

2017-2023年中国汽车延保 市场深度调查与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国汽车延保市场深度调查与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201710/12-240502.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

伴随着汽车销售市场的增长放缓，越来越多的汽车厂商开始向售后市场转移。不少汽车品牌为了吸引更多的消费者，纷纷推出了汽车延保服务。

目前国内不少品牌都将一些热销车型的保修期从2-3年调整到4-5年。其中，雷克萨斯作为日系豪华车更是以4年/10万公里免费保修保养政策在豪华车领域抢先推出了最长的免费政策。

2014-2016年我国汽车延保行业市场规模走势

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国汽车延保市场深度调查与市场运营趋势报告》共十一章。首先介绍了汽车延保行业市场发展环境、汽车延保整体运行态势等，接着分析了汽车延保行业市场运行的现状，然后介绍了汽车延保市场竞争格局。随后，报告对汽车延保做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车延保行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车延保产业有个系统的了解或者想投资汽车延保行业，本报告是您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：

第一部分 产业环境透视

第一章 汽车延保行业发展概述 1

第一节 延保行业背景及国际趋势 1

一、延保业务概述 1

二、行业背景及趋势 1

1、客户忠诚度 1

2、经销商的盈利能力 2

3、原厂配件销售 2

第二节 商业模式 2

一、产品设计 2

二、业务流程 2

三、商业模式分析 3

1、消费者层面 3

2、经销商层面	3
3、整车厂层面	4
第三节 中国延保市场的主要风险和挑战	4
一、缺少国内相关数据和缺乏经验	4
二、国内消费理念的不成熟	4
三、保修期长短	4
第四节 中国延保业务未来的发展方向	5
第二章 汽车延保行业市场环境及影响分析 (PEST)	6
第一节 行业政策环境分析 (P)	6
一、行业监管体制分析	6
二、行业主要政策动向	6
三、政策环境对行业的影响	7
第二节 行业经济环境分析 (E)	9
第三节 行业社会环境分析 (S)	12
第四节 行业技术环境分析 (T)	15
一、汽车延保现状分析	15
二、汽车延保应用技术发展分析	17
第二部分 行业深度分析	
第三章 全球汽车延保行业发展分析	19
第一节 全球汽车延保市场总体情况分析	19
一、全球汽车延保行业的发展特点	19
二、全球汽车延保市场结构	20
三、2016年全球汽车延保行业发展分析	20
四、发达国家汽车延保市场发展分布	23
第二节 全球汽车延保行业市场供需分析	26
一、2016年全球汽车延保行业供给分析	26
二、2016年全球汽车延保行业需求分析	27
第三节 全球汽车延保行业竞争状况分析	28
一、全球汽车延保行业竞争现状	28
二、全球汽车延保行业发展问题	29

第四节 全球汽车延保发展趋势分析	30
第五节 2014-2016年国际重点汽车延保企业运营分析	32

第四章 我国汽车延保行业发展分析 34

第一节 我国汽车延保行业发展状况分析 34

一、我国汽车延保行业发展阶段	34
二、我国汽车延保行业发展总体概况	35
三、我国汽车延保行业发展特点分析	36
四、我国汽车延保行业商业模式分析	37
1、 保险人主导	37
2、 整车厂/经销商主导	37
3、 第三方延保管理机构主导	38

第二节 我国汽车延保行业市场供需状况 39

一、汽车延保服务成促销新卖点	39
二、融资租赁和延保将成金融主角	40
三、我国汽车行业进入移动互联网消费时代	41

第三节 我国汽车延保市场价格走势分析 44

一、汽车延保市场定价机制组成	44
二、汽车延保市场发展影响因素	44
三、汽车延保产品价格走势分析	46

第五章 汽车延保消费行为调查 47

第一节 2015-2016年中国汽车延保行业消费规模分析 47

一、汽车延保产品结构分析	47
二、业务流程状况分析	48
三、行业服务模式分析	49
四、汽车延保市场规模分析	50

第二节 汽车延保服务购买的意愿 50

第三节 汽车延保服务购买的用户群体 52

第四节 用户购买汽车延保服务的最核心利益点 54

第三部分 竞争格局分析

第六章 汽车延保行业竞争格局分析	56
第一节 行业竞争结构分析	56
一、现有企业间竞争	56
二、潜在进入者分析	56
三、替代品威胁分析	57
四、供应商议价能力	58
五、客户议价能力	58
第二节 行业集中度分析	58
一、市场集中度分析	58
二、企业集中度分析	59
三、区域集中度分析	60
第三节 汽车延保行业主要企业竞争力分析	61
第七章 汽车延保行业上下游产业分析	64
第一节 汽车延保产业结构分析	64
第二节 上游产业分析	64
一、发展现状	64
二、发展趋势预测	65
三、市场现状分析	67
四、行业竞争状况及其对汽车延保行业的意义	68
第三节 下游产业分析	68
一、发展现状	68
二、发展趋势预测	69
三、市场现状分析	70
四、汽车延保：汽车服务与保险服务协同作战	72
第四节 汽车延保关联产业发展	75
一、我国汽车后市场发展总体概况	75
二、我国汽车后市场发展特点分析	76
三、汽车后市场发展现状	76
四、我国汽车后市场营销分析	79
第五节 汽车后市场电子商务模式分析	88
一、各行业传统经营模式及电子商务应用状况	88

