

2015-2020年中国汽车后市场行业市场前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国汽车后市场发展综述

1.1 汽车后市场概述

- 1.1.1 汽车后市场界定
- 1.1.2 汽车后市场分类
- 1.1.3 汽车后市场主要业务
- 1.1.4 汽车后市场渠道模式

1.2 汽车后市场发展环境分析

- 1.2.1 汽车后市场政策环境分析
 - (1) 汽车后市场政策汇总
 - (2) 主要政策规划解读
- 1.2.2 汽车后市场经济环境分析
 - (1) 国内生产总值及增长分析
 - (2) 居民人均可支配收入及增长分析
- 1.2.3 汽车后市场社会环境分析
 - (1) 城市化水平不断提高
 - (2) 生活方式和价值观念的转变
 - (3) 消费结构和消费心理的变化
 - (4) 汽车文化逐渐形成
- 1.2.4 汽车后市场产业环境分析
 - (1) 汽车制造业运营状况分析
 - 1) 汽车制造业工业总产值
 - 2) 汽车制造业销售收入
 - 3) 汽车制造业利润总额
 - 4) 汽车制造业销售利润率
 - 5) 汽车制造业毛利率
 - 6) 汽车制造业总资产报酬率
 - (2) 汽车零部件制造业运营分析
 - 1) 零部件制造业工业总产值
 - 2) 零部件制造业销售收入
 - 3) 汽车零部件制造业利润总额
 - 4) 零部件制造业销售利润率
 - 5) 零部件制造业毛利率
 - 6) 零部件制造业总资产报酬率
 - (3) 汽车商品进出口市场分析
 - 1) 汽车商品进口分析
 - 2) 汽车商品出口分析
 - 3) 汽车零部件进口分析
 - 4) 汽车零部件出口分析

1.3 汽车后市场发展分析

- 1.3.1 汽车后市场发展历程
- 1.3.2 汽车后市场生命周期
- 1.3.3 汽车后市场发展现状
- 1.3.4 汽车后市场发展规模
- 1.3.5 汽车后市场利润结构

1.4 汽车后市场需求分析

- 1.4.1 汽车后市场需求分析
 - (1) 汽车保有量分析
 - (2) 汽车销售规模分析
 - (3) 乘用车销售规模分析
 - (4) 商用车销售规模分析
- 1.4.2 汽车后市场区域需求

- 1.4.3 汽车后市场车型需求
- 第2章：中国汽车金融市场分析**
- 2.1 汽车金融市场概述**
- 2.1.1 汽车金融的界定
- 2.1.2 汽车金融发展历程
- 2.1.3 汽车金融产品分类
- 2.1.4 汽车金融市场主体
- 2.2 国外汽车金融市场发展分析**
- 2.2.1 汽车金融市场发展历程
- 2.2.2 汽车金融市场发展特点
- 2.2.3 汽车金融市场发展规模
- 2.2.4 汽车金融资金来源结构
- 2.2.5 汽车金融服务模式分析
 - (1) 汽车金融公司服务模式
 - (2) 美国汽车金融服务模式
 - (3) 德国汽车金融服务模式
 - (4) 日本汽车金融服务模式
- 2.2.6 汽车金融市场经验借鉴
- 2.3 中国汽车金融市场发展分析**
- 2.3.1 汽车金融市场发展历程
- 2.3.2 汽车金融市场存在问题
- 2.3.3 汽车金融市场发展对策
- 2.3.4 汽车金融市场发展规模
- 2.3.5 汽车金融市场发展趋势
- 2.3.6 汽车金融市场预测分析
- 2.4 中国汽车消费信贷市场分析**
- 2.4.1 汽车消费信贷渗透率
- 2.4.2 汽车消费信贷结构分析
- 2.4.3 汽车消费信贷消费意愿
- 2.4.4 汽车消费信贷业务模式
- 2.4.5 汽车消费信贷发展趋势
- 2.5 中国汽车保险市场发展分析**
- 2.5.1 国外汽车保险市场发展分析
 - (1) 美国汽车保险发展分析
 - (2) 德国汽车保险发展分析
 - (3) 日本汽车保险发展分析
- 2.5.2 中国汽车保险市场发展分析
 - (1) 车辆承保数量
 - (2) 保费规模分析
- 2.5.3 中国汽车保险市场竞争格局
 - (1) 汽车保险区域竞争格局
 - (2) 汽车保险企业竞争格局
 - (3) 汽车保险市场集中度分析
- 2.5.4 中国汽车保险营销模式分析
 - (1) 汽车保险直接营销模式
 - (2) 汽车保险间接营销模式
- 2.5.5 中国汽车保险发展前景预测
 - (1) 汽车保险行业发展趋势分析
 - 1) 行业监管环境变化趋势分析
 - 2) 营销渠道模式发展趋势分析
 - 3) 车险险种结构变化趋势分析
 - 4) 客户群体结构变化趋势分析
 - 5) 企业竞争核心转向趋势分析
 - 6) 企业经营理念转变趋势分析
 - (2) 汽车保险行业发展驱动因素
 - 1) 经济因素影响分析
 - 2) 交通因素影响分析
 - 3) 政策因素影响分析
 - (3) 汽车保险行业发展前景预测

