

2020-2025年中国汽车后市场连锁行业市场调研分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国汽车后市场连锁行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/channel/van/600694.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

汽车后市场被称为汽车业的黄金产业。专营汽车服务后市场的华越汽车服务公司成立于1994年是一家以产业为投资背景，以汽车后市场为目标的品牌企业，是中国汽车后市场第一家从事汽车服务经营的大型本土企业，拥有10多年的发展历程。先后涉足汽车养护，汽车美容，汽车改装维修，汽车配件基地等数十项汽车服务领域。从2001年开始资本资源化，资源利润化，已经将最优秀，最强势的技术，经营管理整合。华越集团实行战略重组，强强联合，公司经过26个月透彻的调查研究和专家的反复论证，成立华越车之星汽车技术信息服务有限公司（中国）连锁事业部，采用特许经营模式专业从事汽车美容养护装饰等服务。

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 汽车后市场连锁行业相关概述

第一节 汽车后市场连锁概念

- 一、汽车后市场连锁的定义
- 二、汽车后市场连锁的分类
- 三、汽车后市场连锁所处阶段
- 四、汽车后市场连锁发展历程

第二节 汽车后市场连锁产业链分析

- 一、产业链模型介绍
- 二、汽车后市场连锁产业链模型分析

第三节 汽车后市场连锁的几大误区

第四节 汽车车身的外表装饰

第五节 汽车美容装饰护理工具

第二章 2015-2019年世界汽车后市场连锁行业运行态势分析

第一节 2015-2019年全球汽车后市场连锁市场运行概况

- 一、全球汽车后市场连锁业现状分析
- 二、全球汽车后市场连锁行业运行环境分析
- 三、全球汽车市场数据分析
- 四、全球汽车后市场连锁动态分析

第二节 2015-2019年全球汽车后市场连锁行业商业模式分析

- 一、单项专业服务店模式
- 二、大卖场模式

三、加盟合作模式

四、零售终端店面模式

第三节 2015-2019年世界汽车后市场连锁行业部分国家运行分析

一、美国

二、英国

三、日本

第四节 2020-2025年世界汽车后市场连锁行业运行新趋势分析

第五节 全球汽车后市场连锁部分企业运行分析

一、德国博世

二、日本黄帽子 (YellowHat

三、日本澳德巴克斯 (AUTOBACS)

四、美国3M

五、美国胜牌

六、美国NAPA快修连锁

七、美国ADP (Automatic Data Processing)

八、美国AC德科快修

九、美国壳牌 (中国) 有限公司

十、德国伍尔特集团

十一、德国德尔福公司

十二、美国驰耐普

第三章 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国汽车工业占GDP比重

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、全社会固定资产投资分析

七、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业发展政策环境

一、汽车美容养护装饰服务标准

二、《汽车美容养护装饰服务管理规范》

三、汽车后市场连锁行业政策影响分析

四、汽车后市场连锁饰相关行业标准分析

第三节 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业发展社会环境分析

第四章 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业运行现状分析

第一节 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业现状分析

- 一、中国汽车后市场连锁行业现状分析
- 二、中国汽车后市场连锁行业技术特征
- 三、中国汽车后市场连锁行业发展的方向

第二节 2015-2019年中国汽车后市场连锁业运行分析

- 一、2019年掘金中国汽车后市场蕴含的巨大
- 二、汽车后市场是否会迎来“井喷”发展
- 三、汽车后市场本土企业应争取主动权
- 四、汽车用品是汽车后市场的“甜点”
- 五、我国汽车后市场生产企业转战内需市场
- 六、女性将成为未来汽车后市场增长的动力
- 七、中国汽修连锁将成为汽车后市场主要业态
- 八、汽车后市场连锁经营将是未来趋势

第三节 2015-2019年影响中国汽车后市场连锁发展的不利因素

- 一、起步较晚，发展很快
- 二、美容业管理混乱技术水平低
- 三、服务人员参差不齐
- 四、消费者的极端成本意识
- 五、汽车美容店的极端成本意识
- 六、品牌杂乱、良莠不齐、品牌力度不强
- 七、从业人员素质低，缺乏规范操作
- 八、产品同质化问题严重。
- 九、养护企业对原材料的依赖性太强

