

2014-2018年中国汽车后市场深度调研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

报告报价

《2014-2018年中国汽车后市场深度调研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/qitajiaotong1310/9438273IMN.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】2013-10-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2014-2018年中国汽车后市场深度调研与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了中国汽车后市场行业的概念，接着分析了中国汽车后市场行业发展环境，然后对中国汽车后市场行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车后市场行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车后市场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。

在欧美、日本等成熟市场中的汽车产业链上，20%的利润来自整车，20%来自汽车零部件，60%来自汽车服务业，后市场产生的利润要超过前市场一倍以上。而目前国内汽车销售额中制造的比重偏大，服务的比重过小：配件占37%、制造商占43%、零售占8%、服务仅占12%。看来，在整车与配件销售已与国际接轨的情形下，汽车服务市场还有很大的上升空间。随着汽车产业的强势增长，将为汽车后市场带来巨大的发展空间。

据中国消费网统计数据显示，2005年我国“汽车后市场”的营业额为880亿元，2009年猛增到2400亿元。2012年翻倍，增至4900亿元，年增长率达到了26.9%，甚至超过了我国汽车销量25%的年均增速。面对这个庞大的市场，嗅觉灵敏的国外品牌行动迅速。例如德国博世已在国内建立了500多家汽车维修店；日本最大的汽车用品经销商“黄帽子”计划在2015年前将中国直营店和加盟店数量增加到500家；美国通用汽车集团下属的维修连锁企业AC德科数年前就已进入中国，并立志成为华东汽车快修的龙头老大；德国的伍尔特集团在中国100多个城市建立起销售服务网络，致力于汽车后市场服务……