- 1) 机动车辆承保数量预测
- 2) 机动车保险保费收入预测

2.6 汽车金融市场重点企业分析

2.6.1 上汽通用汽车金融有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业风险管理状况
- (5) 企业车贷套餐分析
- (6) 企业金融产品分析
- (7) 企业经营优劣势分析
- (8) 企业最新发展动态

2.6.2 大众汽车金融(中国)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业金融产品分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

2.6.3 丰田汽车金融(中国)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业金融产品分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

2.6.4 奇瑞徽银汽车金融有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业金融产品分析
- (4) 企业贷款方案分析
- (5) 企业经营优劣势分析

2.6.5 中国工商银行汽车金融业务经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 汽车信贷业务分析
- (3) 汽车信贷政策分析

2.6.6 中国银行汽车金融业务经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 汽车消费信贷政策分析
- (3) 个人汽车信贷业务分析

2.6.7 招商银行汽车金融业务经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 汽车贷款政策分析
- (3) 汽车信贷业务分析
- (4) 汽车信贷规模分析

第3章：中国汽车租赁市场分析

3.1 国外汽车租赁市场发展分析

- 3.1.1 汽车租赁市场发展现状
- 3.1.2 汽车租赁市场发展规模
- 3.1.3 汽车租赁市场经营模式
- 3.1.4 汽车租赁市场经营特点
- 3.1.5 汽车租赁市场服务产品
- 3.1.6 国外汽车租赁发展分析
 - (1) 美国汽车租赁行业发展
 - 1) 汽车租赁车辆规模走势
 - 2) 汽车租赁营业收入走势
 - 3) 单位车辆创收情况分析
 - 4) 汽车租赁市场竞争结构
 - 5) 汽车租赁政策法规情况
 - 6) 汽车租赁风险控制
 - 7) 汽车租赁行业发展经验
 - (2) 日本汽车租赁行业发展

(3) 国外汽车租赁行业经验借鉴

3.2 中国汽车租赁市场发展分析

3.2.1 汽车租赁市场发展历程

- (1) 国外汽车租赁发展历程
- (2) 国内汽车租赁发展历程

3.2.2 汽车租赁市场特性分析

3.2.3 汽车租赁市场存在问题

3.2.4 限行限购对汽车租赁影响

3.2.5 汽车共享经营模式分析

- (1) 汽车共享分类
- (2) 汽车共享模式优势
- (3) 汽车共享面临的问题

3.2.6 新能源汽车租赁分析

3.2.7 汽车租赁市场发展趋势

3.3 中国汽车租赁市场规模分析

3.3.1 汽车租赁市场营业规模

3.3.2 汽车租赁企业与车辆规模

3.3.3 汽车租赁市场需求规模

- (1) 汽车驾驶人数量走势
- (2) 私人汽车与轿车保有量走势
- (3) 潜在市场需求走势分析

3.3.4 汽车租赁市场渗透率

3.3.5 汽车租赁企业融资规模

3.3.6 汽车租赁市场规模预测

3.4 中国汽车租赁市场结构分析

3.4.1 汽车租赁车型结构

3.4.2 汽车租赁收入结构

3.4.3 汽车租赁业务结构

3.4.4 汽车租赁区域结构

3.4.5 汽车租赁消费群体结构

3.5 中国汽车租赁市场竞争分析

3.5.1 汽车租赁市场集中度

3.5.2 汽车租赁市场竞争格局

3.5.3 汽车租赁市场竞争结构

- (1) 供应商的议价能力
- (2) 购买者的议价能力
- (3) 新进入者的威胁
- (4) 替代品的威胁
- (5) 行业内部之间的竞争

3.6 中国汽车租赁细分市场分析

3.6.1 商务租车市场

- (1) 商务租车优势分析
- (2) 商务租车规模与结构
- (3) 商务租车车型结构
- (4) 商务租车出租价格
- (5) 商务租车发展趋势
- (6) 市场发展动态分析

