

2016-2022年中国汽车养护市场现状调查及发展动向预测报告

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《2016-2022年中国汽车养护市场现状调查及发展动向预测报告》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/235779235779.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

产业现状

汽车养护行业包括汽车精品、用品、美容、快修及改装等类别。随着“三分靠修，七分靠养”的以养代修理念逐渐深入人心，汽车已经逐渐从“大拆大卸”的维修方式向“以维护为主，视情维修”的方式过渡，汽车美容养护行业迎来发展的大好时代。我国的汽车美容养护行业还处在起步阶段，随处可见的汽修店、养护中心等，不具备汽车美容养护的技术要求并且经营模式也不健全，但是这个行业未来的发展前景是广阔和巨大的，汽车美容养护行业终会作为一种新兴服务产业呈现在人们的面前。此外，互联网与汽车养护行业的融合使得O2O上门保养公司迎来发展机遇。从2013年开始，卡拉丁、e保养、博湃、后卡等创业公司纷纷踏入上门保养的行列。2014年，这些汽车养护O2O服务平台都获得了不同程度的融资，其中博湃养车获得数千万人民币的A轮融资；养车类应用“养车点点”在2014年9月完成了A轮400万美元融资后，又于12月完成3000万美元B轮融资。大量资本的介入无疑将助推汽车养护行业的进一步发展。与此同时，汽车用品市场也得到迅速的发展，越来越多的车主趋向于到网站上购买汽车用品，使得汽车用品市场呈现高度电商化局面。据了解，2014年我国全年汽车用品市场销量达到5300亿，2015年有望突破6000亿。在汽车改装方面，当前中国虽已成世界第一大汽车生产与消费国，但是汽车改装市场规模却不及美国的1/10，中国汽车改装市场潜力巨大。目前，我国汽车改装市场面临着缺乏行业法规的尴尬，规模不大、专业化不足、品牌化不够等诸多问题，成为阻碍国内汽车改装市场快速发展的瓶颈。

市场容量

2014年中国汽车售后服务市场规模已经超过8000亿元，预计2015年整个售后服务市场规模将超过万亿元。汽车后市场正在成为整个产业链条上的新兴增长点。随着国内车市转向微增长时代，汽车销售的利润空间被压缩得越来越小。相反，汽车维修、保养、零配件、美容、改装、油品等汽车后市场成为汽车厂家新的利润增长点。未来，汽车美容养护消费将会逐渐变成车主的一种日常消费。据了解，单汽车美容一项，在全球汽车美容业15000亿美元的产值中，美国为4000亿美元，占美国汽车保修行业的80%；而我国的汽车美容业产值仅为370亿人民币，占全球产值的0.24%，为美国的0.7%。我国拥有私人高档汽车的车主有60%会给自己的爱车做美容养护，私人低档汽车车主30%以上会适时地给自己的车做美容养护。单汽车美容一项，中国平均每辆车每年美容费用为1552.3元，行业总收入达250多亿元。中国当前汽车保有量已达1.54亿辆，如果按每辆车每年平均在美容养护上花费2000~3000元的话，汽车美容养护行业的市场规模可达到3200~4800亿元左右。

市场格局

国的汽车美容护理业到1994年时才刚出现，但发展很快，据有关资料数据显示，目前我国汽车养护行业仅一、二类企业就多达30万家，从业人员超过300万人，而且还以每年10%以上的速度不断增长。虽然我国各大中城市发展很快，但是建设不配套，缺乏停车场所，

导致大量汽车只能露天栖息，饱受风吹、雨淋、日晒的无奈，致使爱车的车主们对汽车的清洁美容护理日益重视。于是一批由抹布擦车族组成的团队迅速壮大起来，并炒热了汽车美容护理装饰行业。据统计，每年落入擦车族手中的擦车费就有3个亿。

