

(5) 无线充电模式分析

三、充电基础设施运营模式

(1) 国外商业运营模式分析

(2) 国内商业运营模式分析

第二节 新能源汽车充电基础设施发展现状

一、新能源汽车充电基础设施需求分析

(1) 新能源汽车产销分析

(2) 新能源汽车产品结构

(3) 新能源汽车品牌结构

(4) 新能源汽车前景预测

二、新能源汽车充电基础设施建设情况

(1) 中国电动汽车充电桩建设规模

(2) 中国电动汽车充电桩市场结构

第三节 互联网+充电基础设施发展情况分析

一、互联网+充电基础设施发展现状

二、互联网+充电基础设施运营模式

三、互联网+充电基础设施投融资模式

四、互联网+充电基础设施市场规模

五、互联网+充电基础设施市场竞争

六、互联网+充电基础设施痛点与解决方案

七、互联网+充电基础设施发展趋势与前景预测

第四节 重点地区充电基础设施建设与运营分析

一、北京市充电基础设施建设与运营分析

(1) 市场政策与规划

(2) 市场需求分析

(3) 市场规模分析

(4) 发展前景预测

二、上海市充电基础设施建设与运营分析

(1) 市场政策与规划

(2) 市场需求分析

(3) 市场规模分析

(4) 发展前景预测

三、广州市充电基础设施建设与运营分析

- (1) 市场政策与规划
- (2) 市场需求分析
- (3) 市场规模分析
- (4) 发展前景预测

四、深圳市充电基础设施建设与运营分析

- (1) 市场政策与规划
- (2) 市场需求分析
- (3) 市场规模分析
- (4) 发展前景预测

五、杭州市充电基础设施建设与运营分析

- (1) 市场政策与规划
- (2) 市场需求分析
- (3) 市场规模分析
- (4) 发展前景预测

第五节 新能源汽车充电基础设施企业分析

一、国家电网有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、特来电新能源有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

三、万帮充电设备有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、上海上汽安悦充电科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、中国普天信息产业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第九章 中国汽车后市场的重点区域分析