3.6.2 公务租车市场

- (1) 公务用车改革历程
- (2) 公务用车市场规模
- (3) 国外公车租赁发展
- (4) 公车租赁市场潜力
- (5) 市场发展动态分析

3.6.3 个人租车市场

- (1) 个人租车市场规模
- (2) 个人租车影响因素
- (3) 个人租车客户特征
- (4) 个人租赁租车方式

3.7 中国汽车融资租赁市场分析

- 3.7.1 汽车融资租赁市场认知度
- 3.7.2 汽车融资租赁市场渗透率
- 3.7.3 汽车融资租赁消费群体分析
- 3.7.4 汽车融资租赁市场融资模式
- 3.7.5 汽车融资租赁市场规模分析
- 3.7.6 汽车融资租赁市场竞争格局
- 3.7.7 汽车融资租赁盈利情况分析
- 3.7.8 汽车融资租赁市场风险控制
- 3.7.9 汽车融资租赁企业竞争策略
- 3.7.10 汽车融资租赁市场发展动态

3.8 汽车租赁市场重点企业分析

3.8.1 神州租车控股有限公司

- (1) 企业基本信息简介
- (2) 企业经营模式分析
- (3) 企业投资融资分析
 - 1) 融资分析
 - 2) 投资分析
- (4) 企业发展规模（收入/车辆/员工/网点/客户等）
- (5) 企业盈利情况分析
- (6) 企业目标客户群体
- (7) 车辆出租率分析
- (8) 租车服务产品结构
- (9) 企业车型结构分析
- (10) 企业市场定位与战略
- (11) 企业战略合作伙伴分析
- (12) 企业营销与电商平台服务
 - 1) 企业营销策略分析
 - 2) 企业电商平台分析
- (13) 企业新能源汽车租赁
- (14) 企业优势与劣势分析
- (15) 企业最新发展动态分析

3.8.2 至尊汽车租赁有限公司

- (1) 企业基本信息简介
- (2) 企业经营模式分析
- (3) 企业投融资分析
 - 1) 融资分析
 - 2) 投资分析
- (4) 企业发展规模分析
- (5) 企业盈利情况分析
- (6) 企业目标客户群体
- (7) 车辆出租率分析
- (8) 租车服务产品结构
- (9) 企业车型结构分析
- (10) 企业市场定位与战略
- (11) 企业战略合作伙伴
- (12) 企业营销与服务能力
- (13) 企业优势与劣势分析

3.8.3 一嗨汽车租赁有限公司

- (1) 企业基本信息简介
- (2) 企业经营模式分析
- (3) 企业投资融资分析
- (4) 企业发展规模分析
- (5) 企业盈利情况分析
- (6) 企业目标客户群体
- (7) 车辆出租率分析
- (8) 租车服务产品结构
- (9) 企业车型结构分析
- (10) 企业市场定位与战略
- (11) 企业战略合作伙伴

- (12) 企业营销与服务能力
- (13) 租车分享模式：一嗨快车
- (14) 企业新能源汽车租赁
- (15) 企业优势与劣势分析
- 3.8.4 戴姆勒金融服务集团
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业发展规模分析
 - (3) 企业在华发展分析
 - (4) 企业租赁业务分析
 - (5) 企业目标客户群体
 - (6) 企业优势与劣势分析
- 3.8.5 宝马汽车金融有限公司
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业在华发展分析
 - (3) 企业租赁业务分析
 - (4) 企业优势与劣势分析
- 3.8.6 易汇资本（中国）融资租赁有限公司
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业发展规模分析
 - (3) 企业租赁业务分析
 - (4) 企业优势与劣势分析

第4章：中国二手汽车市场分析

4.1 二手车市场发展分析

- 4.1.1 二手车市场发展现状
- 4.1.2 二手车市场经营模式
 - (1) 国外二手车经营模式分析
 - (2) 国内二手车传统经营模式
 - (3) 国内二手车经营模式发展趋势
 - (4) 国内二手车创新经营模式分析
- 4.1.3 二手车市场交易模式
 - (1) 国外二手车交易模式
 - (2) 国内二手车交易模式
 - (3) 国内二手车创新交易模式
- 4.1.4 二手车市场发展趋势

