

# 2013-2017年中国汽车俱乐部 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2017年中国汽车俱乐部市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitajiaotong1306/501285AQ2H.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-06-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国汽车俱乐部市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了全球汽车俱乐部行业发展概况，接着分析了中国汽车俱乐部行业规模及消费需求，然后对中国汽车俱乐部行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车俱乐部行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车俱乐部行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国汽车俱乐部市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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”。作为汽车产业的衍生经济，汽车俱乐部在中国的发展具有广阔的前景。目前在国外成熟的汽车市场，整车销售的利润只占据汽车产业链利润的很小部分，而在汽车售后服务环节存在着较高的市场空间和利润空间。

中国汽车工业的长足发展，不仅带动了与汽车生产相关产业的发展，也造就了汽车服务业的大市场。与汽车产品的生产及销售相比，汽车俱乐部行业的进入门槛低，存在着大量的潜在客户，市场还没有被真正挖掘出来。目前，中国已成为全世界汽车生产消费大国，2010年以来年产销保持在1800万辆以上，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1.55万家。

## 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 11

#### 第二节 国际汽车俱乐部运行透析 12

##### 一、国际汽车俱乐部发展演进 12

##### 二、国际汽车俱乐部动态分析 14

##### 三、国际汽车俱乐部发展意义及经验借鉴 15

#### 第三节 部分汽车俱乐部产业分析 16

- 一、德国 16
- 二、意大利 16
- 三、日本 17
- 第四节 2013-2017年国际汽车俱乐部业前景预测分析 17

## 第二章 中国汽车俱乐部产业运行概况 19

### 第一节 汽车俱乐部相关概述 19

- 一、我国汽车俱乐部发展历程 19
- 二、汽车俱乐部发展意义 22
- 三、汽车俱乐部经营范围确定 22

### 第二节 中国汽车俱乐部行业现状分析 24

- 一、我国的汽车俱乐部还处在原始的摸索阶段 24
- 二、中国汽车俱乐部的规模分析 24
- 三、中国汽车俱乐部的地域分布特征分析 26
- 四、中国汽车俱乐部活动发展 27

