

中国汽车俱乐部行业现状调研与未来趋势研究报告（2014-2019）

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《中国汽车俱乐部行业现状调研与未来趋势研究报告（2014-2019）》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/wentiule/186839186839.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

汽车俱乐部以车为纽带，构建一个交流、沟通、服务的平台，打造特色文化氛围和生活社交网络，加强会员间交流、会员和车的“交流”。

目前，中国已成为全世界汽车生产消费大国，2013年我国汽车产销量双双突破2000万辆，其中产量为2211.68万辆，同比增长14.76%；销量为2198.41万辆，同比增长13.87%。至此，中国已经连续5年蝉联全球第一。

相较于2013年整体市场，乘用车销售增速更加明显，其中乘用车共销售1792.89万辆，同比增长15.71%。值得注意的是，自主品牌乘用车市场份额下滑明显，去年共销售722.20万辆，同比增长11.4%，占乘用车销售总量的40.3%，较2012年下降1.6%。这已经是中国品牌连续第二年市场份额下滑。，仅按全国1万余家汽车4S店，有类似汽车俱乐部的车主服务组织，加之各类其他类型的汽车俱乐部，全国汽车俱乐部数量为1.59万家。

2013年我国汽车产销量双双突破2000万辆，其中产量为2211.68万辆，同比增长14.76%；销量为2198.41万辆，同比增长13.87%。至此，中国已经连续5年蝉联全球第一。

尽管汽车俱乐部总体数量庞大，但质量却差距巨大。同样是汽车消费大国的美国，有着百年历史的AAA汽车俱乐部组织，其会员规模高达4700万人，另一个汽车王国德国，也有着像ACAD那样的组织，全德汽车俱乐部，会员数量高达1700万人。而中国的汽车俱乐部，会员规模大的也就3~5万人，小的几十人几百人不等。这与中国汽车大国很不匹配。

尽管汽车俱乐部总体数量庞大，但质量却差距巨大。同样是汽车消费大国的美国，有着百年历史的AAA汽车俱乐部组织，其会员规模高达4700万人，另一个汽车王国德国，也有着像ACAD那样的组织，全德汽车俱乐部，会员数量高达1700万人。而中国的汽车俱乐部，会员规模大的也就3~5万人，小的几十人几百人不等。这与中国汽车大国很不匹配。

中国报告网发布的《中国汽车俱乐部行业现状调研与未来趋势研究报告（2014-2019）》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、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研究分析。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。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 国际汽车俱乐部产业运行概况 1