市场前景

近些年来，我国经济蓬勃发展，随着居民收入的增长，很多有车族特别是80后更加注重汽车文化的享受。有些私家车主把汽车按照个人喜好装饰一番。另外在对汽车的保养方面，许多车主也都是不惜重金。目前我国有约60%的私家高档车车主有经常给汽车做欧式无接触式洗车的习惯，30%的低档车车主也形成了给汽车定期做洗车的观念，30%的公用高档汽车定时进行外部美容养护及清洗，还有50%以上的私车车主愿意自己动手使用产品，亲自对汽车进行美容和养护。由此可见，汽车美容业在我国有着无比巨大的市场增长空间。随着消费者的要求越来越高，国内汽车保养技术进入到了不断升级的阶段。比如，从最初的人工洗车到半自动洗车再到全自动洗车，最后到无接触式洗车，从简单的洗车——车蜡——封釉——镀膜，由于消费者的信息来源丰富，消费逐渐理性和成熟，目前洗车已成为汽车保养业和消费者都很关注的话题。另外由于汽车保养业的巨大市场吸引了大量商家投资和进入，也推动了整个洗车市场的前进。汽车美容项目逐渐出现多样化、高端化的趋势。随着汽车用户的增多，汽车后市场迅速发展起来。汽车美容店越来越受到车主的青睐，很多创业者看准商机，纷纷投资汽车保养服务项目。汽车保养行业竞争激烈，可见它的前景很可观。

发展问题

经过井喷式发展之后，行业发展目前已经到了一个重要关口，业内诸多难以克服的问题已成为发展瓶颈。近年来，消费者消费满足度一直难有起色，普通消费者对待汽车美容护理店的态度是“爱不得”、“恨不得”，字里行间流露出对店面的太多不满足：服务不满意、施工不满意、产品质量难以信赖、价格水分太多、“蒙客”、“宰客”现象屡屡出现、消费者难以找到统一衡量标准、谨慎消费、想消费而又不消费或因消费后“吃一堑，长一智”，投诉无门等等，这无形之中都影响到了店面客源的稳定性，继而影响到店面可持续盈利能力，久而久之，负面影响逐步扩大，势必会减缓行业发展推动力。目前行业现状是：业内秩序混乱、抗风险能力差、无品牌、无革新、发展滞后等等。现阶段，假冒伪劣、滥竽充数的产品在市场上泛滥成灾；一些用品集散地，各种各样的产品进进出出；太阳膜产品在市场上竟然能够出现近3000个品牌，一些门店稍稍遭遇一些风吹草动，就有可能举步维艰，面临关门危险；市场上多年以前的产品和项目仍在换着法子出售，技术等均没有实质性创新。最重要的是，从业队伍人员素质不高已经成为行业显著特征之一，尽管随着后市场的大踏步发展，已经有一批高水平高素养的人士加入这个行业，但要在一朝一夕间改变人员素质不高的现状，并非易事。

中国报告网发布的《2016-2022年中国汽车养护市场现状调查及发展动向预测报告》首先介绍了汽车养护行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对