### 第三节 中国汽车俱乐部的经营形式及创新性分析 30

- 一、围绕会员经营方式 30
- 二、利用会员资源经营方式 30
- 三、汽车俱乐部行业的经营特点分析 30

## 第三章 中国汽车俱乐部会员活动方式分析 33

### 第一节 俱乐部会员组成方式分析 33

- 一、无限制加入方式 33
- 二、限制性细分资格方式 33
- 三、付费加入方式 33

### 第二节 俱乐部会员卡管理方式 33

- 一、会员卡的收费情况分析 33
- 二、会员卡的时效性分析 34
- 三、会员卡的功能分析 34

### 第三节 俱乐部会员权责方式分析 35

- 一、汽车类服务 35
- 二、生活休闲类服务 36

### 三、俱乐部会员的义务 36

#### 第四节 会员组成方式与相应服务的关系分析 37

##### 一、松散型会员结构的相应活动分析 37

##### 二、功能型会员结构的相应活动分析 38

##### 三、紧密型会员结构的相应活动分析 39

#### 第五节 会员主题活动 40

##### 一、汽车相关主题 40

##### 二、生活休闲相关主题 42

## 第四章 中国汽车俱乐部产业运行环境分析 44

### 第一节 国内汽车俱乐部经济环境分析 44

#### 一、GDP历史变动轨迹分析 44

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 51

#### 三、2013年中国汽车俱乐部经济发展预测分析 53

### 第二节 中国汽车俱乐部行业政策环境分析 54

## 第五章 中国汽车俱乐部衍生经济分析 57

### 第一节 汽车售前咨询服务 57

### 第二节 汽车售后服务业务分析 57

### 第三节 汽车技术支持业务分析 58

### 第四节 汽车运动衍生经济分析 58

### 第五节 汽车俱乐部银企合作情况分析 58

### 第六节 汽车休闲活动衍生经济分析 59

### 第七节 俱乐部会员生活休闲衍生经济分析 60

## 第六章 中国汽车俱乐部潜在市场分析 62

### 第一节 我国汽车保有量发展分析 62

#### 一、历年我国汽车保有量情况 62

#### 二、未来我国保有量发展分析 63

### 第二节 我国用车环境发展状况分析 63

#### 一、目前我国车主用车环境状况评估 63

#### 二、影响未来用车环境变化的因素分析 64

### 第三节 汽车俱乐部潜在客户市场分析 65

#### 一、潜在会员规模分析 65

#### 二、潜在衍生经济市场分析 66

### 第四节 汽车俱乐部市场竞争优势分析 67

#### 一、业务规模带来的竞争优势 67

#### 二、业务差异化竞争优势 67

#### 三、业务集中化竞争优势 68

## 第七章 国内外汽车俱乐部运营案例分析 69

### 第一节 北美AAA汽车俱乐部案例分析 69

#### 一、发展历程及规模 69

#### 二、运营活动情况 69

#### 三、独特竞争优势分析 69

#### 四、未来发展分析 70

### 第二节 CAA大陆汽车俱乐部案例分析 70

#### 一、发展历程及规模 70

#### 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

### 第三节 北京越野者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

### 第四节 苏友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 75

#### 三、独特竞争优势分析 77

#### 四、未来发展分析 78

## 第八章 中国汽车俱乐部业的供给结构、盈利模式分析 79

### 第一节 汽车分销业 79

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 一、汽车分销业的发展现状    | 79  |
| 二、汽车分销主要模式及其特点  | 82  |
| 三、汽车分销服务业的盈利模式  | 84  |
| 四、汽车分销服务业的发展趋势  | 85  |
| 第二节 汽车维修保养业     | 86  |
| 一、汽车维修保养业的发展现状  | 86  |
| 二、汽车维修保养业的盈利模式  | 88  |
| 三、汽车维修保养业的发展趋势  | 89  |
| 第三节 汽车保险服务业     | 90  |
| 一、汽车保险服务业的发展现状  | 90  |
| 二、汽车保险服务业的盈利模式  | 90  |
| 三、汽车保险服务业的发展趋势  | 93  |
| 第四节 汽车救援行业      | 95  |
| 一、汽车救援行业现状      | 95  |
| 二、汽车救援行业的盈利模式   | 101 |
| 三、汽车救援行业的发展趋势   | 102 |
| 第五节 汽车金融服务业     | 104 |
| 一、汽车金融服务的主要业务类型 | 104 |
| 二、汽车金融服务业的发展    | 106 |
| 三、汽车金融服务业的盈利模式  | 109 |
| 四、汽车金融服务业的发展趋势  | 110 |
| 第六节 二手车交易业      | 114 |
| 一、二手车交易业的发展现状   | 114 |
| 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   | 123 |
| 四、二手车交易业的发展趋势   | 124 |
| 第七节 汽车加油站行业     | 124 |
| 一、汽车加油站行业现状     | 124 |
| 二、汽车加油站行业的盈利模式  | 126 |
| 三、汽车加油站行业的发展趋势  | 130 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第九章 2013-2017年中国汽车俱乐部行业需求预测分析 | 132 |
|-------------------------------|-----|

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 第一节 中国汽车俱乐部行业的需求因素                | 132 |
| 一、汽车保有量与汽车俱乐部需求                   | 132 |
| 二、人均收入与汽车俱乐部需求                    | 133 |
| 三、汽车需求增长及其结构变化对汽车俱乐部需求的影响         | 135 |
| 第二节 2013-2017年中国汽车俱乐部业需求预测分析      | 137 |
| 第三节 2013-2017年中国汽车俱乐部盈利预测分析       | 137 |
| <br>                              |     |
| 第十章 2013-2017年中国汽车俱乐部业的投资前景预测分析   | 139 |
| 第一节 2013-2017年中国汽车分销业的投资机会与风险分析   | 139 |
| 一、汽车分销业的投资状况                      | 139 |
| 二、汽车分销业的投资机会                      | 140 |
| 三、汽车分销业的投资风险                      | 143 |
| 第二节 2013-2017年中国汽车维修服务业的投资机会与风险分析 | 145 |
| 一、汽车维修服务业的投资状况                    | 145 |
| 二、汽车维修服务业的投资机会                    | 146 |
| 三、汽车维修服务业的投资风险                    | 147 |
| 第三节 2013-2017年中国二手车交易业的投资前景与风险分析  | 147 |
| 一、二手车交易业的投资状况                     | 147 |
| 二、二手车交易业的投资机会                     | 148 |
| 三、二手车交易业的投资风险分析                   | 149 |
| 第四节 2013-2017年中国汽车加油站的投資前景与风险分析   | 150 |
| 一、汽车加油站投資状况                       | 150 |
| 二、汽车加油站投資机会                       | 151 |
| 三、汽车加油站的投資风险                      | 153 |
| 第五节 其他投資机会                        | 156 |
| 一、以增值服务为主综合性汽车俱乐部                 | 156 |
| 二、汽车用品市场                          | 156 |

#### 图表目录：（部分）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度



图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitajiaotong1306/501285AQ2H.html>