第四节 2015-2019年中国汽车后市场连锁市场环境分析

- 一、管理职能分割过细，多头管理，规章繁杂
- 二、管理职能重复，部分政策法规内容重叠矛盾
- 三、部分规章执行不到位，与现实有差距
- 四、消费者权益保护不足
- 五、社会性管理政策法规缺失
- 六、相关法律、法规不健全

第五节 2015-2019年中国汽车后市场连锁市场环境分析

- 一、汽车后市场连锁本土企业应争取主动权
- 二、汽车后市场企业如何与国外品牌竞争
- 三、乍暖还寒汽车后市场连锁仍需加紧“备衣”

四、国内的汽车后市场连锁正面临一个历史性的发展机遇

第五章 2015-2019年中国汽车后市场连锁细分领域分析

第一节 汽车美容

一、汽车美容概述

二、汽车美容类型

三、汽车美容现状分析

四、汽车美容历史发展

五、汽车美容技术发展分析

六、汽车美容价格市场的分析

七、汽车美容存在很多的陷阱

八、汽车美容未来前景

第二节 汽车装饰

一、汽车装饰行业发展现状分析

二、汽车装饰行业主要分类

三、汽车需常更新装饰品分析

四、爱车内部实用型装饰分析

五、新车装饰主要要点

六、汽车装饰美容行业区域市场分析

七、汽车装饰美容发展趋势分析

第三节 汽车养护

一、汽车养护的定义

二、汽车养护用品的现状分析

三、汽车养护蓬勃发展

四、汽车养护中国汽车养护发展规模分析

五、汽车养护行业的创新分析

六、汽车养护行业发展趋势分析

第四节 汽车电子

一、汽车电子的地位

二、汽车电子的分类

三、中国汽车电子产业发展迅速

四、中国汽车电子技术应用情况

五、中国汽车电子市场规模分析

六、中国汽车产业应坚持走精益生产之路

七、中国汽车行业发展的战略对策

第五节 汽车改装

- 一、汽车改装的介绍
- 二、汽车改装的误区
- 三、汽车改装的类型
- 四、汽车改装的文化
- 五、中国汽车改装行业现状分析
- 六、中国汽车改装市场需求分析
- 七、中国汽车改装市场发展趋势分析

第六节 汽车租赁

- 一、汽车租赁的介绍
- 二、中国汽车租赁发展现状分析
- 三、国际汽车租赁发展现状分析
- 四、中国汽车租赁发展的优势分析
- 五、汽车租赁服务的分类
- 六、汽车租赁行业发展的趋势分析

第七节 汽车专业维修

- 一、汽车专业维修介绍
- 二、中国汽车专业维修经典案例
- 三、汽车专业维修行业发展现状分析
- 四、汽车专业维修行业市场的特点
- 五、汽车专业维修行业竞争分析
- 六、汽车专业维修行业发展趋势分析

第八节 其他

- 一、汽车上使用办公用品
- 二、车主俱乐部
- 三、二手车业务
- 四、汽车融资
- 五、汽车广告
- 六、汽车资讯
- 七、汽车培训
- 八、汽车电子商务网站
- 九、汽车轮胎服务

第六章 2015-2019年中国汽车后市场连锁企业经营类型分析

第一节 汽车后市场连锁营销渠道分析

- 一、汽车后市场连锁营销渠道分析
- 二、汽车后市场连锁主要营销渠道

- (一) 4S店
- (二) 汽车美容养护店
- (三) 汽车改装店
- (四) 汽车维修店
- (五) 汽车用品超市
- (六) 汽车连锁经营店

三、汽车后市场连锁消费市场定位

第二节 汽车后市场连锁行业经营类型综述

- 一、4S店
- 二、大型汽车装潢美容企业
- 三、中型汽车装潢美容企业
- 四、小型汽车装潢美容企业

第七章 2015-2019年国内外汽车后市场连锁业商业模式分析

第一节 2015-2019年世界汽车后市场连锁行业商业模式分析

- 一、单项专业服务店模式
- 二、大卖场模式
- 三、加盟合作模式
- 四、零售终端店面模式
- 五、专业单项服务模式
- 六、品牌加盟模式
- 七、国内汽车后市场渠道模式