行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国汽车养护行业发展综述

1.1 汽车养护行业的相关概述

1.1.1 汽车养护的相关概念

1.1.2 汽车养护的服务项目

1.1.3 汽车养护业务的分类

1.1.4 汽车养护的特征分析

1.1.5 行业在国民经济中的地位

1.2 汽车养护行业的发展历程

1.2.1 汽车养护行业的兴起

1.2.2 汽车养护行业的变化

1.2.3 汽车养护行业的创新

1.3 汽车养护产品及运营模式

1.3.1 汽车养护市场产品分类

1.3.2 汽车养护用品优劣对比

1.3.3 汽车养护运营模式分析

第二章 中国汽车养护行业发展环境分析

2.1 汽车养护行业政策环境分析

2.1.1 汽车产业相关政策动向

2.1.2 汽车产业发展规划解读

2.2 汽车养护行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

2.2.2 国内宏观经济环境分析

2.2.3 行业宏观经济环境分析

2.3 汽车养护行业需求环境分析

2.3.1 汽车养护需求特征分析

2.3.2 汽车养护需求趋势分析

2.4 汽车养护行业社会环境分析

2.4.1 行业发展与社会经济的协调

2.4.2 汽车养护与城市化协调分析

2.4.3 国内居民汽车消费市场分析

第三章 中国汽车后市场发展状况分析

3.1 汽车行业总体市场分析

3.1.1 汽车产销市场总体概况分析

- (1) 汽车总市场发展状况分析
- (2) 乘用车市场发展状况分析
- (3) 商用车市场发展状况分析
- (4) 汽车消费市场发展前景分析

3.1.2 2013年汽车整车制造行业经营分析

- (1) 汽车整车制造行业规模与效益分析
- (2) 汽车整车制造行业的盈利能力分析
- (3) 汽车整车制造行业的偿债能力分析

3.1.3 2013年汽车制造行业固定资产投资情况

- (1) 汽车行业固定资产投资情况分析
- (2) 汽车行业固定资产投资最新动向

3.1.4 2014年汽车行业发展趋势及预测分析

3.2 汽车后市场发展状况分析

3.2.1 汽车后市场发展状况分析

- (1) 汽车后市场行业规模分析
- (2) 汽车后市场行业利润分析

3.2.2 中国汽车保有量状况分析

- (1) 民用汽车保有量状况分析
- (2) 各省市汽车保有量规模分析
- (3) 民用汽车保有量发展趋势

3.2.3 汽车后市场行业发展前景分析

- (1) 车市利润向后市场转移
- (2) 渠道多终端服务不规范
- (3) 2014年汽车后市场发展趋势

3.2.4 汽车后市场发展策略分析

- (1) 汽车后市场运营模式分析
- (2) 汽车后市场存在问题分析
- (3) 汽车后市场发展策略分析

3.3 汽车后市场营销渠道分析

3.3.1 汽车后市场主要营销渠道

- (1) 汽车4S店营销分析
- (2) 专业展会渠道分析
- (3) 传统营销渠道分析

3.3.2 深度营销理论导入解析

- (1) 深度营销理论的简介
- (2) 深度营销必要性分析
- (3) 深度营销在行业中的应用

3.3.3 汽车后市场渠道存在问题

3.3.4 国内汽车4S店营销模式分析

- (1) 汽车品牌专卖店营销模式
- (2) 汽车交易市场营销模式
- (3) 汽车工业园区营销模式
- (4) 汽车连锁销售营销模式
- (5) 电子商务模式营销模式

第四章 中国汽车养护行业市场发展分析

4.1 汽车养护行业市场状况分析

- 4.1.1 汽车养护市场发展概况分析
- 4.1.2 汽车养护市场发展规模分析
- 4.1.3 汽车养护市场利润来源分析
- 4.1.4 汽车养护市场品牌格局分析

4.2 汽车养护市场经营策略分析

- 4.2.1 汽车养护业经营模式分析
- 4.2.2 特许服务与连锁经营比较
- 4.2.3 汽车养护高端市场策略分析

4.3 汽车养护市场前景对策分析

- 4.3.1 汽车养护市场存在问题分析
- 4.3.2 汽车养护行业发展对策分析
- 4.3.3 汽车养护市场发展前景分析

第五章 中国汽车养护行业细分市场分析

5.1 中国汽车美容市场发展分析

- 5.1.1 汽车美容市场发展概况分析
- 5.1.2 汽车美容市场发展特征分析
- 5.1.3 发达国家汽车美容市场分析
- 5.1.4 汽车美容市场需求分析

- (1) 汽车美容市场需求规模
- (2) 汽车美容市场需求结构

5.1.5 汽车美容市场经营模式分析

- (1) 汽车美容店经营模式分析
- (2) 汽车美容学校经营模式分析

- (3) 汽车美容连锁经营模式分析
- 5.1.6 汽车美容店经营策略分析
 - (1) 汽车美容店营销策略
 - (2) 汽车美容店采购策略
 - (3) 汽车美容店促销策略
 - (4) 汽车美容店商品管理
- 5.1.7 汽车美容市场发展前景分析
 - (1) 汽车装饰美容店存在问题
 - (2) 汽车美容市场发展前景展望
- 5.2 中国汽车用品市场发展分析
 - 5.2.1 汽车用品行业发展状况分析
 - (1) 汽车用品发展现状分析
 - (2) 汽车用品行业规模分析
 - (3) 汽车用品行业利润分析
 - (4) 行业发展存在的问题分析
 - 5.2.2 汽车用品消费市场分析
 - (1) 汽车用品整体消费特点分析
 - (2) 汽车用品消费群体比较分析
 - (3) 汽车用品消费者购买途径分析
 - 5.2.3 汽车用品行业区域市场分析
 - (1) 广东汽车用品发展状况分析
 - (2) 浙江汽车用品发展状况分析
 - (3) 北京汽车用品发展状况分析
 - (4) 上海汽车用品发展状况分析
 - 5.2.4 汽车用品市场竞争状况分析
 - (1) 国际汽车用品竞争状况分析
 - (2) 汽车用品国际品牌竞争分析
 - (3) 国内汽车用品潜在威胁分析
 - (4) 国内汽车用品竞争缺陷分析
 - (5) 国内汽车用品品牌格局分析
 - 5.2.5 汽车用品市场发展前景预测
 - (1) 汽车用品市场发展趋势分析
 - (2) 汽车用品市场发展前景预测
- 5.3 中国汽车装饰市场发展分析
 - 5.3.1 汽车装饰相关知识概述

