

2015-2020年中国汽车美容 养护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

报告报价

《2015-2020年中国汽车美容养护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/peijian1412/K24775YTJQ.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】2014-12-08

【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《2015-2020年中国汽车美容养护市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了汽车美容养护行业的相关概念，接着分析了中国汽车美容养护行业发展环境和背景，然后对中国汽车美容养护行业的现状进行了详实分析，并具体解析了其竞争营销、商务模式、经营类型及美容养护用品市场。随后，报告对汽车美容养护行业重点企业发展经验以及相关行业进行了分析。最后重点解析了汽车美容养护行业的投融资状况，并对其未来发展前景进行了科学的预测。所谓汽车美容，就是使用专业的优质养护产品，对汽车各部位进行有针对性的翻新、保养和美容。专业的汽车美容，每一道工序都必须按照严格的标准和规范的技术要求进行，操作时要求采用专业工具、专业产品和专业手段，严格按照工序进行，因此具有很强的系统性、规范性和专业性。

中国已成为一个汽车大国，2012年汽车销量突破1900万辆，2013年汽车产销双双超过2000万，再次刷新全球记录，已连续五年蝉联全球第一。2013年底，国内的汽车保有量已经达到1.37亿辆，2014年将近1.4亿量，在未来五到十年内还将保持年均1000多万辆的增长速度。

随着我国居民收入水平的增长，有车族将更加注重汽车文化的享受。目前我国城镇居民已经开始从汽车代步时代向享受汽车文化的时代迈，大部分地区的城镇居民正在进入汽车消费时代，汽车已不再是人们身份和地位的象征，成为汽车消费者对个性化、多元化文化取向的集中体现。汽车大规模地进入家庭为汽车美容养护行业开辟更广阔的市场。

随着消费者的要求越来越高，国内汽车美容技术进入到了不断升级的阶段。比如，镀膜内容包括有玻璃纤维镀膜、机硅镀膜、电泳镀膜、物理镀膜等，由于消费者的信息来源丰富，消费逐渐理性和成熟，目前镀膜已成为汽车美容业和消费者都很关注的话题。另外由于汽车美容业的巨大市场吸引了大量商家投资和进入，也推动了整个市场的前进。汽车美容项目逐渐出现多样化、高端化的趋势，甚至有的企业推出了“星级美容”的概念。国内汽车美容行业已经走过了起步阶段，项目更新和技术升级已成为重要的课题。

中国汽车美容行业在未来一段时间内仍将保持稳定的、较高的增长速率。目前，中国汽车美容市场正处于成长期，未来，行业竞争将日益激烈。

报告目录

第一章 汽车美容养护行业相关概述

- 1.1 汽车美容养护基本介绍
 - 1.1.1 概念界定
 - 1.1.2 必要性与重要性
 - 1.1.3 与传统洗车养护的区别
- 1.2 汽车美容养护的分类
 - 1.2.1 一般美容
 - 1.2.2 汽车修复美容
 - 1.2.3 专业汽车美容
 - 1.2.4 自助汽车美容
- 1.3 汽车美容养护服务内容介绍
 - 1.3.1 主要服务项目
 - 1.3.2 施工工艺流程

第二章 2013-2014年中国汽车美容养护行业PEST环境分析

- 2.1 政策（Political）环境
 - 2.1.1 相关法规解读
 - 2.1.2 相关政策分析
 - 2.1.3 相关标准规范
 - 2.1.4 相关政策前瞻
- 2.2 经济（Economic）环境
 - 2.2.1 国际经济发展形势
 - 2.2.2 中国经济运行现状
 - 2.2.3 中国经济支撑因素
 - 2.2.4 中国经济发展预测
- 2.3 社会（Social）环境
 - 2.3.1 人口及城镇化水平
 - 2.3.2 居民收入及消费水平
 - 2.3.3 汽车消费行为
 - 2.3.4 汽车生活时代开启
 - 2.3.5 汽车文化逐渐形成
- 2.4 技术（Technological）环境
 - 2.4.1 打蜡技术