4.2 二手车交易市场统计分析

- 4.2.1 二手车交易市场规模
- 4.2.2 二手车交易市场集中度
- 4.2.3 二手车交易市场区域结构

4.3 二手车市场规模分析

- 4.3.1 二手车市场交易量分析
- 4.3.2 二手车市场交易额分析
- 4.3.3 二手车交易价格分析
 - (1) 二手车交易均价分析
 - (2) 不同车龄库存均价分析
 - (3) 不同省份库存单价对比
 - (4) 各级别二手车保值率分析
- 4.3.4 二手车交易结构分析
 - (1) 车型结构分析
 - (2) 区域结构分析
 - (3) 交易渠道结构
 - (4) 车龄结构分析
 - (5) 车源结构分析
- 4.3.5 二手车行业参与主体分析
- 4.3.6 二手车行业发展模式分析
- 4.3.7 消费者车辆处置方式分析
 - (1) 车辆处置方式调研分析
 - (2) 车辆出售渠道调研分析
 - (3) 用户倾向的出售方式分析
- 4.3.8 二手车行业需求分析

- (1) 消费者需求调查
- (2) 消费者需求趋势分析
- 4.4 手汽车行业发展情况分析**
 - 4.4.1 二手汽车交易量分析
 - 4.4.2 二手汽车与新车交易对比
 - (1) 二手汽车占新车销量比重
 - (2) 中外对比分析
 - (3) 二手汽车与新车交易增速对比
 - 4.4.3 二手汽车交易占保有量比重
 - (1) 二手汽车占保有量比重
 - (2) 中外对比分析
 - (3) 二手汽车与保有量增速对比
 - 4.4.4 二手汽车交易量结构
- 4.5 手乘用车交易情况分析**
 - 4.5.1 二手乘用车交易规模
 - 4.5.2 二手轿车交易规模
 - 4.5.3 二手SUV交易规模
 - 4.5.4 二手MPV交易规模
 - 4.5.5 二手交叉型乘用车交易规模
- 4.6 手商用车交易情况分析**
 - 4.6.1 二手商用车交易规模
 - 4.6.2 二手客车交易规模
 - 4.6.3 二手货车交易规模
- 4.7 二手汽车市场竞争结构分析**
 - 4.7.1 供应商议价能力分析
 - 4.7.2 购买者议价能力分析
 - 4.7.3 潜在进入者威胁分析
 - 4.7.4 替代品的威胁分析
 - 4.7.5 行业内市场竞争分析
- 4.8 二手汽车市场投融资情况分析**
 - 4.8.1 二手汽车行业投资动态
 - (1) 一汽丰田深耕二手汽车业务
 - (2) 和谐汽车涉足二手汽车业务
 - (3) 首家合资二手汽车置换中心开业
 - (4) 易车 KBB CADA合作
 - (5) 神龙汽车公司成立首个二手汽车中心
 - (6) 宁夏西夏区二手车交易市场
 - (7) 比亚迪5地试水二手汽车
 - (8) 平安试水二手汽车电商
 - 4.8.2 二手汽车行业融资动态
 - (1) 车易拍获1.85亿美元融资
 - (2) 优车诚品获近千万A轮融资
 - (3) 大搜车获千亿级B轮投资
 - (4) 优信拍获3000万美元融资
 - 4.8.3 二手汽车行业投融资趋势
- 4.9 二手汽车市场重点企业分析**
 - 4.9.1 深圳市澳康达二手车交易市场有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业二手车业务分析
 - (4) 企业营销与服务分析
 - (5) 企业竞争战略分析
 - (6) 企业竞争优势分析
 - 4.9.2 浙元通二手车有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业二手车业务分析
 - (4) 企业营销与服务分析
 - (5) 企业竞争战略分析

- (6) 企业竞争优势分析
- 4.9.3 上海艾车二手车连锁经营有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 二手车业务分析
 - (4) 企业营销与服务分析
 - (5) 企业竞争战略分析
 - (6) 企业竞争优势分析
- 4.9.4 梅斯德斯——奔驰星睿认证二手车
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 二手车业务分析
 - (3) 企业营销与服务分析
 - (4) 企业竞争战略分析
 - (5) 企业二手车认证标准
 - (6) 企业竞争优势分析
- 4.9.5 上海通用诚新二手车
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 二手车业务分析
 - (4) 企业营销与服务分析
 - (5) 企业竞争战略分析
 - (6) 企业竞争优势分析
- 4.9.6 上海车王二手车经营有限公司（车王二手车超市）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 二手车业务分析
 - (4) 企业营销与服务分析
 - (5) 企业竞争战略分析
 - (6) 企业竞争优势分析

