

2023-2029年中国汽车后市场 连锁行业前景研究与投资前景预测报告

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

《2023-2029年中国汽车后市场连锁行业前景研究与投资前景预测报告》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/R0505/202307/19-534123.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

汽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。也就是说，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。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国汽车后市场连锁行业前景研究与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了汽车后行业市场发展环境、汽车后整体运行态势等，接着分析了汽车后行业市场运行的现状，然后介绍了汽车后市场竞争格局。随后，报告对汽车后做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车后行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车后产业有个系统的了解或者想投资汽车后行业，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 2018-2022年世界汽车后市场连锁行业运行态势分析

第一节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2023-2029年世界汽车后市场连锁行业运行新趋势分析

第五节 2022年全球汽车后市场连锁部分企业运行分析

第三章 2018-2022年中国汽车后市场连锁行业发展环境分析

第一节 2018-2022年中国宏观经济环境分析

第二节 2018-2022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 2018-2022年中国汽车后市场连锁行业发展社会环境分析

第四章 2018-2022年中国汽车后市场行业运行现状分析

第一节 2018-2022年中国汽车后市场行业现状分析

一、中国汽车后市场行业现状分析

二、中国汽车后市场行业技术特征

三、中国汽车后市场行业发展的方向

第二节 2018-2022年中国汽车后市场业运行分析

第三节 2018-2022年影响中国汽车后市场连锁发展的不利因素

第四节 2018-2022年中国汽车后市场连锁市场环境影响分析

第五节 2018-2022年中国汽车后市场连锁市场环境影响分析

第五章 2018-2022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调研
- 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 2018-2022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 2018-2022年国内外汽车后市场连锁业商业模式分析

第一节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年中国汽车后市场连锁区域市场调研

第一节 东北地区

第二节 华东地区

第三节 华中地区

第四节 华北地区

第五节 西南地区

第六节 华南地区

第九章 2018-2022年中国汽车后市场连锁营销与消费情况分析

第一节 2018-2022年国内外汽车后市场连锁营销分析

第二节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年中国汽车后市场连锁行业竞争格局分析

第一节 2018-2022年中国汽车后市场连锁行业竞争力分析

一、服务价位竞争

二、服务质量竞争

三、服务技术竞争

第二节 2018-2022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 2018-2022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 2023-2029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 2018-2022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 2018-2022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、中国汽车消费市场调研

五、2022年中国汽车行业发展分析

第三节 2018-2022年中国汽车产量分析

一、2020年全国及主要省份汽车产量分析

二、2022年全国及主要省份汽车产量趋势分析

第四节 2022年中国汽车市场价格变化分析

一、2022年中国汽车市场价格变化浅析

二、2022年我国汽车市场价格变化态势分析

三、2022年我国汽车市场价格运行走势分析

第五节 2018-2022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 2022年中国汽车行业的投资策略

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投资前景

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 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029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“十四五”整体规划及预测

第十四章 2023-2029年中国汽车后市场连锁行业投资前景研究分析

第一节 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029年中国汽车后市场连锁行业投资前景研究分析

- 一、汽车后市场连锁行业投资分析
- 二、汽车后市场连锁经营分析
- 三、汽车后市场连锁企业选址策略

第五节 2023-2029年中国汽车后市场连锁行业投资前景分析

- 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：中国汽车贷款业务经历的四个阶段

图表：中国汽车贷款业务的井喷阶段（单位：亿元，%）

图表：中国汽车贷款业务的振兴阶段

图表：各国汽车贷款渗透率（单位：%）图表 高级汽车美容装饰环境

图表：全国汽车后市场连锁产品产量及增长情况

图表：全国汽车后市场连锁产量增长对比

图表：中国汽车后市场连锁产量预测

图表：中国汽车后市场连锁产量变化趋势图

图表：中国汽车后市场连锁消费量分析

图表：中国汽车后市场连锁消费量及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁消费增长曲线分析

图表：中国汽车后市场连锁消费量模型预测

图表：中国汽车后市场连锁消费量预测

图表：中国汽车后市场连锁消费量变化趋势图

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量分析

图表：中国汽车后市场连锁市场供给量及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量分析

图表：中国汽车后市场连锁市场需求量及增长对比

图表：中国汽车后市场连锁场供需缺口分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202307/19-534123.html>