第二节 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业商业模式分析

- 一、转让服务网络模式
- 二、投资升值模式
- 三、附加服务模式
- 四、品牌汽车专业服务模式

第三节 2015-2019年中国汽车后市场连锁企业现有服务模式分析

- 一、汽车4S销售服务模式
- 二、独创服务品牌模式

第四节 汽车后市场连锁服务连锁经营案例探讨

- 一、美国汽车服务连锁经营介绍
- 二、发展汽车服务连锁经营的建议

第八章 2015-2019年中国汽车后市场连锁区域市场分析

第一节 东北地区

- 一、东北地区经济环境分析

二、哈尔滨汽车后市场连锁市场综述

三、沈阳汽车后市场连锁市场现状分析

四、大连汽车后市场连锁现状分析

第二节 华东地区

一、华东地区经济环境分析

二、上海汽车后市场连锁市场现状分析

三、上海汽车后市场连锁扩张力度加大，加盟多样化

四、杭州市汽车后市场连锁市场发展历程及现状

五、合肥汽车后市场连锁市场现状分析

第三节 华中地区

一、华中地经济环境分析

二、中原经济区崛汽车后市场连锁业市场受益

三、武汉汽车后市场连锁市场现状分析

四、郑州汽车后市场连锁市场新特点

第四节 华北地区

一、华北地区经济环境分析

二、北京汽车后市场连锁市场发展特点

三、北京汽车后市场连锁市场竞争激烈

四、天津汽车后市场连锁市场发展现状分析

五、兰州汽车后市场连锁市场发展现状分析

第五节 西南地区

一、西南地区经济环境分析

二、重庆市汽车后市场连锁市场发展状况分析

三、成都汽车后市场连锁市场经营特点

第六节 华南地区

一、华南地经济环境分析

二、广州汽车后市场连锁市场竞争特点

三、深圳汽车后市场连锁发展现状分析

第九章 2015-2019年中国汽车后市场连锁营销与消费情况分析

第一节 2015-2019年国内外汽车后市场连锁营销分析

一、外资汽车后市场连锁主要品牌运营方式分析

二、外资汽车后市场连锁在中国“精准营销”模式

三、外资汽车后市场连锁在国内市场营销谋变

四、汽车汽车后市场连锁网络营销迅速崛起

五、国内外汽车后市场连锁营销的差异

六、中国汽车服务连锁业营销的建议

七、未来我国汽车后市场连锁营销环境分析

第二节 2015-2019年中国汽车后市场连锁业的需求因素

一、汽车保有量与汽车美容需求

二、人均收入与汽车美容需求

第三节 2015-2019年中国汽车后市场连锁消费市场状况分析

一、汽车后市场连锁行业消费特点

二、汽车后市场连锁消费者分析

三、汽车后市场连锁消费结构分析

四、汽车后市场连锁消费的市场变化

五、汽车后市场连锁市场的消费方向

第十章 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业竞争态势分析

一、服务价位竞争

二、服务质量竞争

三、服务技术竞争

第二节 2015-2019年中国汽车后市场连锁行业竞争策略分析

一、中国汽车后市场连锁行业竞争发展情况

二、汽车后市场连锁在我国能源结构调整中的竞争战略分析

第三节 2015-2019年中国汽车后市场连锁产业的集中度分析

一、汽车后市场连锁产业的规模经济与集中度分析

二、汽车后市场连锁产业竞争主体绩效分析

第四节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业竞争趋势分析

第十一章 中国汽车后市场连锁部分企业现状分析

第一节 杭州小拇指汽车维修科技股份有限公司

第二节 河南贰仟家汽车服务股份有限公司

第三节 新焦点汽车控股技术有限公司

第四节 新奇特车业服务股份有限公司

第五节 中车汽修（集团）总公司

第六节 北京驰耐普汽车技术开发有限公司

第七节 江苏云瀚股份有限公司

第八节 芜湖亚夏汽车股份有限公司

第九节 江苏正大富通汽配连锁有限公司

第十节 深圳市元征科技股份有限公司

第十二章 2015-2019年中国汽车工业的发展分析

第一节 中国汽车工业发展总体概况

- 一、中国汽车产业的发展阶段及特点
- 二、中国已成国际最大的汽车市场
- 三、我国汽车产业国际化进程概述
- 四、中国汽车重点企业的五大发展模式

第二节 2015-2019年中国汽车行业发展分析

- 一、中国汽车行业发展综述