第5章：中国汽车用品市场分析

5.1 汽车用品行业发展状况分析

- 5.1.1 汽车用品发展现状分析
- 5.1.2 汽车用品行业规模分析
- 5.1.3 汽车用品行业利润分析
- 5.1.4 汽车用品市场结构分析

5.2 汽车用品竞争状况分析

- 5.2.1 汽车用品企业品牌格局分析
 - (1) 国内汽车用品区域格局分析
 - (2) 汽车用品新锐品牌竞争分析
 - (3) 汽车用品知名品牌竞争分析
 - (4) 汽车用品知名防爆膜品牌竞争
 - (5) 汽车用品装饰品牌竞争
- 5.2.2 国内汽车用品竞争力缺陷分析

5.3 汽车用品营销渠道分析

- 5.3.1 汽车用品主要营销渠道分析
 - (1) 汽配城及汽车用品店
 - (2) 大型汽车用品超市
 - (3) 汽车4S店
 - (4) 网购汽车用品
- 5.3.2 “深度营销”理论导入解析
 - (1) 深度营销简介
 - (2) 汽车用品深度营销的必要性
 - (3) 深度营销在行业中的应用
- 5.3.3 汽车用品渠道存在问题分析

5.4 汽车用品消费市场特征分析

- 5.4.1 汽车用品整体消费特点
- 5.4.2 汽车用品消费群体比较
- 5.4.3 汽车用品购买行为分析
- 5.4.4 汽车用品热点关注产品分析

- 5.4.5 不同产品受关注度分析
 - (1) 汽车养护产品关注度分析
 - (2) 汽车精品关注度分析
 - (3) 常规类用品关注度分析
 - (4) 安全性用品关注度分析
- 5.4.6 汽车用品消费者购买途径分析
 - (1) 传统销售方式仍然是市场主流
 - (2) 消费者选购汽车用品的考虑因素
 - (3) 消费者信息获取途径分析

5.5 汽车电子市场发展分析

- 5.5.1 全球汽车电子市场分析
 - (1) 汽车电子市场销量分析
 - (2) 汽车电子市场产品结构
- 5.5.2 中国汽车电子市场发展分析
 - (1) 汽车电子市场发展现状
 - (2) 汽车电子市场存在问题
 - (3) 汽车电子市场规模分析
 - (4) 汽车电子市场发展趋势
 - (5) 汽车电子市场发展预测
- 5.5.3 中国汽车电子市场竞争分析
 - (1) 汽车电子市场区域竞争格局
 - (2) 汽车电子市场产品竞争格局
 - (3) 汽车电子市场集中度分析
- 5.5.4 中国汽车电子细分市场分析
 - (1) 汽车导航市场分析
 - (2) 汽车音响市场分析

5.6 汽车座椅市场分析

- 5.6.1 全球汽车座椅市场分析
 - (1) 汽车座椅市场规模走势
 - (2) 汽车座椅市场区域结构
 - (3) 汽车座椅企业竞争格局
 - (4) 汽车座椅市场发展趋势
- 5.6.2 中国汽车座椅市场发展
 - (1) 汽车座椅行业发展现状
 - (2) 汽车座椅行业规模分析
 - (3) 汽车座椅市场结构分析
 - (4) 汽车座椅行业存在问题
- 5.6.3 儿童安全座椅市场分析
 - (1) 儿童安全座椅立法分析
 - (2) 儿童安全座椅合格率分析
 - (3) 儿童安全座椅普及率分析
 - (4) 儿童安全座椅市场生产现状
 - (5) 儿童安全座椅市场规模分析
 - (6) 儿童安全座椅市场结构分析
 - (7) 儿童安全座椅销售渠道分析
 - (8) 儿童安全座椅市场价格

5.7 汽车用品市场重点企业分析

- 5.7.1 广东德联集团股份有限公司
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业区域市场分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 5.7.2 广州市标榜汽车用品实业有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业组织架构分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析

- 5.7.3 广州车邦汽车用品制造有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 5.7.4 延锋伟世通汽车电子有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业研发能力分析
 - (4) 企业产品结构分析
 - (5) 企业经营优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 5.7.5 深圳市航盛电子股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 5.7.6 芜湖江森云鹤汽车座椅有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业产品结构分析
- 5.7.7 厦门金龙汽车座椅有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营产品分析
 - (3) 企业生产设备分析
 - (4) 企业营销网络分析
 - (5) 企业经营优劣势分析