第一章 中国汽车后市场的发展综述

第一节 汽车后市场行业的相关概述

一、汽车后市场行业的定义

二、汽车后市场行业的分类

第二节 汽车后市场行业的发展概况

一、汽车后市场发展历程分析

二、汽车后市场发展阶段分析

三、汽车后市场行业规模分析

四、汽车后市场行业利润分析

第三节 汽车后市场行业的发展策略

一、汽车后市场运营模式分析

二、汽车后市场存在问题分析

三、汽车后市场发展策略分析

第二章 2013年中国汽车后市场运行环境解析

第一节 汽车后市场行业政策环境分析

- 一、汽车后市场行业监管体制
- 二、汽车后市场相关政策解读
- 三、汽车后市场发展规划解读

第二节 汽车后市场行业需求环境分析

- 一、汽车保有量及其增长情况
- 二、居民人均可支配收入情况
- 三、汽车售后市场比重过小

第三节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第三章 2013年中国后市场营销渠道分析

第一节 汽车后市场主要营销渠道

- 一、汽车4S店营销分析
- 二、专业展会渠道分析
- 三、传统营销渠道分析

第二节 深度营销理论导入解析

- 一、深度营销理论的简介
- 二、深度营销必要性分析
- 三、深度营销在行业中的应用

第三节 汽车后市场渠道存在问题

第四章 2013年中国后市场营销渠道分析-----4S店

第一节 汽车4S店的发展概况分析

- 一、汽车4S店概念及发展历程
- 二、汽车4S店的发展现状分析
- 三、汽车4S店的区域分布情况

四、汽车4S店的售后服务现状

第二节 国外汽车4S店营销模式分析

一、美国汽车4S店营销模式

二、英国汽车4S店营销模式

三、日本汽车4S店营销模式

四、德国汽车4S店营销模式

第三节 国内汽车4S店营销模式分析

一、汽车品牌专卖店营销模式

二、汽车交易市场营销模式

三、汽车工业园区营销模式

四、汽车连锁销售营销模式

五、电子商务模式营销模式

第四节 汽车4S店市场竞争格局分析

一、与二手车市场的竞争分析

二、与汽车大卖场的竞争分析

三、汽车4S店间的竞争分析

第五节 主要汽车4S店经营策略分析

一、北京现代4S店经营策略

二、东风日产4S店经营策略

三、广州本田4S店经营策略

四、奇瑞汽车4S店经营模式

第六节 汽车4S店的SWOT分析

一、汽车4S店的优势分析

二、汽车4S店的劣势分析

三、汽车4S店的机会分析

四、汽车4S店的威胁分析

第五章 2013年中国汽保市场发展动态研究

第一节 中国汽车保修设备市场分析

一、汽车保修设备市场概况

(1) 汽车保修设备发展概况

(2) 汽车保修设备市场规模

(3) 汽保设备市场品牌定位

二、汽车保修设备市场特征分析

(1) 汽保设备市场需求特征

(2) 汽保设备市场购买特征

(3) 汽保设备市场决策特征

(4) 汽保设备市场交易特征

(5) 汽保设备市场产品特征

三、汽保设备市场营销策略

(1) 汽保设备市场关系营销

(2) 汽保设备市场事件营销

四、汽保设备销售渠道分析

(1) 行业展会营销销售渠道分析

(2) 团购网络营销销售渠道分析

五、重点地区汽保设备市场分析

(1) 营口汽保设备市场分析

(2) 台州汽保设备市场分析

(3) 盐城汽保设备市场分析

(4) 山东汽保设备市场分析

第二节 中国汽车检测市场发展分析

一、汽车检测市场发展概况

(1) 汽车检测市场发展现状

(2) 汽车检测市场有利因素

(3) 汽车检测市场存在的问题

二、汽车检测技术发展分析

(1) 国外汽车检测技术发展分析

(2) 国内汽车检测技术发展分析

三、汽车检测技术发展趋势分析

(1) 汽车检测设备趋于智能化

(2) 汽车检测技术趋于规范化

(3) 汽车检测管理趋于网络化

(4) 汽车检测系统趋于综合化

第六章 2013年中国汽车金融服务市场分析

第一节 国际汽车金融行业发展概况

- 一、国际汽车金融行业的发展规模
- 二、国际汽车金融行业的发展特点
- 三、国际汽车金融行业的发展态势
- 四、国际汽车金融服务模式启示

第二节 中国汽车金融行业发展分析

- 一、汽车金融行业的发展历程分析
- 二、汽车金融行业的发展特点分析
- 三、汽车金融行业的供需状况分析
- 四、汽车金融行业证券化市场分析
- 五、汽车金融行业存在的主要问题
- 六、国内汽车金融市场规模及趋势
- 七、汽车金融行业的发展对策及建议