- (1) 汽车装饰的概述及分类
- (2) 汽车车外装饰的主要内容
- (3) 汽车车内装饰的主要内容
- 5.3.2 汽车装饰竞争状况分析
 - (1) 汽车装饰的品牌竞争分析
 - (2) 汽车装饰同质化竞争分析
 - (3) 汽车装饰品价格竞争分析
- 5.3.3 汽车装饰的投资前景分析
 - (1) 汽车装饰品行业的发展趋势
 - (2) 汽车装饰品行业的投资机会
- 5.4 中国汽车改装市场发展分析
 - 5.4.1 国内汽车改装市场分析
 - (1) 汽车改装市场发展概况分析
 - (2) 汽车改装市场发展规模分析
 - (3) 汽车改装市场重点区域分布
 - (4) 汽车改装市场的消费者分析
 - (5) 汽车改装市场供需平衡分析
 - (6) 汽车改装市场发展趋势分析
 - 5.4.2 汽车音响改装市场分析
 - (1) 汽车音响改装概念及分类
 - (2) 汽车音响设备市场发展状况
 - 1) 汽车音响设备市场发展规模
 - 2) 汽车音响设备市场供给情况
 - 3) 汽车音响设备市场需求情况
 - (3) 汽车音响改装市场需求分析
 - 1) 比赛型汽车音响改装需求分析
 - 2) 展示型汽车音响改装需求分析
 - 3) 实用型汽车音响改装需求分析
 - 5.4.3 汽车音响改装市场前景分析
 - (1) 汽车音响改装案例分析
 - 1) 奥迪车改装案例分析
 - 2) 宝马车改装案例分析
 - 3) 奔驰车改装案例分析
 - 4) 保时捷改装案例分析
 - 5) 法拉利改装案例分析