二、汽车后市场现行电子商务平台模式分析	93
1、B2C平台模式	93
2、点评网模式	93
3、携程网模式	94
三、汽车后市场新电子商务平台模式构建分析	95
1、汽车后市场电子商务平台模式的创新策略	95
2、新电子商务平台架构设计	96
3、汽车后市场新电子商务平台的资源整合步骤	96
4、汽车后市场新电子商务平台的盈利模式	98
5、汽车后市场新电子商务平台的实施主体	99
6、影响汽车后市场电子商务平台模式的因素	100

第八章 中国汽车延保行业主要企业调研分析 101

第一节 宝固汽车技术服务(北京)有限公司 101

一、基本情况	101
二、运营能力分析	101
三、发展能力分析	101
四、产品结构及新产品动向	101
五、经营发展策略	106

第二节 北京华奥汽车服务有限公司 106

一、基本情况	106
二、运营能力分析	106
三、发展能力分析	107
四、产品结构及新产品动向	107
五、经营发展策略	108

第三节 上海鑫富邦汽车延保服务咨询有限公司 108

一、基本情况	108
二、运营能力分析	109
三、发展能力分析	109
四、产品结构及新产品动向	109
五、经营发展策略	109

第四节 上海利真汽车服务咨询有限公司 110

一、基本情况	110
二、运营能力分析	110
三、发展能力分析	110
四、产品结构及新产品动向	111
五、经营发展策略	112
第五节 北京汇众保延汽车技术服务有限公司	112
一、基本情况	112
二、运营能力分析	112
三、发展能力分析	112
四、产品结构及新产品动向	113
五、经营发展策略	113
第四部分 发展前景展望	
第九章 汽车延保行业发展前景预测	114
第一节 2017-2023年我国汽车延保行业需求与消费预测	114
一、2017-2023年汽车延保行业产品消费预测	114
二、2017-2023年汽车延保行业市场规模预测	115
第二节 2017-2023年我国汽车延保行业供需预测	115
一、2017-2023年汽车延保行业供给预测	115
三、2017-2023年汽车延保市场销量预测	117
第十章 我国汽车延保行业营销趋势及策略分析	119
第一节 汽车延保行业销售渠道分析	119
一、营销分析与营销模式推荐	119
二、汽车延保营销环境分析与评价	122
三、销售渠道存在的主要问题	125
四、营销渠道发展趋势与策略	126
第二节 汽车延保行业营销策略分析	128
一、中国汽车延保营销概况	128
二、汽车延保营销策略探讨	129
1、中国汽车延保产品营销策略浅析	129
2、汽车延保新产品的市场推广策略	129

第三节 汽车延保营销的发展趋势	129
一、未来汽车延保市场营销的出路	129
二、中国汽车延保营销的趋势预测	130
第十一章 2017-2023年中国汽车延保的投资风险与投资建议	131 (ZY GXH)
第一节 2017-2023年中国汽车延保制造行业的投资风险及防范	131
一、政策风险及防范	131
二、技术风险及防范	133
三、经营风险及防范	136
四、宏观经济波动风险及防范	145
五、关联产业风险及防范	149
六、产品结构风险及防范	150
七、其他风险及防范	151
第二节 制药设备行业发展战略研究	157
一、战略综合规划	157
二、技术开发战略	158
三、业务组合战略	163
四、区域战略规划	168
五、产业战略规划	177
六、营销品牌战略	179
七、竞争战略规划	184
第三节 2017-2023年中国汽车延保项目投资可行性分析	188 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2007-2016年中国GDP增速变化情况	10
图表：2008-2016年中国居民消费价格指数CPI变化情况	11
图表：2011-2016年中国人均可支配收入情况	12
图表：2011-2016年我国居民收入及消费支出情况	13
图表：2008-2016年我国城镇居民收入及消费支出情况	14
图表：2008-2016年我国农村居民收入及消费支出情况	14
图表：国外典型的第三方延保公司案例	29
图表：移动互联网汽车行业集中度	42

图表：互联网汽车发展阶段	43
图表：国内汽车延保产品举例	48
图表：2014-2016年我国汽车延保行业市场规模分析	50
图表：我国汽车主保养频率分析	52
图表：车辆保养地点及到店时的预约习惯	53
图表：不同地区的人群车辆保养地点的差异性	54
图表：汽车延保行业市场参与者	56
图表：当前中国延保行业的痛点	57
图表：不同汽车厂商延保周期对比	61
图表：不同汽车厂商延保项目对比	62
图表：不同汽车厂商延保价格对比	62
图表：汽车后市场新电子商务模式	96
图表：2017-2023年中国汽车延保行业市场规模预测	115
图表：汽车延保精细化发展	116
图表：国内主要的第三方延保提供商	117
图表：企业业务组合战略的一般步骤	168
图表：区域发展战略咨询流程图	174

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201710/12-240502.html>