第一节 国际汽车俱乐部产业环境浅析 1

一、全球经济环境及影响分析 1

二、全球汽车产业对汽车俱乐部产业的推动作用 9

第二节 国际汽车俱乐部运行透析 10

一、国际汽车俱乐部发展演进 10

二、国际汽车俱乐部动态分析 12

三、国际汽车俱乐部发展意义及经验借鉴 13

第三节 部分汽车俱乐部产业分析 14

一、德国 14

二、意大利 14

三、日本 15

第四节 2014-2019年国际汽车俱乐部业前景预测分析 15

第二章 中国汽车俱乐部产业运行概况 17

第一节 汽车俱乐部相关概述 17

一、我国汽车俱乐部发展历程 17

二、汽车俱乐部发展意义 20

三、汽车俱乐部经营范围确定 20

第二节 中国汽车俱乐部行业现状分析 22

一、我国的汽车俱乐部还处在原始的摸索阶段 22

二、中国汽车俱乐部的规模分析 22

三、中国汽车俱乐部的地域分布特征分析 24

四、中国汽车俱乐部活动发展 25

第三节 中国汽车俱乐部的经营形式及创新性分析 28

一、围绕会员经营方式 28

二、利用会员资源经营方式 28

三、汽车俱乐部行业的经营特点分析 28

第三章 中国汽车俱乐部会员活动方式分析 31

第一节 俱乐部会员组成方式分析 31

一、无限制加入方式 31

二、限制性细分资格方式 31

三、付费加入方式 31

第二节 俱乐部会员卡管理方式 31

一、会员卡的收费情况分析 31

二、会员卡的时效性分析 32

三、会员卡的功能分析 32

第三节 俱乐部会员权责方式分析 33

一、汽车类服务 33

二、生活休闲类服务 34

三、俱乐部会员的义务 34

第四节 会员组成方式与相应服务的关系分析 35

一、松散型会员结构的相应活动分析 35

二、功能型会员结构的相应活动分析 36

三、紧密型会员结构的相应活动分析 37

第五节 会员主题活动 38

一、汽车相关主题 38

二、生活休闲相关主题 38

第四章 中国汽车俱乐部产业运行环境分析 39

第一节 国内汽车俱乐部经济环境分析 39

一、GDP历史变动轨迹分析 39

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 40

三、2014年中国宏观经济发展预测分析 43

第二节 中国汽车俱乐部行业政策环境分析 44

第五章 中国汽车俱乐部衍生经济分析 59

第一节 汽车售前咨询服务 59

第二节 汽车售后服务业务分析 59

第三节 汽车技术支持业务分析 59

第四节 汽车运动衍生经济分析 60

第五节 汽车俱乐部银企合作情况分析 60

第六节 汽车休闲活动衍生经济分析 61

第七节 俱乐部会员生活休闲衍生经济分析 62

第六章 中国汽车俱乐部潜在市场分析 64

第一节 我国汽车保有量发展分析 64

一、历年我国汽车保有量情况 64

二、未来我国保有量发展分析 64

第二节 我国用车环境发展状况分析 65

一、目前我国车主用车环境状况评估 65

二、影响未来用车环境变化的因素分析 66

第三节 汽车俱乐部潜在客户市场分析 67

一、潜在会员规模分析 67

二、潜在衍生经济市场分析 68

第四节 汽车俱乐部市场竞争优势分析 69

一、业务规模带来的竞争优势 69

二、业务差异化竞争优势 69

三、业务集中化竞争优势 70

第七章 国内外汽车俱乐部运营案例分析 71

第一节 北美AAA汽车俱乐部案例分析 71

一、发展历程及规模 71

二、运营活动情况 71

三、独特竞争优势分析 71

四、未来发展分析 72

第二节 CAA大陆汽车俱乐部案例分析 72

一、发展历程及规模 72

二、运营活动情况 73

三、独特竞争优势分析 73

四、未来发展分析 74

第三节 北京越野者汽车俱乐部案例分析 74

一、发展历程及规模 74

二、运营活动情况 74

三、独特竞争优势分析 75

四、未来发展分析 76

第四节 苏友汽车俱乐部案例分析 76

一、发展历程及规模 76

二、运营活动情况 77

三、独特竞争优势分析 78

四、未来发展分析 80

第八章 中国汽车俱乐部业的供给结构、盈利模式分析 81

第一节 汽车分销业 81

- 一、汽车分销业的发展现状 81
- 二、汽车分销主要模式及其特点 84
- 三、汽车分销服务业的盈利模式 86
- 四、汽车分销服务业的发展趋势 87

第二节 汽车维修保养业 88

- 一、汽车维修保养业的发展现状 88
- 二、汽车维修保养业的盈利模式 90
- 三、汽车维修保养业的发展趋势 91

第三节 汽车保险服务业 92

- 一、汽车保险服务业的发展现状 92
- 二、汽车保险服务业的盈利模式 92
- 三、汽车保险服务业的发展趋势 95

第四节 汽车救援行业 97

- 一、汽车救援行业现状 97
- 二、汽车救援行业的盈利模式 103
- 三、汽车救援行业的发展趋势 104

第五节 汽车金融服务业 106

- 一、汽车金融服务的主要业务类型 106
- 二、汽车金融服务业的发展 108
- 三、汽车金融服务业的盈利模式 111
- 四、汽车金融服务业的发展趋势 112

第六节 二手车交易业 116

- 一、二手车交易业的发展现状 116
- 二、二手车交易业中的主要企业 118
- 三、二手车交易业的盈利模式 122
- 四、二手车交易业的发展趋势 123

第七节 汽车加油站行业 123

- 一、汽车加油站行业现状 123
- 二、汽车加油站行业的盈利模式 125
- 三、汽车加油站行业的发展趋势 129

第九章 2014-2019年中国汽车俱乐部行业需求预测分析 131

第一节 中国汽车俱乐部行业的需求因素 131

- 一、汽车保有量与汽车俱乐部需求 131

二、人均收入与汽车俱乐部需求 132

三、汽车需求增长及其结构变化对汽车俱乐部需求的影响 134

第二节 2014-2019年中国汽车俱乐部业需求预测分析 136

第三节 2014-2019年中国汽车俱乐部盈利预测分析 136

第十章 2014-2019年中国汽车俱乐部业的投资前景预测分析 137

第一节 2014-2019年中国汽车分销业的投资机会与风险分析 137

一、汽车分销业的投资状况 137

二、汽车分销业的投资机会 138

三、汽车分销业的投资风险 141

第二节 2014-2019年中国汽车维修服务业的投资机会与风险分析 143

一、汽车维修服务业的投资状况 143

二、汽车维修服务业的投资机会 144

三、汽车维修服务业的投资风险 145

第三节 2014-2019年中国二手车交易业的投资前景与风险分析 145

一、二手车交易业的投资状况 145

二、二手车交易业的投资机会 146

三、二手车交易业的投资风险分析 146

第四节 2014-2019年中国汽车加油站的投资前景与风险分析 148

一、汽车加油站投资状况 148

二、汽车加油站投资机会 149

三、汽车加油站的投资风险 151

第五节 其他投资机会 154

一、以增值服务为主综合性汽车俱乐部 154

二、汽车用品市场 154

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/186839186839.html>