

中国汽车后市场行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）

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《中国汽车后市场行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202312/682608.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

1、汽车后市场概述

汽车后市场简称为车后市场，是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务，它涵盖了消费者买车后所需要的一切服务，是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。大体上可分为汽车保险、汽车金融、汽车维修养护、汽车配件、汽车租赁、二手车等市场。

汽车后市场的主要种类及相关介绍

种类

相关介绍

汽车保险

汽车保险一般指机动车辆保险，简称车险，是指对机动车辆由于自然灾害或意外事故所造成的人身伤亡或财产损失负赔偿责任的一种商业保险

汽车金融

汽车金融是由消费者在购买汽车需要贷款时，可以直接向汽车金融公司申请优惠的支付方式，可以按照自身的个性化需求，来选择不同的车型和不同的支付方式

汽车养护

汽车养护是指根据车辆各部位不同材料所需的保养条件，采用不同性质的专用护理材料和产品，对汽车进行全新的保养护理的工艺流程

汽车租赁

汽车租赁是指将汽车的资产使用权从所有权中分开，出租人具有资产所有权，承租人拥有资产使用权，出租人与承租人签订租赁合同，以交换使用权利的一种交易形式

二手车市场

二手车是指从办理完注册登记手续，达到国家强制报废标准之前，进行交易并转移所有权的汽车。而二手车市场是机动车商品二次流动的場所，它具有中介服务商和商品经营者的双重属性

资料来源：观研天下整理

2、汽车产销量及保有量不断上升为汽车后市场提供充足的发展动力和空间

汽车后市场行业整体依托于汽车行业而发展，也可以简单来说汽车行业发展很大程度上决定了汽车后市场行业发展。自2021年以来，在国家疫情常态化控制、国家购置税减半及汽车消费政策促进下，我国汽车行业消费市场不断回暖。根据数据显示，2022年，我国汽车产销量分别完成2702.1万辆和2686.4万辆，同比分别增长3.4%和2.1%；截止2023年1-11月，我国汽车产销量分别为2711.1万辆、2693.8万辆，同比分别增长10%、10.8%。

数据来源：观研天下整理

同时，汽车使用年限的增加，也会出现各种汽车后市场需求。有相关资料显示，目前我国乘用车的平均车龄在6.2年以上，预计到2027年将达到8年，而同期美国及欧盟成员国的平均车龄分别为12.5年及12.6年。因此，随着我国汽车保有量和平均车龄增长，汽车服务需求也呈现出广阔的增量前景。根据数据显示，2022年，我国汽车保有量达到3.19亿辆，占机动车保有量比例提升至76.50%；截止到2023年6月底汽车保有量达到3.28亿辆。

数据来源：观研天下整理

3、汽车后市场是万亿级别的市场，汽车金融为行业最大细分市场

综上，随着汽车市场逐渐回暖，保有量及汽车平均年龄呈现稳定的增长趋势，为我国汽车后市场行业发展带来万亿市场机会。数据显示，2022年，我国汽车后市场行业市场规模达到7.3万亿元，同比增长12.3%，占国内生产总值的7.1%。预计2023年全年市场规模将达到7.8万亿元，同比增长20%，占GDP的7.2%。

数据来源：观研天下整理

其中，汽车金融为汽车后市场最大细分市场，2022年占据29%的市场份额；其次为维修保养、二手车、汽车保险、汽车用品和汽车租赁，占比分别为19%、18%、16%、15%和2%。

数据来源：观研天下整理

4、互联网巨头们开卷汽车后市场

正是如此庞大的市场规模，吸引了越来越多的企业入局汽车后市场行业，使得市场加速内卷。例如，2023年12月，字节旗下的懂车帝在线下采取授权门店合作的形式，推出线下养车业务“懂懂养车”，并在重庆与地方门店合作开设了门店，正式入局汽车后市场。其中，抖音电商平台通过直播、短视频、图文等带货模式，快速搭建汽车后市场用户生态，截止2022年9月抖音汽车后市场兴趣用户就已突破3亿，抖音电商汽车后市场订单量同比增速170.9%，在懂车帝APP内也涵盖加油、配件商城、洗车、小保养等服务。

不仅仅是字节跳动入局汽车后市场，近几年京东、阿里、滴滴、美团等互联网大厂也相继布局“天猫养车”、“京车会”和“小桔车服”等业务。像阿里旗下的天猫养车，截止2023年3月已经在全国开业门店1900家，同年10月，天猫养车在成都、武汉、杭州、上海、无锡等地同步举行备战双11的动员大会，五城有数百家门店集结联动推出“扶摇行动”，并且为此将投入千万级流量建设费用，建设天猫养车改装中心、贴膜中心。