6) 凯迪拉克改装案例分析

7) 兰博基尼改装案例分析

(2) 汽车音响改装市场渠道分析

(3) 汽车音响改装消费者心理分析

(4) 汽车音响改装的市场前景预测

5.5 中国汽车快修市场发展分析

5.5.1 汽车快修市场发展状况分析

(1) 汽车快修市场发展概况

(2) 汽车快修区域市场分析

(3) 汽车快修市场趋势分析

5.5.2 汽车快修连锁的发展概况

(1) 汽车快修连锁经营的定义

(2) 汽车快修连锁市场发展状况

(3) 汽车快修连锁企业经营方式

(4) 汽车快修连锁的载体分析

5.5.3 中国快修连锁企业经营环境分析

(1) 快修连锁企业政策环境分析

(2) 快修连锁企业经济环境分析

(3) 快修连锁企业社会文化环境分析

5.5.4 部分省市汽车快修连锁经营情况

(1) 上海市汽车快修连锁业发展情况

(2) 福建省汽车快修连锁业发展情况

5.5.5 汽车快修连锁发展的路径选择

(1) 汽车快修连锁发展存在的问题

(2) 汽修企业发展快修连锁的必要性

(3) 汽车快修连锁经营的优势分析

(4) 建立汽车快修连锁企业的路径

(5) 汽车快修企业的经营策略分析

(6) 汽车快修连锁发展的政策建议

第六章 汽车养护行业重点区域市场分析

6.1 珠三角地区汽车养护市场分析

6.1.1 广州市汽车养护市场发展分析

(1) 广州市汽车消费市场分析

(2) 广州市汽车保有量及其增长

(3) 广州市汽车养护市场发展现状

- (4) 广州市汽车养护市场竞争格局
- (5) 广州市汽车养护市场前景展望
- 6.1.2 深圳市汽车养护市场发展分析
 - (1) 深圳市汽车消费市场分析
 - (2) 深圳市汽车保有量及其增长
 - (3) 深圳市汽车养护市场发展现状
 - (4) 深圳市汽车养护市场竞争格局
 - (5) 深圳市汽车养护市场前景展望
- 6.1.3 东莞市汽车养护市场发展分析
 - (1) 东莞市汽车消费市场分析
 - (2) 东莞市汽车保有量及其增长
 - (3) 东莞市汽车养护市场发展现状
 - (4) 东莞市汽车养护市场竞争格局
 - (5) 东莞市汽车养护市场前景展望
- 6.2 长三角地区汽车养护市场分析
 - 6.2.1 上海市汽车养护市场发展分析
 - (1) 上海市汽车消费市场分析
 - (2) 上海市汽车保有量及其增长
 - (3) 上海市汽车养护市场发展现状
 - (4) 上海市汽车养护市场竞争格局
 - (5) 上海市汽车养护市场前景展望
 - 6.2.2 浙江省汽车养护市场发展分析
 - (1) 浙江省汽车消费市场分析
 - (2) 浙江省汽车保有量及其增长
 - (3) 浙江省汽车养护市场发展现状
 - (4) 浙江省汽车养护市场竞争格局
 - (5) 浙江省汽车养护市场前景展望
 - 6.2.3 江苏省汽车养护市场发展分析
 - (1) 江苏省汽车消费市场份额
 - (2) 江苏省汽车保有量及其增长
 - (3) 江苏省汽车养护市场发展现状
 - (4) 江苏省汽车养护市场竞争格局
 - (5) 江苏省汽车养护市场前景展望
- 6.3 环渤海地区汽车养护市场分析
 - 6.3.1 北京市汽车养护市场发展分析

- (1) 北京市汽车消费市场分析
 - (2) 北京市汽车保有量及其增长
 - (3) 北京市汽车养护市场发展现状
 - (4) 北京市汽车养护市场竞争格局
 - (5) 北京市汽车养护市场前景展望
- 6.3.2 天津市汽车养护市场发展分析
- (1) 天津市汽车消费市场分析
 - (2) 天津市汽车保有量及其增长
 - (3) 天津市汽车养护市场发展现状
 - (4) 天津市汽车养护市场竞争格局
 - (5) 天津市汽车养护市场前景展望
- 6.3.3 山东省汽车养护市场发展分析
- (1) 山东省汽车消费市场分析
 - (2) 山东省汽车保有量及其增长
 - (3) 山东省汽车养护市场发展现状
 - (4) 山东省汽车养护市场竞争格局
 - (5) 山东省汽车养护市场前景展望
- 6.3.4 河北省汽车养护市场发展分析
- (1) 河北省汽车消费市场分析
 - (2) 河北省汽车保有量及其增长
 - (3) 河北省汽车养护市场发展现状
 - (4) 河北省汽车养护市场竞争格局
 - (5) 河北省汽车养护市场前景展望
- 6.4 东北地区汽车养护市场分析
- 6.4.1 黑龙江省汽车养护市场发展分析
- (1) 黑龙江省汽车消费市场分析
 - (2) 黑龙江省汽车保有量及其增长
 - (3) 黑龙江省汽车养护市场发展现状
 - (4) 黑龙江省汽车养护市场竞争格局
 - (5) 黑龙江省汽车养护市场前景展望
- 6.4.2 吉林省汽车养护市场发展分析
- (1) 吉林省汽车消费市场分析
 - (2) 吉林省汽车保有量及其增长
 - (3) 吉林省汽车养护市场发展现状
 - (4) 吉林省汽车养护市场竞争格局

