

2018年中国汽车后市场市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国汽车后市场市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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/332041332041.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

汽车后市场产业链长，汽配产品高价低质、服务体验差等现象难解决，行业透明度有待进一步提高

汽车后市场不同于其他快消品市场，产业链更长，涉及到的厂商、经销商和服务企业等数量更多，在产业链上存在大量的资金流、信息流和产品物流等数据，行业复杂度和管理难度更高。

图：汽配产业存在的痛点

传统的汽车后市场配件产品从厂商到终端消费者会经过多层流通，在流通过程中会产生产品信息遗漏和缺失的现象，导致在终端销售和服务的过程中难以追溯产品信息，从而很难保证产品的正品率，影响车主消费者的服务体验。

图：汽配供应链现状

汽配电商价值在于优化经销环节，提升交易效率，使产品服务和价格透明化

图：汽配电商交易服务

维修保养服务电商模式相对成熟，线上选购和线下服务有机结合，统一服务标准，提高用户体验

汽车后市场维修保养服务电商经过多年的发展已经形成相对成熟的商业模式，企业能够有效将用户线上产品和服务的需求进行物流调度和门店分配，实现线上线下的发展状态。而维修保养电商企业快速发展的同时也在不断规范统一线下门店的服务标准，提高用户体验和用户满意度。

图：维修保养服务电商模式

汽车维修保养渠道更加多样化，维修保养服务平台快速完善业务布局

随着互联网和移动互联网技术在车后的渗透不断提高，车主消费者拥有了更多的养车可选渠道，车后服务企业快速发展，不断完善业务布局，互联网逐渐成为车主消费者养车的重要工具。

图：汽车维修保养渠道

汽车保险与车后服务结合能够有效提高车险企业用户粘性和活跃度，完善车主汽车生活数据资源，进行多项服务延伸

近年来传统汽车保险服务企业不断在汽车后市场中进行业务延伸和布局，一方面能够有效提高车险企业的用户粘性和活跃度，改善车险服务刚需但低频的现状；另一方面能够有效获取车主用户在汽车生活中的多项数据资源，完善企业内部的汽车大数据资源，提高企业数据服务能力，推出更加定制化的服务项目。与此同时，数据的完善能够帮助企业提高风控能力，进行更多汽车金融、理财等服务项目，降低风险提高收益。

图：汽车保险服务企业在汽车后市场中的业务延伸和布局

互联网车险市场痛点诸多，互联网巨头企业积极布局车险市场，推动车险互联网化进程

中国车险市场的互联网化程度相对较低，互联网车险市场存在诸多痛点和发展阻碍，随着阿里、腾讯等互联网巨头企业的入局，将会基于平台所掌握的数据资源带来更多基于用户画像的创新性产品和服务，有望能够推动车险市场互联网化进程。

图：中国互联网车车险市场的痛点及优势

观研天下发布的《2018年中国汽车后市场市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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统计局规模企业统计数据库及汽车后市场交易所等，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、汽车后市场T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 2015-2017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

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、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 国中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 2015-2017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 欧盟汽车后市场行业地区市场分析

一、欧盟汽车后市场行业市场现状分析

二、欧盟汽车后市场行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟汽车后市场行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界汽车后市场行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球汽车后市场行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、全社会消费品零售总额
- 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、汽车后市场环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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 中国汽车后市场行业供需平衡分析

第六节 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、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

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 2015-2017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分析
- 二、中国汽车后市场行业企业集中度分析

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竞争力分析

- 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 2015-2017年中国汽车后市场行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国汽车后市场行业消费特点

第二节 中国汽车后市场行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 汽车后市场行业成本分析

第三节 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

第四节 中国汽车后市场行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车后市场行业竞争环境分析（汽车后市场T）

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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024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 2018-2024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分析

四、汽车后市场行业其他风险分析

第二节 汽车后市场行业企业经营发展分析及建议

一、汽车后市场行业经营模式

二、汽车后市场行业销售模式

三、汽车后市场行业创新方向

第三节 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 2018-2024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的重点客户战略实施

- 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

第十四章 2018-2024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定价策略分析

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（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/332041332041.html>