第三节 国内外汽车金融市场发展比较

- 一、汽车金融外部环境的比较
- 二、汽车金融服务模式的比较
- 三、汽车金融盈利模式的比较
- 四、汽车金融发展程度的比较

第七章 中国汽车融资租赁市场分析

第一节 融资租赁的相关概述

- 一、融资租赁的定义
- 二、融资租赁的基本特征
- 三、融资租赁的业务模式
- 四、融资租赁的经营范围
- 五、融资租赁的运作流程

第二节 汽车融资租赁的相关概述

- 一、汽车融资租赁的定义
- 二、汽车融资租赁的流程
- 三、汽车融资租赁的特点
- 四、汽车融资租赁的优势

五、与汽车消费信贷的比较

第三节 汽车融资租赁的发展状况

一、汽车融资租赁的发展历程

二、汽车融资租赁的发展现状

三、汽车融资租赁面临的问题

四、汽车融资租赁的发展对策

第四节 汽车融资租赁的发展前景展望

第八章 2013年中国汽车电子市场发展分析

第一节 全球汽车电子市场发展概况

一、全球汽车电子市场特征分析

1、全球汽车电子区域市场特征

2、全球汽车电子产品结构特征

二、全球汽车电子市场发展规模

1、全球汽车电子市场容量及增速

2、全球汽车电子信息市场规模

3、全球汽车电子系统市场规模

三、国际汽车电子巨头加强合作

四、全球汽车电子产业方兴未艾

五、国际汽车电子企业到中国御寒

六、全球车载导航产业市场分析

第二节 中国汽车电子市场发展分析

一、中国汽车电子市场容量分析

二、中国汽车电子市场特点分析

三、中国汽车电子分销市场分析

四、汽车电子产业基地建设动向

五、汽车电子产品功能的影响因素

六、汽车电子行业的发展对策分析

七、中国汽车电子行业SWOT分析

八、中国汽车电子市场发展对策分析

第九章 2013年中国汽车养护市场发展分析

第一节 中国汽车养护市场分析

一、汽车养护市场发展概况分析

二、汽车养护市场运营模式分析

三、汽车养护市场利润来源分析

四、汽车养护市场品牌格局分析

五、汽车养护市场存在问题分析

六、汽车养护行业发展对策分析

第二节 中国汽车美容市场分析

一、汽车美容市场发展概况分析

二、汽车美容市场发展特征分析

三、发达国家汽车美容市场分析

四、汽车美容市场需求状况分析

五、汽车美容市场经营模式分析

第三节 中国汽车用品市场分析

一、汽车用品行业发展状况分析

(1) 汽车用品发展现状分析

(2) 汽车用品行业规模分析

(3) 汽车用品行业利润分析

(4) 行业发展存在的问题分析

二、汽车用品主要营销渠道分析

(1) 汽配城及汽车用品店分析

(2) 大型汽车用品超市渠道分析

(3) 汽车4S店的营销渠道分析

(4) 网购汽车用品营销渠道分析

三、汽车用品消费市场分析

(1) 汽车用品整体消费特点分析

(2) 汽车用品消费群体比较分析

(3) 汽车用品消费者购买途径分析

四、汽车用品行业区域市场分析

(1) 广东汽车用品发展状况分析

(2) 浙江汽车用品发展状况分析

(3) 北京汽车用品发展状况分析

(4) 上海汽车用品发展状况分析

五、汽车用品市场竞争状况分析

(1) 国际汽车用品竞争状况分析

(2) 汽车用品国际品牌竞争分析

(3) 国内汽车用品潜在威胁分析

(4) 国内汽车用品竞争缺陷分析

(5) 国内汽车用品品牌格局分析

六、汽车用品市场发展前景预测

(1) 汽车用品市场发展趋势分析

(2) 汽车用品市场发展前景预测

第四节 中国汽车装饰市场分析

一、汽车装饰相关知识概述

(1) 汽车装饰的概述及分类

(2) 汽车车外装饰的主要内容

(3) 汽车车内装饰的主要内容

二、汽车装饰竞争状况分析

(1) 汽车装饰的品牌竞争分析

(2) 汽车装饰同质化竞争分析

(3) 汽车装饰品价格竞争分析

三、汽车装饰的投资前景分析

(1) 汽车装饰品行业的发展趋势

(2) 汽车装饰品行业的投资机会

(3) 汽车装饰品行业前景预测

第五节 中国汽车改装市场分析

一、国际汽车改装市场分析

(1) 国际汽车改装市场发展概况

(2) 国际汽车改装展会发展特点

(3) 国际汽车改装市场品牌格局

(4) 国际主要汽车改装市场概况

二、国际重点汽车改装企业分析

(1) 搏速汽车 (Brabus) 公司

(2) 劳伦士 (Loutlos) 公司

(3) 日本HKS公司

(4) 澳大利亚TJM公司

三、国内汽车改装市场分析

(1) 汽车改装市场发展概况

(2) 汽车改装市场规模分析

(3) 汽车改装市场消费者分析

(4) 汽车改装市场经营方式分析

(5) 汽车改装市场品牌竞争分析

(6) 汽车改装市场发展趋势分析

四、汽车音响改装市场分析

(1) 汽车音响改装概念及分类

(2) 汽车音响设备市场发展状况

(3) 汽车音响改装市场需求分析

(4) 汽车音响改装案例分析

(5) 汽车音响改装市场渠道分析

(6) 汽车音响改装消费者心理分析

(7) 汽车音响改装的市场前景预测

第十章 2013年中国汽车维修市场发展分析

第一节 中国汽车维修行业的发展状况

一、中国汽车维修行业的经营情况

二、中国汽车维修行业的发展现状

三、中国汽车维修行业存在的问题

四、中国汽车维修行业发展的措施

第二节 中国汽车维修行业经营模式分析

一、传统汽车维修与现代汽车维修的比较

(1) 传统汽车维修与现代汽车维修的概念

(2) 传统汽车维修与现代汽车维修的关系

(3) 现代汽车维修企业的经营理念及思路

二、汽车维修行业成本构成及发展概况

(1) 汽车维修行业成本发展概况分析

(2) 汽车维修行业成本构成状况分析

三、中国汽车维修行业经营和销售模式

- (1) 汽车维修行业四位一体模式
- (2) 汽车维修行业连锁经营模式
- (3) 汽车维修行业特约服务站模式
- (4) 汽车维修行业独立经营模式
- (5) 汽车维修企业经营模式的比较
- (6) 汽车维修行业的经营模式亟待转变

第三节 中国汽车快修连锁店发展状况分析

一、汽车快修连锁企业经营方式

二、汽车快修连锁的载体分析

三、中国快修连锁企业经营环境分析

三、部分省市汽车快修连锁经营情况

- (1) 上海市汽车快修连锁业发展情况
- (2) 福建省汽车快修连锁业发展情况

四、中国汽车快修连锁发展的路径选择

- (1) 汽车快修连锁发展存在的问题
- (2) 汽修企业发展快修连锁必要性
- (3) 汽车快修连锁经营的优势分析
- (4) 建立汽车快修连锁企业的路径
- (5) 汽车快修企业的经营策略分析
- (6) 汽车快修连锁发展的政策建议