2.4.2 封釉技术

2.4.3 镀膜技术

第三章 2013-2014年中国汽车美容养护行业背景分析

3.1 2013-2014年中国汽车产业的运行现状

3.1.1 产销现状

3.1.2 外贸状况

3.1.3 发展预测

3.2 2013-2014年中国汽车后市场现状分析

3.2.1 发展意义重大

3.2.2 行业发展形势

3.2.3 市场快速增长

3.2.4 服务质量水平

3.2.5 国外品牌涌入

3.2.6 产业亟待升级

3.3 中国汽车后市场发展热点分析

3.3.1 市场格局新态势

3.3.2 产业链加速整合

3.3.3 产业园建设状况

3.3.4 大数据时代来临

3.3.5 西北市场正崛起

3.4 汽车后市场价格体系解析

3.4.1 价格变动方式

3.4.2 价格变动幅度

3.4.3 消费者的反应

3.4.4 竞争对手的反应

3.4.5 变价竞争的对策

3.5 中国汽车后市场存在的问题及策略

3.5.1 经营水平方面

3.5.2 销售体系方面

3.5.3 行业监管方面

3.5.4 服务质量方面

- 3.5.5 技术人才方面
- 3.5.6 行业发展对策
- 3.6 中国汽车后市场发展展望
 - 3.6.1 面临战略机遇
 - 3.6.2 市场前景乐观
 - 3.6.3 远景规模展望
 - 3.6.4 未来发展趋势

第四章 2013-2014年中国汽车美容养护行业综合分析

- 4.1 2013-2014年中国汽车美容养护行业发展综述
 - 4.1.1 行业发展总析
 - 4.1.2 行业发展阶段
 - 4.1.3 行业发展特点
 - 4.1.4 行业蓬勃发展
- 4.2 2013-2014年中国汽车美容养护行业面临的形势
 - 4.2.1 行业整合在即
 - 4.2.2 市场逐渐转型
 - 4.2.3 外资品牌攫利
 - 4.2.4 民族品牌觉醒
 - 4.2.5 企业探索道路
- 4.3 2013-2014年中国汽车美容养护行业现状分析
 - 4.3.1 市场规模现状
 - 4.3.2 市场竞争现状
 - 4.3.3 地域分布状况
 - 4.3.4 市场需求特征
 - 4.3.5 市场增长因素
- 4.4 2013-2014年中国汽车美容养护行业区域市场剖析
 - 4.4.1 北京市
 - 4.4.2 长沙市
 - 4.4.3 枣庄市
 - 4.4.4 齐齐哈尔市
- 4.5 中国汽车美容养护行业SWOT分析

- 4.5.1 优势 (Strengths)
- 4.5.2 劣势 (Weakness)
- 4.5.3 机会 (Opportunities)
- 4.5.4 威胁 (Treats)
- 4.6 中国汽车美容养护行业发展存在的问题
 - 4.6.1 行业监管方面
 - 4.6.2 经营水平方面
 - 4.6.3 服务质量方面
 - 4.6.4 行业创新方面
 - 4.6.5 技术层次方面
 - 4.6.6 从业人员方面
- 4.7 中国汽车美容养护行业发展策略
 - 4.7.1 行业监管加强策略
 - 4.7.2 经营水平提升策略
 - 4.7.3 服务质量提高策略
 - 4.7.4 市场创新发展思路
 - 4.7.5 技术人才培养策略
 - 4.7.6 施工环境保护措施

第五章 2013-2014年中国汽车美容养护行业竞争与营销分析

- 5.1 中国汽车美容养护行业竞争格局剖析
 - 5.1.1 现有厂商
 - 5.1.2 潜在加入者
 - 5.1.3 替代品厂商
 - 5.1.4 品牌竞争者
 - 5.1.5 需求竞争者
 - 5.1.6 消费竞争者
- 5.2 转型期中国汽车美容养护市场精细化营销分析
 - 5.2.1 营销现状
 - 5.2.2 6S精细管理内涵
 - 5.2.3 基于6S的营销策略
- 5.3 中国汽车美容养护行业O2O模式应用剖析

- 5.3.1 O2O模式与行业的融合
- 5.3.2 市场应用O2O模式的优势
- 5.3.3 市场O2O运营推广方案
- 5.3.4 行业O2O运营方案的特点

第六章 中国汽车美容养护行业商业模式分析

6.1 全球美容养护业商业模式分析借鉴

- 6.1.1 单项专业服务店模式
- 6.1.2 大卖场模式
- 6.1.3 加盟合作模式
- 6.1.4 零售连锁模式
- 6.1.5 专业单项服务模式
- 6.1.6 品牌加盟模式