同时，2022年8月18日，京东汽车宣布整合京东汽车供应链能力、京车会服务门店以及第三方服务网络，三剑合一推出“京东养车”品牌，截至目前，京东养车已在全国超过160座城市开设养车门店，超过4000家合作4S店及3多万家直连合作门店。

5、万亿市场的大比拼进入下半场，汽车后市场竞争将会更加火热

不过，虽然我国汽车后市场规模庞大，但市场集中度较低。近年来，随着短视频、直播电商等新兴宣传模式兴起，汽车后市场逐渐从线下实体店经营向线上转变，懂车帝、天猫养车等平台依靠自身的互联网优势，在线上占据一定市场地位，为用户带来一体化服务，同时将线上与线下进行融合，利用线上流量引流到线下，进而实现商业闭环。

但是，厂商与消费者之间信任不足、传统汽车修理厂和经销商逐渐向互联网转型等挑战也随之而来。在2023年10月，商务部等9部门联合发布了《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》，明确汽车后市场发展的总体目标和主要任务，旨在促进汽车后市场规模稳步增长，市场结构不断优化等。这也是我国首次发布专门关于汽车后市场的文件，对其发展具有指导意义。

因此，在利好政策加码下，我国汽车后市场发展迎来新机遇，各大企业将抓着这机会加速对其业务扩张与完善，行业下半场市场竞争将会更加火热。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国汽车后市场行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、汽车后市场特点分析

三、汽车后市场行业基本情况介绍

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/服务模式

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

第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2024-2031年世界汽车后市场行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球汽车后市场行业市场规模预测

第三章 中国汽车后市场行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对汽车后市场行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对汽车后市场行业的影响分析

第五节中国汽车后市场行业产业社会环境分析

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

一、影响中国汽车后市场行业市场规模的因素

二、中国汽车后市场行业市场规模

三、中国汽车后市场行业市场规模解析

第三节中国汽车后市场行业供应情况分析

一、中国汽车后市场行业供应规模

二、中国汽车后市场行业供应特点

第四节中国汽车后市场行业需求情况分析

一、中国汽车后市场行业需求规模

二、中国汽车后市场行业需求特点

第五节中国汽车后市场行业供需平衡分析

第五章 中国汽车后市场行业产业链和细分市场分析

第一节中国汽车后市场行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、汽车后市场行业产业链图解

第二节中国汽车后市场行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对汽车后市场行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对汽车后市场行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国汽车后市场行业市场竞争分析

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格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国汽车后市场行业模型分析

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、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国汽车后市场行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国汽车后市场行业SWOT分析结论

第三节 中国汽车后市场行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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平均价格趋势分析

二、中国汽车后市场行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国汽车后市场行业所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车后市场行业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 中国汽车后市场行业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 中国汽车后市场行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响汽车后市场行业区域市场分布的因素

二、中国汽车后市场行业区域市场分布

第二节 中国华东地区汽车后市场行业市场分析

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行业市场分析

(1) 华东地区汽车后市场行业市场规模

(2) 华东地区汽车后市场行业市场现状

(3) 华东地区汽车后市场行业市场规模预测

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行业市场分析

(1) 华中地区汽车后市场行业市场规模

(2) 华中地区汽车后市场行业市场现状

(3) 华中地区汽车后市场行业市场规模预测

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行业市场分析

(1) 华南地区汽车后市场行业市场规模

(2) 华南地区汽车后市场行业市场现状

(3) 华南地区汽车后市场行业市场规模预测

第五节 华北地区汽车后市场行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区汽车后市场行业市场分析

(1) 华北地区汽车后市场行业市场规模

(2) 华北地区汽车后市场行业市场现状

(3) 华北地区汽车后市场行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区汽车后市场行业市场分析

- (1) 东北地区汽车后市场行业市场规模
- (2) 东北地区汽车后市场行业市场现状
- (3) 东北地区汽车后市场行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区汽车后市场行业市场分析

- (1) 西南地区汽车后市场行业市场规模
- (2) 西南地区汽车后市场行业市场现状
- (3) 西南地区汽车后市场行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区汽车后市场行业市场分析

- (1) 西北地区汽车后市场行业市场规模
- (2) 西北地区汽车后市场行业市场现状
- (3) 西北地区汽车后市场行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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规模发展预测

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

第十三章 2024-2031年中国汽车后市场行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 汽车后市场行业风险分析

一、汽车后市场行业宏观环境风险

二、汽车后市场行业技术风险

三、汽车后市场行业竞争风险

四、汽车后市场行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国汽车后市场行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国汽车后市场行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国汽车后市场行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 汽车后市场行业营销策略分析

一、汽车后市场行业产品策略

二、汽车后市场行业定价策略

三、汽车后市场行业渠道策略

四、汽车后市场行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/682608.html>