第十一章 中国二手车及汽车租赁市场分析

第一节 中国二手车市场发展分析

一、国外二手车市场发展概况

- (1) 美国二手车市场发展现状
- (2) 日本二手车市场发展现状
- (3) 澳大利亚二手车市场现状
- (4) 国外二手车市场发展特征

二、国内二手车市场发展现状

- (1) 二手车市场的发展阶段
- (2) 二手车市场的交易规模

(3) 全国新旧车交易量对比

(4) 二手车品种与区域分布

三、二手车市场制度环境分析

(1) 二手车市场准入制度

(2) 二手车市场税收制度

(3) 二手车市场评估制度

(4) 二手车市场政策环境

四、二手车市场的影响因素

五、二手车市场消费者调查

第二节 中国汽车租赁市场发展分析

一、中国汽车租赁行业的发展历程

二、中国汽车租赁行业的发展规模

三、中国汽车租赁行业的发展特点

四、中国汽车租赁行业的影响因素

五、中国汽车租赁行业的生命周期

六、中国汽车租赁行业发展新动向

第三节 汽车租赁行业市场竞争状况分析

一、汽车租赁行业总体竞争状况分析

二、国际汽车租赁市场竞争格局分析

三、跨国公司在投资布局

四、跨国公司在竞争策略分析

五、国内汽车租赁市场竞争格局分析

六、国内汽车租赁行业竞争结构分析

七、国内领先租车企业发展战略分析

第十二章 2013年中国汽车后市场的重点区域分析

第一节 珠三角地区汽车后市场分析

一、广州市汽车后市场发展分析

(1) 广州市汽车保有量及其增长

(2) 广州市汽车后市场发展现状

(3) 广州市汽车后市场竞争格局

(4) 广州市汽车后市场前景展望

二、深圳市汽车后市场发展分析

- (1) 深圳市汽车保有量及其增长
- (2) 深圳市汽车后市场发展现状
- (3) 深圳市汽车后市场竞争格局
- (4) 深圳市汽车后市场前景展望

三、东莞市汽车后市场发展分析

- (1) 东莞市汽车保有量及其增长
- (2) 东莞市汽车后市场发展现状
- (3) 东莞市汽车后市场竞争格局
- (4) 东莞市汽车后市场前景展望

第二节 长三角地区汽车后市场分析

一、上海市汽车后市场发展分析

- (1) 上海市汽车保有量及其增长
- (2) 上海市汽车后市场发展现状
- (3) 上海市汽车后市场竞争格局
- (4) 上海市汽车后市场前景展望

二、浙江省汽车后市场发展分析

- (1) 浙江省汽车保有量及其增长
- (2) 浙江省汽车后市场发展现状
- (3) 浙江省汽车后市场竞争格局
- (4) 浙江省汽车后市场前景展望

三、江苏省汽车后市场发展分析

- (1) 江苏省汽车保有量及其增长
- (2) 江苏省汽车后市场发展现状
- (3) 江苏省汽车后市场竞争格局
- (4) 江苏省汽车后市场前景展望

第三节 环渤海地区汽车后市场分析

一、北京市汽车后市场发展分析

- (1) 北京市汽车保有量及其增长
- (2) 北京市汽车后市场发展现状
- (3) 北京市汽车后市场竞争格局
- (4) 北京市汽车后市场前景展望

二、天津市汽车后市场发展分析

- (1) 天津市汽车保有量及其增长
- (2) 天津市汽车后市场发展现状
- (3) 天津市汽车后市场竞争格局
- (4) 天津市汽车后市场前景展望

三、山东省汽车后市场发展分析

- (1) 山东省汽车保有量及其增长
- (2) 山东省汽车后市场发展现状
- (3) 山东省汽车后市场竞争格局
- (4) 山东省汽车后市场前景展望

四、河北省汽车后市场发展分析

- (1) 河北省汽车保有量及其增长
- (2) 河北省汽车后市场发展现状