(5) 吉林省汽车养护市场前景展望

6.4.3 辽宁省汽车养护市场发展分析

(1) 辽宁省汽车保有量及其增长

(2) 辽宁省汽车保有量及其增长

(3) 辽宁省汽车养护市场发展现状

(4) 辽宁省汽车养护市场竞争格局

(5) 辽宁省汽车养护市场前景展望

6.5 中西部地区汽车养护市场分析

6.5.1 四川省汽车养护市场发展分析

(1) 四川省汽车消费市场分析

(2) 四川省汽车保有量及其增长

(3) 四川省汽车养护市场发展现状

(4) 四川省汽车养护市场竞争格局

(5) 四川省汽车养护市场前景展望

6.5.2 湖北省汽车养护市场发展分析

(1) 湖北省汽车消费市场分析

(2) 湖北省汽车保有量及其增长

(3) 湖北省汽车养护市场发展现状

(4) 湖北省汽车养护市场竞争格局

(5) 湖北省汽车养护市场前景展望

6.5.3 湖南省汽车养护市场发展分析

(1) 湖南省汽车消费市场分析

(2) 湖南省汽车保有量及其增长

(3) 湖南省汽车养护市场发展现状

(4) 湖南省汽车养护市场竞争格局

(5) 湖南省汽车养护市场前景展望

6.5.4 重庆市汽车养护市场发展分析

(1) 重庆市汽车消费市场分析

(2) 重庆市汽车保有量及其增长

(3) 重庆市汽车养护市场发展现状

(4) 重庆市汽车养护市场竞争格局

(5) 重庆市汽车养护市场前景展望

6.6 西北地区汽车养护市场分析

6.6.1 新疆汽车养护市场发展分析

(1) 新疆汽车消费市场分析

- (2) 新疆汽车保有量及其增长
- (3) 新疆汽车养护市场发展现状
- (4) 新疆汽车养护市场竞争格局
- (5) 新疆汽车养护市场前景展望

6.6.2 陕西省汽车养护市场发展分析

- (1) 陕西省汽车消费市场分析
- (2) 陕西省汽车保有量及其增长
- (3) 陕西省汽车养护市场发展现状
- (4) 陕西省汽车养护市场竞争格局
- (5) 陕西省汽车养护市场前景展望

6.6.3 内蒙古汽车养护市场发展分析

- (1) 内蒙古汽车消费市场分析
- (2) 内蒙古汽车保有量及其增长
- (3) 内蒙古汽车养护市场发展现状
- (4) 内蒙古汽车养护市场竞争格局
- (5) 内蒙古汽车养护市场前景展望

第七章 汽车养护行业养护产品市场分析

7.1 汽车养护产品市场状况分析

- 7.1.1 汽车养护产品市场发展现状
- 7.1.2 汽车养护市场产品结构分析
- 7.1.3 汽车养护产品市场前景展望

7.2 汽车养护产品细分市场分析

- 7.2.1 润滑系统汽车养护品市场分析
- 7.2.2 燃油系统汽车养护品市场分析
- 7.2.3 冷却系统汽车养护品市场分析
- 7.2.4 传动系统汽车养护品市场分析
- 7.2.5 转向系统汽车养护品市场分析
- 7.2.6 空调系统汽车养护品市场分析
- 7.2.7 刹车系统汽车养护品市场分析
- 7.2.8 车身润滑汽车业养护品市场分析
- 7.2.9 电路系统汽车养护品市场分析

