

中国汽车后市场行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030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现状研究与投资前景预测报告（2023-2030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/202311/673181.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

一、行业基本概念

汽车后市场是指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，大体上可分为汽车金融市场、汽车保险市场、汽车养护市场、汽车用品市场、汽车文化及汽车运动市场、汽车租赁市场及二手车市场等。

二、行业市场发展情况

1、汽车保有量不断上升为我国汽车后市场提供了充足的发展动力和空间

汽车保有量不断上升带来的消费潜力，为我国汽车后市场提供了充足的发展动力和空间。随着近年来我国经济的不断增长，汽车保有量也随之不断上升，目前已是全球汽车保有量最多的国家。根据公安部10月10日发布的最新数据显示，截至2023年9月底，全国机动车保有量达4.3亿辆，其中汽车3.3亿辆，新能源汽车1821万辆；机动车驾驶人5.2亿人，其中汽车驾驶人4.8亿人。随着我国汽车保有量持续攀升，围绕汽车使用形成的后市场已经成为汽车消费的重要组成部分，为促进汽车后市场高质量发展，进一步释放汽车消费潜力。

数据来源：公安部，观研天下整理

与此同时汽车使用年限的增加，会出现各种各样的汽车后市场需求。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，不断增长的中国乘用车保有量和平均车龄意味着汽车服务需求呈现出广阔的增量前景。

2、汽车产销量的增加为我国汽车后市场的发展提供了广阔的发展空间

虽然2017-2020年市场需求疲软，产销量保持下滑态势，但我国仍是全球第一大汽车国。同时进入2021年以来，随着国内外疫情的防控措施常态化，以及在国家购置税减半政策、地方政府促汽车消费政策叠加下，我国汽车行业消费市场持续回暖，带动产销量上升。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%。2023年1-9月，我国汽车产销分别完成2107.5万辆和2106.9万辆，同比分别增长7.3%和8.2%。

数据来源：观研天下整理

3、汽车后市场是万亿级别的市场，是汽车产业链中的重要组成部分

汽车后市场是万亿级别的市场，是汽车产业链中的重要组成部分，对于提高汽车使用效率、延长汽车寿命、保障汽车安全性能、满足消费者个性化需求等方面都具有重要意义。有相关数据显示，2022年我国汽车后市场的市场规模达到7.3万亿元，比2021年增长了12.3%，占国内生产总值的7.1%。预计2023年全年，我国汽车后市场的市场规模将达到7.8万亿元，同比增长20%，占GDP的7.2%。

数据来源：公安部，观研天下整理

4、汽车金融为汽车后市场最大细分市场

目前汽车金融为汽车后市场最大细分市场。有相关数据显示，在汽车后市场中，汽车金融市场占比最大，达到了29%，为汽车后市场最大细分市场；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：公安部，观研天下整理

汽车金融市场的主体主要包括汽车金融服务公司、商业银行、汽车财务公司、信托公司、信贷联盟、汽车租赁公司和汽车保险公司等。汽车金融公司作为汽车流通产业链的重要一环，为促进推动汽车消费、助力畅通汽车产业链、支持稳定宏观经济大盘发挥了积极作用。

近几年随着汽车行业的高速发展和消费市场的不断进步，我国金融市场的市场规模呈现快速增长态势。数据显示，2022年我国汽车金融市场规模达2.5万亿元，同比增长8.7%。

数据来源：公安部，观研天下整理

5、喜迎重磅政策，汽车后市场进入新红利时代

虽然我国汽车后市场有着万亿级别的市场，但目前市场存在着高度分散、竞争不规范、产业效率提升速度较慢、服务标准需要进一步探索、消费者对后市场服务企业的认知度和信任度不高等痛点。与此同时长期以来，传统4S店在汽车后市场扮演着“顶梁柱”的角色，特别是在汽车金融、维保，以及二手车置换等方面。如今，这一市场格局正面临重塑。

因此为了促进汽车后市场规模稳步增长，更好满足消费者多样化的汽车消费需求。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》（以下简称“《指导意见》”），明确了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。

资料来源：公安部，观研天下整理

商务部等9部门发布《指导意见》，表明国家和政府正在推动汽车产业链的全方面发展，不仅要促进汽车消费，汽车后市场的市场空间也非常大。

6、“新能源汽车”后市场的商机待挖掘

相比正在落幕的燃油车，新能源汽车产业的蓬勃发展，更令人振奋。新能源汽车也在加速成为汽车后市场中的重要组成部分，其保养和维修需要更专业、更环保的技术和产品。2021年被业界人士称为新能源车“元年”，近两年产销持续保持高增速，带动了碳酸锂需求大幅度增加。数据显示，2023年我国新能源汽车产销分别完成631.3万辆和627.8万辆，同比分别增长33.7%和37.5%，市场占有率达到29.8%。其中9月新能源汽车产销分别完成87.9万辆和

90.4万辆，同比分别增长16.1%和27.7%，市场占有率达到31.6%。

数据来源：观研天下整理

近年随着新能源汽车渗透率和保有量的进一步提升，消费者对服务的需求更加多样化，新能源汽车后市场的发展也备受关注。在此背景下，新能源车企的目光也从生产端实时转移到售后端。例如，比亚迪、蔚来等车企都开始参与到汽车保险业务中，将车险作为服务抓手，开拓更多高利润的汽车后市场生态服务体系。

但与此同时，由于新能源汽车整车及零部件的集成度更高，维保作业项目将减少，维保的频次也会降低。同时传统维修技能已不适应发展的需要。因此与燃油车相比，新能源汽车售后服务的市场很不成熟，消费者汽车维修、保养需求的增长，与售后服务总体规模和能力不足的矛盾日益凸显。根据相关数据显示，现阶段售后服务在汽车产业全生命周期中的比重，发达国家的成熟市场普遍占到33%-45%；而我国的这一占比仅有12%左右，新能源汽车则不足1%。因此综上，在《指导意见》下，新能源汽车后市场发展也备受期待。

目前不少新能源车企将目光瞄向了售后端，其中，门槛较低的保险中介牌照成了众车企的选择。例如“汇鼎保险经纪”已更名为“蔚来保险经纪”，该企业此举意味着蔚来-SW在打造自身保险IP上又前进了一步。除了蔚来，小鹏汽车、理想汽车也均已通过收购现成牌照曲线获得保险中介资质。另外随着“软件定义汽车”时代的到来，在新能源汽车软件、数据服务等领域，可能会不断吸引大量的专业公司入局。可见目前还处于发展初期的新能源汽车后市场，将迎来巨大的发展机会，也将会有越来越多企业涌入。（WW）

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现状研究与投资前景预测报告（2023-2030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年中国汽车后市场行业发展概述

第一节 汽车后市场行业发展情况概述

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 2023-2030年世界汽车后市场行业分布走势预测

第七节 2023-2030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) 华南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 2023-2030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 2023-2030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 2023-2030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

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/673181.html>