- (3) 河北省汽车后市场竞争格局
- (4) 河北省汽车后市场前景展望

第四节 东北地区汽车后市场分析

一、黑龙江省汽车后市场发展分析

- (1) 黑龙江省汽车保有量及其增长
- (2) 黑龙江省汽车后市场发展现状
- (3) 黑龙江省汽车后市场竞争格局
- (4) 黑龙江省汽车后市场前景展望

二、吉林省汽车后市场发展分析

- (1) 吉林省汽车保有量及其增长
- (2) 吉林省汽车后市场发展现状
- (3) 吉林省汽车后市场竞争格局
- (4) 吉林省汽车后市场前景展望

第五节 中西部地区汽车后市场分析

一、四川省汽车后市场发展分析

- (1) 四川省汽车保有量及其增长
- (2) 四川省汽车后市场发展现状
- (3) 四川省汽车后市场竞争格局
- (4) 四川省汽车后市场前景展望

二、武汉市汽车后市场发展分析

- (1) 武汉市汽车保有量及其增长
- (2) 武汉市汽车后市场发展现状
- (3) 武汉市汽车后市场竞争格局
- (4) 武汉市汽车后市场前景展望

三、湖南省汽车后市场发展分析

- (1) 湖南省汽车保有量及其增长
- (2) 湖南省汽车后市场发展现状
- (3) 湖南省汽车后市场竞争格局
- (4) 湖南省汽车后市场前景展望

四、重庆市汽车后市场发展分析

- (1) 重庆市汽车保有量及其增长
- (2) 重庆市汽车后市场发展现状
- (3) 重庆市汽车后市场竞争格局
- (4) 重庆市汽车后市场前景展望

第六节 西北地区汽车后市场分析

一、新疆汽车后市场发展分析

- (1) 新疆汽车保有量及其增长
- (2) 新疆汽车后市场发展现状
- (3) 新疆汽车后市场竞争格局
- (4) 新疆汽车后市场前景展望

二、西安市汽车后市场发展分析

- (1) 西安市汽车保有量及其增长
- (2) 西安市汽车后市场发展现状
- (3) 西安市汽车后市场竞争格局
- (4) 西安市汽车后市场前景展望

三、内蒙古汽车后市场发展分析

- (1) 内蒙古汽车保有量及其增长
- (2) 内蒙古汽车后市场发展现状
- (3) 内蒙古汽车后市场竞争格局
- (4) 内蒙古汽车后市场前景展望

第十三章 2013年中国汽车后市场行业竞争格局分析

第一节 汽车后市场行业竞争状况分析

- 一、汽车后市场行业竞争状况分析
- 二、汽车后市场的竞争力缺陷分析
- 三、汽车后市场行业品牌格局分析

第二节 汽车后市场行业竞争结构分析

- 一、汽车后市场行业议价能力分析
- 二、汽车后市场行业替代品威胁分析
- 三、汽车后市场行业潜在进入者威胁
- 四、汽车后市场行业现有企业的竞争

第十四章 中国汽车后市场主要经营分析

第一节 博世贸易（上海）有限公司（汽车维修与养护）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业主营业务范围
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第二节 广东永泰和汽车用品有限公司汽车改装）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业主营业务分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第三节 深圳市至尊汽车租赁股份有限公司汽车租赁）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业租车服务产品
- 三、企业租车服务范围
- 四、企业租车车型分析
- 五、企业租车流程分析