6.2 中国汽车美容养护业商业模式分析

- 6.2.1 转让服务网络模式
- 6.2.2 投资升值模式
- 6.2.3 附加服务模式
- 6.2.4 品牌汽车专业服务模式

6.3 中国汽车美容养护整车企业服务模式分析

- 6.3.1 汽车4S销售服务模式
- 6.3.2 独创服务品牌模式

第七章 中国汽车美容养护企业经营类型对比分析

7.1 4S店

- 7.1.1 基本介绍
- 7.1.2 经营项目
- 7.1.3 设备配置
- 7.1.4 人员设置
- 7.1.5 营利状况
- 7.1.6 经营策略

7.2 大型汽车美容企业

- 7.2.1 基本介绍

- 7.2.2 经营项目
- 7.2.3 设备配置
- 7.2.4 人员设置
- 7.2.5 营利状况
- 7.3 中型汽车美容企业
 - 7.3.1 基本介绍
 - 7.3.2 经营项目
 - 7.3.3 设备配置
 - 7.3.4 人员设置
 - 7.3.5 营利状况
- 7.4 小型汽车美容企业
 - 7.4.1 基本介绍
 - 7.4.2 经营项目
 - 7.4.3 设备配置
 - 7.4.4 人员设置
 - 7.4.5 营利状况

第八章 2013-2014年中国汽车美容养护用品市场发展分析

- 8.1 中国汽车美容养护用品市场综合状况
 - 8.1.1 行业概述
 - 8.1.2 市场发展总况
 - 8.1.3 市场发展规模
 - 8.1.4 市场特征分析
 - 8.1.5 发展的主要问题
- 8.2 中国汽车装饰用品市场现状
 - 8.2.1 市场主要产品
 - 8.2.2 市场规模分析
 - 8.2.3 市场特征分析
 - 8.2.4 消费者偏好分析
 - 8.2.5 行业存在的问题
- 8.3 中国汽车养护用品市场分析
 - 8.3.1 车用润滑油市场

- 8.3.2 汽油添加剂产品
- 8.3.3 汽车镀膜市场
- 8.3.4 汽车防冻液市场

第九章 2013-2014年中外汽车美容养护行业重点企业运行分析及经验借鉴

9.1 特福莱

- 9.1.1 企业发展概况
- 9.1.2 企业产品项目
- 9.1.3 企业盈利模式
- 9.1.4 在华发展现状
- 9.1.5 企业发展动态

9.2 驰耐普

- 9.2.1 企业发展概况
- 9.2.2 企业发展历程
- 9.2.3 财务管理制度
- 9.2.4 企业加盟优势
- 9.2.5 企业发展方向

9.3 新焦点

- 9.3.1 企业发展概况
- 9.3.2 2012年企业经营状况
- 9.3.3 2013年企业经营状况
- 9.3.4 2014年企业经营状况

9.4 其他企业

- 9.4.1 黄帽子
- 9.4.2 爱义行
- 9.4.3 美国AC德科公司
- 9.4.4 澳德巴克斯

第十章 2013-2014年中国汽车美容养护相关市场发展解析

10.1 二手车市场

- 10.1.1 市场交易现状
- 10.1.2 市场结构分析

- 10.1.3 市场特征分析
- 10.1.4 电商交易模式
- 10.1.5 行业面临挑战
- 10.1.6 行业发展建议
- 10.2 汽车维修市场
 - 10.2.1 市场规模现状
 - 10.2.2 经营模式分析
 - 10.2.3 行业面临变局
 - 10.2.4 企业服务质量
 - 10.2.5 行业问题分析
 - 10.2.6 行业发展对策
- 10.3 汽车改装市场
 - 10.3.1 产业水平现状
 - 10.3.2 市场规模现状
 - 10.3.3 市场结构分析
 - 10.3.4 行业产量现状
 - 10.3.5 行业发展问题
 - 10.3.6 行业发展对策
 - 10.3.7 市场变化趋势
- 10.4 汽车保险市场
 - 10.4.1 市场运行现状
 - 10.4.2 市场对外开放
 - 10.4.3 市场销售渠道
 - 10.4.4 业务经营状况
 - 10.4.5 行业发展问题
 - 10.4.6 主要发展对策

第十一章 中国汽车美容养护行业投资潜力分析

- 11.1 中国汽车美容养护行业投资机会分析
 - 11.1.1 市场利润空间分析
 - 11.1.2 市场吸引力分析
 - 11.1.3 市场需求增长动力分析

- 11.2 中国汽车美容养护行业投资风险分析
 - 11.2.1 市场竞争风险
 - 11.2.2 项目定位风险
 - 11.2.3 服务特色风险
 - 11.2.4 人才流失风险
- 11.3 中国汽车美容养护行业投资风险规避措施
 - 11.3.1 竞争力提升战略
 - 11.3.2 项目定位措施
 - 11.3.3 特色服务打造策略
 - 11.3.4 人才流失解决对策
- 11.4 中国汽车美容养护企业发展战略规划制定原则
 - 11.4.1 科学性
 - 11.4.2 实践性
 - 11.4.3 前瞻性
 - 11.4.4 创新性
 - 11.4.5 全面性
 - 11.4.6 动态性