第一节 珠三角地区汽车后市场分析

一、广州市汽车后市场发展分析

(1) 广州市汽车保有量及其增长

(2) 广州市汽车后市场发展现状

(3) 广州市汽车后市场竞争格局

(4) 广州市汽车后市场前景展望

二、深圳市汽车后市场发展分析

(1) 深圳市汽车保有量及其增长

(2) 深圳市汽车后市场发展现状

(3) 深圳市汽车后市场竞争格局

(4) 深圳市汽车后市场前景展望

三、东莞市汽车后市场发展分析

(1) 东莞市汽车保有量及其增长

(2) 东莞市汽车后市场发展现状

(3) 东莞市汽车后市场竞争格局

(4) 东莞市汽车后市场前景展望

第二节 长三角地区汽车后市场分析

一、上海市汽车后市场发展分析

(1) 上海市汽车保有量及其增长

(2) 上海市汽车后市场发展现状

(3) 上海市汽车后市场竞争格局

(4) 上海市汽车后市场前景展望

二、浙江省汽车后市场发展分析

(1) 浙江省汽车保有量分析

(2) 浙江省汽车后市场发展现状

(3) 浙江省汽车后市场竞争格局

(4) 浙江省汽车后市场前景展望

三、江苏省汽车后市场发展分析

- (1) 江苏省汽车保有量及其增长
- (2) 江苏省汽车后市场发展现状
- (3) 江苏省汽车后市场竞争格局
- (4) 江苏省汽车后市场前景展望

第三节 环渤海地区汽车后市场分析

一、北京市汽车后市场发展分析

- (1) 北京市汽车保有量及其增长
- (2) 北京市汽车后市场发展现状
- (3) 北京市汽车后市场竞争状况
- (4) 北京市汽车后市场前景展望

二、天津市汽车后市场发展分析

- (1) 天津市汽车保有量及其增长
- (2) 天津市汽车后市场发展现状
- (3) 天津市汽车后市场竞争格局
- (4) 天津市汽车后市场前景展望

三、山东省汽车后市场发展分析

- (1) 山东省汽车保有量及其增长
- (2) 山东省汽车后市场发展现状
- (3) 山东省汽车后市场竞争格局
- (4) 山东省汽车后市场前景展望

四、河北省汽车后市场发展分析

- (1) 河北省汽车保有量及其增长
- (2) 河北省汽车后市场发展现状
- (3) 河北省汽车后市场竞争格局
- (4) 河北省汽车后市场前景展望

第四节 东北地区汽车后市场分析

一、黑龙江省汽车后市场发展分析

- (1) 黑龙江省汽车保有量及其增长
- (2) 黑龙江省汽车后市场发展现状
- (3) 黑龙江省汽车后市场竞争格局
- (4) 黑龙江省汽车后市场前景展望

二、吉林省汽车后市场发展分析

- (1) 吉林省汽车保有量及其增长
- (2) 吉林省汽车后市场发展现状

- (3) 吉林省汽车后市场竞争格局
- (4) 吉林省汽车后市场前景展望
- 三、辽宁省汽车后市场发展分析
 - (1) 辽宁省汽车保有量及其增长
 - (2) 辽宁省汽车后市场发展现状
 - (3) 辽宁省汽车后市场竞争格局
 - (4) 辽宁省汽车后市场前景展望
- 第五节 中西部地区汽车后市场分析
 - 一、四川省汽车后市场发展分析
 - (1) 四川省汽车保有量及其增长
 - (2) 四川省汽车后市场发展现状
 - (3) 四川省汽车后市场竞争格局
 - (4) 四川省汽车后市场前景展望
 - 二、湖北省汽车后市场发展分析
 - (1) 湖北省汽车保有量及其增长
 - (2) 湖北省汽车后市场发展现状
 - (3) 湖北省汽车后市场竞争状况
 - (4) 湖北省汽车后市场前景展望
 - 三、重庆市汽车后市场发展分析
 - (1) 重庆市汽车保有量及其增长
 - (2) 重庆市汽车后市场发展现状
 - (3) 重庆市汽车后市场竞争状况
 - (4) 重庆市汽车后市场前景展望
 - 四、陕西省汽车后市场发展分析
 - (1) 陕西省汽车保有量及其增长
 - (2) 陕西省汽车后市场发展现状
 - (3) 陕西省汽车后市场竞争格局
 - (4) 陕西省汽车后市场前景展望

第十章 中国汽车后市场投资趋势与前景预测

1 第一节 汽车后市场投资风险分析

- 一、汽车后市场政策风险
- 二、汽车后市场经济波动风险
- 三、汽车后市场风险
- 四、汽车后市场供需风险

1 第二节 汽车后市场投资特性与机会分析

一、汽车后市场进入壁垒

二、汽车后市场盈利模式

三、汽车后市场需求影响因素

四、汽车后市场投资机会及建议

(1) 汽车后市场投资机会

(2) 汽车后市场投资建议

(3) 汽车后市场产业园区建设

1 第三节 汽车后市场发展趋势与前景预测

一、汽车后市场发展趋势

(1) 行业整合将继续，微利时代的来临

(2) 市场争夺更加激烈

(3) 品牌战将代替价格战、品质战

(4) 将有更多的汽车后市场企业以“复制”的方式收购中小企业

(5) 政府将继续加大对汽车后市场产业的扶持

(6) 展会营销仍是主流推广模式，网络营销和传统渠道销售模式将长期并存

二、汽车保有量预测分析

三、汽车后市场预测分析

图表目录

图表1：中国汽车后市场的业务内容分析

图表2：中国汽车后市场渠道模式分析

图表3：2017-2020年中国汽车后市场政策汇总表

图表4：汽车金融相关政策汇总表

图表5：汽车租赁相关政策汇总表

图表6：二手车相关政策汇总表

图表7：汽车维修/养护/改装相关政策汇总表

图表8：报废汽车回收相关政策汇总表

图表9：充电基础设施相关政策汇总表

图表10：2017-2020年中国GDP增长走势图（单位：亿元）

图表11：2017-2020年中国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表12：2017-2020年中国城镇人口比重（单位：%）

图表13：2017-2020年中国汽车制造业营业收入（单位：亿元）

图表14：2017-2020年中国汽车进出口数量（单位：万辆）

图表15：2017-2020年中国网民规模（单位：万人，%）

图表16：中国汽车后市场发展历程分析

图表17：汽车后市场生命周期图

图表18：2017-2020年中国汽车后市场行业投融资情况（单位：亿元）

图表详见报告正文 （GYSYL）

【简介】

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。《2020年中国汽车后市场行业前景研究报告-行业规模现状与发展战略规划》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、阿里巴巴、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。

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/503246503246.html>