六、企业租车优惠活动

七、企业经营优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 上汽通用汽车金融有限责任公司汽车金融)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务发展状况

四、企业风险管理状况

五、企业车贷套餐分析

六、企业服务产品介绍

七、企业经营优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第五节 大众汽车金融中国)有限公司汽车金融)

一、企业发展简况分析

二、企业金融产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业最新发展动向分析

第六节 丰田汽车金融中国)有限公司汽车金融)

一、企业发展简况分析

二、企业金融产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优劣势分析

第七节 东风标致雪铁龙汽车金融有限公司汽车金融)

一、企业发展简况分析

二、企业金融产品分析

三、企业主营业务分析

四、企业经营优劣势分析

第八节 奇瑞徽银汽车金融有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业金融产品介绍

三、企业贷款方案分析

四、企业经营优劣势分析

第九节 庞大汽贸集团股份有限公司汽车流通)

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务范围
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业发展能力分析
- 八、企业销售渠道与网络
- 九、企业经营优劣势分析
- 十、企业后市场服务发展规划
- 十一、企业最新发展动向分析

第十五章 2014-2018年中国汽车后市场投资分析与前景预测

第一节 汽车后市场行业投资风险分析

- 一、汽车后市场行业政策风险分析
- 二、汽车后市场行业经济波动风险
- 三、汽车后市场行业市场竞争风险
- 四、汽车后市场行业供求风险分析
- 五、汽车后市场行业关联行业风险

第二节 汽车后市场行业投资特性分析

- 一、汽车后市场行业进入壁垒分析
- 二、汽车后市场行业盈利模式分析
- 三、汽车后市场行业盈利因素分析

第三节 汽车后市场行业投资机会及建议

- 一、汽车后市场行业投资潜力分析
- 二、汽车后市场产业园区最新动向
- 三、汽车后市场行业投资机会及建议

第十六章 2014-2018年中国汽车后市场投资分析与前景预测

第一节 2014-2018年中国汽车后市场行业发展趋势分析

- 一、汽车后市场发展趋势分析
- 二、汽保行业发展趋势分析
- 三、汽车金融发展趋势分析
- 四、汽车电子发展趋势分析
- 五、汽车养护发展趋势分析
- 六、汽车维修发展趋势分析
- 七、汽车租赁发展趋势分析

第二节 2014-2018年中国汽车后市场行业市场规模预测

- 一、汽车后市场行业影响因素分析
- 二、2014-2018年汽车保有量预测
- 三、汽车后市场行业规模预测分析
- 四、汽保行业市场规模预测分析
- 五、汽车金融市场规模预测分析
- 六、汽车电子市场规模预测分析
- 七、汽车养护市场规模预测分析
- 八、汽车维修市场规模预测分析
- 九、汽车租赁市场规模预测分析

图表目录：（部分）

图表：2014-2018年中国汽车后市场规模预测（单位：亿元）

图表：2001-2013年中国民用汽车保有量变化（单位：万辆）

图表：2000-2013年中国民用汽车千人拥有量（单位：辆）

图表：2009-2013年国内生产总值

图表：2009-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2009-2013年年末国家外汇储备

图表：2009-2013年财政收入

图表：2009-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013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

图表：德国汽车金融服务模式大致流程图

图表：日本汽车分期付款业务流程

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：美国汽车金融公司贷款及其占销售额比重变化（单位：十亿美元，%）