第6章：中国汽车养护与维修市场分析

6.1 汽车养护市场概述

- 6.1.1 汽车养护市场界定
- 6.1.2 汽车养护市场分类
- 6.1.3 汽车养护服务项目

6.2 汽车养护市场发展分析

- 6.2.1 汽车养护市场运营模式
- 6.2.2 汽车养护市场利润分析
- 6.2.3 汽车养护市场技术状况
- 6.2.4 汽车美容市场分析
 - (1) 汽车美容服务产品
 - (2) 国外汽车美容发展
 - (3) 中国汽车美容市场发展
 - (4) 中国汽车美容存在问题
- 6.2.5 汽车装饰市场分析
 - (1) 汽车装饰服务产品
 - (2) 汽车装饰市场发展现状
 - (3) 汽车装饰市场发展趋势
 - (4) 汽车装饰市场竞争格局
- 6.2.6 汽车养护市场存在问题
- 6.2.7 汽车养护市场发展趋势

6.3 汽车养护市场结构分析

- 6.3.1 汽车养护市场客户结构
- 6.3.2 汽车养护服务需求结构
- 6.3.3 汽车养护市场消费结构

6.4 汽车维修市场发展分析

- 6.4.1 国外汽车维修市场分析
 - (1) 美国汽车维修市场发展
 - (2) 德国汽车维修市场发展
 - (3) 日本汽车维修市场发展
 - (4) 加拿大汽车维修市场发展

- 6.4.2 国外汽车维修企业分析
 - (1) 美国汽车维修连锁店NAPA
 - (2) 德国博世(BOSCH)公司
 - (3) 日本AUTOBACS汽修连锁
 - (4) 澳大利亚REPCO汽修连锁
- 6.4.3 中国汽车维修市场分类
- 6.4.4 中国汽车维修经营模式
- 6.4.5 中国汽车维修发展现状
- 6.4.6 中国汽车维修存在问题
- 6.4.7 汽车维修发展趋势分析
- 6.5 汽车维修市场经营情况**
 - 6.5.1 汽车维修市场规模与经营效益
 - 6.5.2 汽车维修成本结构分析
 - 6.5.3 汽车维修从业人员结构
 - 6.5.4 汽车维修市场客户结构
 - 6.5.5 汽车维修市场企业结构
 - 6.5.6 汽车维修竞争格局分析
 - 6.5.7 反垄断对市场影响分析
 - (1) 纵向垄断现状分析
 - (2) 纵向垄断影响分析
 - (3) 反垄断动态分析
 - (4) 维修市场向独立模式发展
 - (5) 独立模式消费者认可度分析
 - (6) 独立模式盈利能力分析
- 6.6 汽车改装市场分析**
 - 6.6.1 国外汽车改装市场发展
 - (1) 国外汽车改装市场发展现状
 - (2) 国外汽车改装市场类型分类
 - (3) 国外汽车改装市场规模分析
 - 6.6.2 国内汽车改装市场发展
 - (1) 汽车改装市场发展历程
 - (2) 汽车改装市场发展现状
 - (3) 汽车改装市场存在问题
 - (4) 汽车改装政策分析
 - (5) 国内汽车改装市场规模
 - 6.6.3 国内汽车改装市场结构
 - (1) 汽车改装市场区域结构
 - (2) 汽车改装车型结构分析
 - (3) 汽车改装消费结构分析
 - (4) 汽车改装需求结构分析
- 6.7 汽车维修与养护重点企业分析**
 - 6.7.1 博世贸易(上海)有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业市场与服务网络
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - 6.7.2 中大国际控股有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业市场与服务网络
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - 6.7.3 安徽春雨汽车集团
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业主营业务范围
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - 6.7.4 烟台麦特集团有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务范围

- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业市场与网络分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- 6.7.5 深圳市元征科技股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 主要经济指标分析
 - (3) 企业盈利能力分析
 - (4) 企业主营业务分析
 - (5) 企业市场与服务网络分析
 - (6) 企业研发能力分析
 - (7) 企业经营优劣势分析
 - (8) 企业最新发展动向分析
- 6.7.6 广东永泰和汽车用品有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业主营业务分析
 - (4) 企业研发能力分析
 - (5) 企业市场与服务网络分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
- 6.7.7 奇星（国际）汽车改装部品有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 6.7.8 广州华迹德贸易有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业主营业务分析
 - (4) 企业经营优劣势分析