- 二、国内汽车工业重点企业（集团）经济运行浅析
- 三、中国汽车工业经济运行状况
- 四、中国汽车消费市场分析
- 五、2019年中国汽车行业发展分析

第三节 2015-2019年中国汽车产量分析

- 一、2018年全国及主要省份汽车产量分析
- 二、2019年全国及主要省份汽车产量趋势分析

第四节 2019年中国汽车市场价格变化分析

- 一、2019年中国汽车市场价格变化浅析
- 二、2018年我国汽车市场价格变化态势分析
- 三、2019年我国汽车市场价格运行走势分析

第五节 2015-2019年中国汽车行业存在的问题

- 一、中国汽车市场存在的主要问题
- 二、中国汽车产业亟待解决的问题
- 三、中国汽车行业品牌国际化发展不足
- 四、中国汽车行业管理亟需改进
- 五、国内汽车企业联合重组面临的困境
- 六、中国汽车产业可持续发展面临的问题

第六节 2019年中国汽车行业的发展策略

- 一、中国汽车产能过剩问题的对策
- 二、中国汽车行业品牌国际化的对策
- 三、国内汽车产业应对成本上升的发展战略
- 四、促进汽车消费市场发展的措施建议
- 五、中国汽车行业可持续发展的措施
- 六、汽车产业未来发展应遵循的方向

第十三章 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业趋势与预测分析

第一节 中国汽车后市场连锁行业发展趋势

- 一、未来汽车工业发展六大趋势

二、未来汽车后市场连锁发展趋势分析

三、汽车后市场连锁行业经营模式发展趋势

第二节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第三节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业发展预测分析

一、未来汽车后市场连锁发展分析

二、未来汽车后市场连锁行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第十四章 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业投资策略分析

第一节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业投资机会分析

一、汽车后市场连锁行业高利润探秘

二、汽车后市场连锁行业吸引力分析

三、汽车后市场连锁行业增长动力分析

第二节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业风险因素分析

一、汽车后市场连锁行业的竞争风险

二、汽车后市场连锁的项目定位存在风险

三、汽车后市场连锁行业服务特色风险

四、汽车后市场连锁行业人才流失风险

第三节 2020-2025年中国汽车后市场连锁企业竞争策略分析

一、汽车后市场连锁行业中小企业竞争策略

二、加盟汽车后市场连锁创新是关键

第四节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业投资策略分析

一、汽车后市场连锁行业投资分析

二、汽车后市场连锁连锁经营分析

三、汽车后市场连锁企业选址策略

第五节 2020-2025年中国汽车后市场连锁行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第六节 投资建议

图表目录：

图表：2015-2019年中国民用汽车保有量变化（单位：万辆）

图表：2015-2019年中国民用汽车千人拥有量（单位：辆）

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年国家外汇储备

图表：2015-2019年财政收入

图表：2015-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：中国汽车4S店主要分布情况

图表：汽车销售商利润构成图（单位：%）

图表：美国特许经销商销售收入结构图（单位：%）

图表：汽车4S店与二手车市场的竞争

图表：汽车4S店之间的竞争状况

图表：中国汽车4S店销售市场SWOT战略模型分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/van/600694.html>