图表：美国汽车销量增速和汽车信贷余额增速相关性变化（单位：%）

图表：美国M2供应量及其增速（单位：十亿美元，%）

图表：美国新车贷款利率与3-5年期国债利率利差变化（单位：%）

图表：发达国家汽车金融业务模式

图表：融资租赁业务操作流程

图表：汽车金融投资理财模式操作流程

图表：国内汽车金融消费信贷服务操作流程

图表：售后回租模式简图

图表：直接租赁模式简图

图表：厂商租赁模式简图

图表：联合租赁模式简图

图表：杠杆租赁模式简图

图表：委托租赁模式简图

图表：转租赁模式简图

图表：融资租赁运作流程图

图表：融资租赁中的五方关系

图表：2003-2010年中国车险行业保费收入情况（单位：亿元，%）

图表：2005-2010年国内汽车险保费在财产险总保费中的占比（单位：%）

图表：汽车保险理赔流程

图表：2002-2010年中国车险费率变动趋势（单位：%）

图表：2010年国内部分省份汽车险保费收入情况（单位：亿元）

图表：2005-2010年中国车险行业市场集中度（CR三、（单位：%）

图表：汽车保险产业链

图表：2010年汽车保险兼业代理机构数量情况（单位：家，%）

图表：2010年汽车保险兼业代理机构业务情况（单位：亿元，%）

图表：2010年汽车保险兼业代理机构经营情况（单位：亿元，%）

图表：2009-2013年中国机动车辆承保数量情况（单位：万辆，%）

图表：2014-2018年中国车险保费收入预测情况（单位：亿元）

图表：2007-2013年中国车险赔款支出及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2014-2018年中国车险盈利预测情况（单位：亿元）

图表：全球汽车电子市场分类构成（单位：%）

图表：2008-2012年北美及欧洲前装车载导航渗透率及预测（单位：%）

图表：2008-2012年日本及中国前装车载导航渗透率及预测（单位：%）

图表：2005-2010年中国汽车电子市场容量及增速（单位：亿元，%）

图表：2014-2018年中国汽车电子产业规模预测（单位：亿元）

图表：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（一）

图表：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（二）

图表：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（三）

图表：台湾地区厂商切入汽车电子系统的可行模式（四）

图表：全球主要汽车半导体与嵌入式软件企业经营业绩（单位：亿美元，亿欧元，亿日元）

图表：全球主要汽车电子控制系统企业经营业绩（单位：亿美元，亿欧元，亿日元）

图表：全球主要综合性汽车电子企业销售业绩（单位：亿美元，亿欧元，亿日元）

图表：2007-2013年日本电装公司销售额（单位：亿日元）

图表：2006-2010伟世通经营收益情况（单位：百万美元）

图表：2006-2010伟世通经营收益情况（单位：%）

图表：中国汽车电子市场前10大企业（单位：亿元，%）

图表：外资及合资企业在部分汽车电子产品中的市场占有率（单位：%）

图表：中国汽车电子企业市场份额结构（单位：%）

图表：新能源汽车主要电子控制系统

图表：中国汽车电子市场竞争格局

图表：中国汽车电子企业数量结构（单位：%）

图表：中国本土汽车电子企业经营领域与发展动向

图表：中国汽车电子合资企业发展状况

图表：不用年龄段车主汽车用品年均消费额（单位：元）

图表：新车用户（车龄不足三年）汽车用品年均消费金额比例（单位：%）

图表：不同年龄段车主汽车用品年均消费额比较（单位：元）

图表：消费者选购汽车用品的途径分析（单位：%）

图表：消费者选购汽车用品的考虑因素分析（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大评选20强区域分布图（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大品牌20强广东和浙江比较（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大潜力品牌浙江和广东比较（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大新锐品牌20强浙江和广东比较（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大知名品牌20强区域分布图（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大新锐品牌20强区域分布图（单位：%）

图表：2011年汽车用品行业十大潜力品牌20强区域分布图（单位：%）

图表：消费者对环保型汽车用品的接受程度（单位：%）

图表：未来消费者对汽车用品的消费预期与消费倾向（单位：%）

图表：法拉利改装音响的系统配置（单位：台，套，只）

图表：法拉利改装音响的系统配置（单位：台，套，只）

图表：汽车维修行业成本构成情况图（单位：%）

图表：略……

更多图表见报告正文

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/qitajiaotong1310/9438273IMN.html>