第7章：中国报废汽车回收市场分析

7.1 报废汽车回收市场发展分析

- 7.1.1 报废汽车回收行业发展现状分析
- 7.1.2 报废汽车回收行业回收模式分析
 - (1) 报废汽车回收主要回收模式
 - (2) 报废汽车回收模式对比分析

7.2 报废汽车回收市场总体市场分析

- 7.2.1 报废汽车回收行业经营规模
- 7.2.2 报废汽车回收拆解情况分析
- 7.2.3 报废汽车回收拆解再生资源分析
 - (1) 拆解所获再生资源的种类分析
 - (2) 拆解所获再生资源的产值分析
- 7.2.4 报废汽车回收行业竞争分析
 - (1) 企业排名分析
 - (2) 市场集中度分析
 - (3) 企业分布区域分析
- 7.2.5 报废汽车回收行业回收规模分析

7.3 汽车零部件再制造市场分析

- 7.3.1 行业发展相关概述
 - (1) 汽车零部件再制造的界定
 - (2) 汽车零部件再制造的发展
- 7.3.2 行业发展现状分析
- 7.3.3 行业市场规模预测

7.4 中国报废汽车回收市场前景预测

- 7.4.1 报废汽车数量预测
- 7.4.2 报废汽车回收市场预测

7.5 报废汽车拆解业重点企业分析

- 7.5.1 广东省金属回收公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务分析

- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营优劣势分析
- 7.5.2 深圳市报废车回收有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业销售渠道与网络
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - (4) 企业最新发展动向分析
- 7.5.3 山东通利报废机动车回收拆解有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业销售渠道与网络
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.5.4 江苏苏物再生利用有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业销售渠道与网络
 - (3) 企业组织架构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 7.5.5 宁波市废旧汽车回收集团公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业机械设备分析
 - (3) 企业主营业务分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营优劣势分析

第8章：中国汽车电子商务市场分析

8.1 电子商务市场发展分析

- 8.1.1 电子商务市场发展规模分析
 - (1) 电子商务市场交易规模
 - (2) 电子商务市场区域分布
 - (3) 电子商务市场行业分布
- 8.1.2 移动电子商务市场发展规模
 - (1) 移动电子商务用户规模
 - 1) 手机网民规模
 - 2) 移动互联网流量
 - (2) 移动电子商务交易规模
- 8.1.3 电子商务市场竞争分析
 - (1) 企业营收分析
 - (2) 竞争地位分析
- 8.1.4 移动电子商务市场竞争分析
- 8.1.5 电子商务行业发展前景预测
 - (1) 行业发展趋势
 - (2) 行业发展前景预测

8.2 汽车电子商务市场发展分析

- 8.2.1 国外汽车电子商务市场发展
 - (1) 国外汽车电子商务发展状况
 - (2) 国外汽车电子商务发展借鉴
- 8.2.2 汽车电子商务的商业模式分析
 - (1) B2C电子商务模式刚刚开始
 - (2) O2O模式是汽车电商首选
 - 1) O2O模式简介
 - 2) O2O模式发展历程
 - 3) O2O模式优势
 - 4) O2O经营模式
- 8.2.3 汽车电子商务应用案例分析
 - (1) 国内首个汽车O2O电子商务平台上线
 - (2) 天猫商城品牌汽车官方旗舰店
 - (3) 路畅品牌团周末疯狂购
 - (4) 汽车之家线上购车活动
 - (5) 车蚂蚁C2B电子商务
 - (6) 长城汽车独建新车电商平台
- 8.2.4 汽车电子商务规模预测

8.3 汽车租赁电子商务市场发展分析

8.3.1 汽车租赁电子商务发展核心

- (1) 掌握客户有效需求信息
- (2) 汽车租赁市场数据的整合服务
- (3) 汽车租赁交易信息透明化

8.3.2 汽车租赁电子商务盈利模式

8.3.3 汽车租赁O2O模式与应用分析

- (1) O2O模式类型分析
- (2) 汽车共享模式分析
- (3) 汽车共享模式
- (4) 汽车共享分类
- (5) 汽车共享优劣势
- (6) 汽车共享模式风险