7.3 汽车养护产品市场营销策略分析

- 7.3.1 汽车用品主要营销渠道分析
 - (1) 汽配城及汽车用品店分析
 - (2) 大型汽车用品超市渠道分析

- (3) 汽车4S店的营销渠道分析
- (4) 网购汽车用品营销渠道分析
- 7.3.2 汽车养护品营销策略分析
 - (1) 汽车养护品营销渠道
 - (2) 汽车养护品营销案例
- 第八章 汽车养护行业市场竞争状况分析
 - 8.1 汽车养护行业市场竞争格局分析
 - 8.2 汽车养护行业国际市场竞争分析
 - 8.2.1 国际汽车养护市场发展状况分析
 - 8.2.2 国际汽车养护市场竞争状况分析
 - 8.2.3 跨国汽车养护企业在华投资分析
 - (1) 摩拓龙公司在华投资布局
 - (2) 巴斯力公司在华投资布局
 - (3) 龟博士公司在华投资布局
 - (4) 霍尼韦尔公司在华投资布局
 - 8.2.4 国际汽车养护市场发展趋势分析
 - 8.3 汽车养护行业国内市场竞争分析
 - 8.3.1 国内汽车养护行业竞争状况
 - 8.3.2 国内汽车养护产品市场竞争
 - 8.3.3 国内汽车美容市场竞争状况
 - (1) 汽车美容市场竞争现状分析
 - (2) 汽车美容市场发展存在问题
 - (3) 汽车美容市场发展对策分析
 - 8.3.4 国内汽车快修市场竞争状况
 - 8.4 汽车养护行业兼并与重组分析
 - 8.4.1 汽车养护行业兼并与重组概况
 - 8.4.2 汽车养护企业兼并与重组分析
 - 8.4.3 汽车养护行业兼并与重组动向
- 第九章 中国汽车养护行业主要经营分析
 - 9.1 华越汽车美容公司经营情况分析
 - 9.1.1 企业发展简况分析
 - 9.1.2 企业经营情况分析
 - 9.1.3 企业主营业务分析
 - 9.1.4 企业经营网点分析
 - 9.1.5 企业经营优劣势分析

- 9.1.6 企业最新发展动向分析
- 9.1.7 企业投资兼并与重组分析
- 9.2 九九汽车服务（连锁）有限公司经营情况分析
 - 9.2.1 企业发展简况分析
 - 9.2.2 企业主营业务分析
 - 9.2.3 企业经营模式分析
 - 9.2.4 企业组织架构分析
 - 9.2.5 企业技术人员状况
 - 9.2.6 企业经营优劣势分析
 - 9.2.7 企业最新发展动向分析
 - 9.2.8 企业投资兼并与重组分析
- 9.3 深圳市佛莱邦科技有限公司经营情况分析
 - 9.3.1 企业发展简况分析
 - 9.3.2 企业经营情况分析
 - 9.3.3 企业组织架构分析
 - 9.3.4 企业主营业务分析
 - 9.3.5 企业经营网点分析
 - 9.3.6 企业经营优劣势分析
 - 9.3.7 企业最新发展动向分析
 - 9.3.8 企业投资兼并与重组分析
- 9.4 北京车爵仕汽车用品有限公司经营情况分析
 - 9.4.1 企业发展简况分析
 - 9.4.2 企业经营模式分析
 - 9.4.3 企业组织架构分析
 - 9.4.4 企业经营网点分析
 - 9.4.5 企业技术人员状况
 - 9.4.6 企业经营优劣势分析
 - 9.4.7 企业最新发展动向分析
 - 9.4.8 企业未来发展规划分析
- 9.5 北京首汽汽车修理有限公司经营情况分析
 - 9.5.1 企业发展简况分析
 - 9.5.2 企业主营业务分析
 - 9.5.3 企业经营模式分析
 - 9.5.4 企业组织架构分析
 - 9.5.5 企业经营网点分析

9.5.6 企业经营优劣势分析

9.5.7 企业最新发展动向分析

第十章 汽车养护行业投资分析与前景预测

10.1 中国汽车养护行业投资特性分析

10.1.1 汽车养护行业进入壁垒分析

10.1.2 汽车养护行业盈利模式分析

10.1.3 汽车养护行业盈利因素分析

10.2 中国汽车养护行业投资风险分析

10.2.1 汽车养护行业政策风险分析

10.2.2 汽车养护行业经济风险分析

10.2.3 汽车养护行业经营风险分析

10.2.4 汽车养护行业供求风险分析

10.2.5 汽车养护行业原材料风险分析

10.3 中国汽车养护市场发展趋势及前景预测

10.3.1 中国汽车养护市场发展趋势分析

10.3.2 中国汽车养护市场发展前景预测

图表目录

图表 1：汽车养护服务项目分析图（单位：分钟）

图表 2：现代汽车养护与传统汽车修理维护的主要区别

图表 3：中国汽车工业有关法律法规

图表 4：汽车及零部件行业有关产业政策

图表 5：乘用车消费税税率表（单位：%）

图表 6：2005-2013年GDP总量及同比增长率（单位：亿元，%）

图表 7：2006-2013年工业增加值月度增长变化（单位：%）

特别说明：观研天下所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/235779235779.html>