第十二章 博思数据关于汽车美容养护行业前景趋势预测分析

- 12.1 中国汽车美容养护行业前景展望
 - 12.1.1 行业极具发展潜力
 - 12.1.2 市场发展前景广阔
 - 12.1.3 高端领域前景看好
- 12.2 2015-2020年中国汽车美容养护业预测分析
 - 12.2.1 汽车美容行业产值预测
 - 12.2.2 汽车美容店数量预测
 - 12.2.3 汽车美容行业收益预测

图表目录

- 图表1 2011-2013年七国集团GDP增长率
- 图表2 2011-2013年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率
- 图表3 2013年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

- 图表4 2013年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数
- 图表5 2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表6 2013-2014年9月国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表7 2013-2014年9月规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表8 2013-2014年9月固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）
- 图表9 2013-2014年9月房地产开发投资名义增速（累计同比）
- 图表10 2012-2013年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）
- 图表11 2012-2013年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
- 图表12 2013-2014年9月农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
- 图表13 2013-2014年9月城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）
- 图表14 2013年10月-2014年10月全国居民消费价格涨跌幅
- 图表15 2014年10月全国居民消费价格分类别同比涨跌幅
- 图表16 2014年10月居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表17 2014年1-10月全国居民消费价格主要数据
- 图表18 2001-2013年中国居民家庭恩格尔系数
- 图表19 2011-2013年月度汽车销量及同比变化情况
- 图表20 2011-2013年月度乘用车销量变化情况
- 图表21 2011-2013年月度商用车销量变化情况
- 图表22 2011-2013年1.6L及以下乘用车销量变化情况
- 图表23 2012-2013年国内乘用车系别市场份额比较
- 图表24 2013年国内汽车销售市场占有率
- 图表25 2014年度中国汽车售后服务客户满意度（分品牌）
- 图表26 2014年度中国汽车售后服务客户满意度（分车型）
- 图表27 2014年度品牌4S店售后服务客户保持率和推荐率调查
- 图表28 中国汽车售后服务客户满意度与忠诚度关系分析
- 图表29 政策导向逐渐向保护汽车消费者权益侧重
- 图表30 2014年度汽车进口品牌售后服务客户满意度排名前四位
- 图表31 2014年度汽车合资品牌售后服务客户满意度排名前十位
- 图表32 2014年度汽车自主品牌售后服务客户满意度排名前十位
- 图表33 我国汽车销售体系
- 图表34 美国汽车市场利润分布
- 图表35 我国汽车市场利润分布

- 图表36 北京来宝汽车美容装饰连锁薛城店服务项目价格表
- 图表37 美国美鹰汽车美容装饰连锁枣庄店服务项目价格表
- 图表38 规模小的独立店铺服务价格表
- 图表39 每部车的利润分配比
- 图表40 废水再生利用工艺流程
- 图表41 6S精细管理简述
- 图表42 2013年二手车月度交易量情况
- 图表43 2004-2013年历年二手车月度交易量走势
- 图表44 2012年、2013年二手车月度交易额变化情况
- 图表45 2013年二手车单月平均交易价格走势
- 图表46 2013年8月-2014年8月二手车月度交易量及其环比变化
- 图表47 2004-2014年8月历年二手车月度交易量走势
- 图表48 2013年8月-2014年8月二手车单月平均交易价格走势
- 图表49 2013年二手车不同车型交易情况
- 图表50 2013年国内二手车区域市场占比情况
- 图表51 2014年1-8月国内二手车区域市场表现
- 图表52 2013年各省市二手车交易排名
- 图表53 2014年1-8月各省市二手车交易排名
- 图表54 汽车维修服务质量的影响因素
- 图表55 服务质量概念模型
- 图表56 汽车维修服务的缺口模型
- 图表57 2012年1-12月改装汽车全国及各省市产量
- 图表58 2013年1-12月改装汽车全国及各省市产量
- 图表59 2014年1-6月改装汽车全国及各省市产量
- 图表60 2005-2013年机动车辆保险保费收入增长趋势
- 图表61 众安在线的股权结构
- 图表62 车险市场战略群组分析图
- 图表63 中国车险产业链结构

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国汽车工业协会、商务部以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对汽车美容养护行业有个系统深入的了解、或者想投资汽车美容养护相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/peijian1412/K24775YTJQ.html>