8.4 二手汽车电子商务市场发展分析

8.4.1 二手汽车电子商务发展水平

8.4.2 二手汽车电子商务发展核心

- (1) 掌握客户有效需求信息
- (2) 二手汽车交易信息透明化
- (3) 二手汽车定价标准化
- (4) 完善的售后服务保障

8.4.3 二手汽车电子商务模式

- (1) O2O模式
- (2) B2B模式
- (3) C2B2C模式

8.4.4 二手汽车电商盈利模式分析

8.4.5 二手汽车电子商务市场规模

8.4.6 二手汽车电子商务融资分析

8.4.7 二手汽车电子商务平台模式与应用分析

- (1) 直接买进卖出平台模式
- (2) 中介服务平台模式
- (3) 交易服务平台模式
- (4) 在线竞拍平台模式
- (5) 寄售平台模式

8.5 汽车用品电子商务营销分析

8.5.1 汽车用品网购偏好

8.5.2 汽车用品网购规模

8.5.3 汽车用品主要网购产品

8.5.4 汽车用品电子商务发展建议

8.6 汽车电子商务重点企业分析

8.6.1 车享平台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业竞争战略分析
- (4) 企业发展动态分析
- (5) 企业竞争优势分析

8.6.2 车易拍

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 二手车业务分析
- (4) 电子商务模式分析
- (5) 企业竞争战略分析
- (6) 企业竞争优势分析

8.6.3 优信拍

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 二手车业务分析
- (4) 电子商务模式分析
- (5) 企业营销与服务分析
- (6) 企业发展愿景分析

- (7) 企业竞争优劣势分析
- 8.6.4 平安好车
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 二手车业务分析
 - (4) 电子商务模式分析
 - (5) 企业营销与服务分析
 - (6) 企业发展战略分析
 - (7) 企业竞争优劣势分析
- 8.6.5 Zipcar租车
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业经营模式分析
 - (3) 企业投资融资分析
 - (4) 企业发展规模分析
 - (5) 企业目标客户群体
 - (6) 租车服务产品结构
 - (7) 企业营销与服务能力
- 8.6.6 Uber租车
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业管理团队分析
 - (3) 企业经营模式分析
 - (4) 企业投资融资分析
 - (5) 企业发展规模分析
 - (6) 企业市场定位与战略
 - (7) 企业在华发展分析
 - (8) 企业市场竞争分析
 - (9) 企业发展优势分析
 - (10) 企业最新发展动态分析
- 8.6.7 易到用车网
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业经营模式分析
 - (3) 企业发展规模分析
 - (4) 企业目标客户群体
 - (5) 企业服务产品分析
 - (6) 企业服务范围分析
 - (7) 企业技术能力分析
 - (8) 企业投融资分析
 - (9) 企业优劣势分析
 - (10) 企业发展规划分析
 - (11) 企业最新发展动态分析
- 8.6.8 PP租车
 - (1) 企业基本信息简介
 - (2) 企业经营模式分析
 - (3) 企业发展规模分析
 - (4) 企业目标客户群体
 - (5) 企业服务产品分析
 - (6) 企业技术能力分析
 - (7) 企业投融资分析
 - (8) 企业优劣势分析

第9章：中国汽车后市场的重点区域分析

9.1 珠三角地区汽车后市场分析

- 9.1.1 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
- 9.1.2 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
- 9.1.3 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
- 9.2 长三角地区汽车后市场分析
 - 9.2.1 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
 - 9.2.2 浙江省汽车后市场发展分析
 - (1) 浙江省汽车保有量分析
 - (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
 - 9.2.3 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
- 9.3 环渤海地区汽车后市场分析
 - 9.3.1 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状况
 - (4) 北京市汽车后市场前景展望
 - 9.3.2 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
 - 9.3.3 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
 - 9.3.4 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
- 9.4 东北地区汽车后市场分析
 - 9.4.1 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
 - 9.4.2 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
 - 9.4.3 辽宁省汽车后市场发展分析
 - (1) 辽宁省汽车保有量及其增长
 - (2) 辽宁省汽车后市场发展现状
 - (3) 辽宁省汽车后市场竞争格局

(4) 辽宁省汽车后市场前景展望

9.5 中西部地区汽车后市场分析

9.5.1 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

9.5.2 湖北省汽车后市场发展分析

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

9.5.3 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状况
- (4) 重庆市汽车后市场前景展望

9.5.4 陕西省汽车后市场发展分析

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

第10章：中国汽车后市场投资趋势与前景预测

10.1 汽车后市场投资风险分析

- 10.1.1 汽车后市场政策风险
- 10.1.2 汽车后市场经济波动风险
- 10.1.3 汽车后市场风险
- 10.1.4 汽车后市场供需风险

10.2 汽车后市场投资特性与机会分析

- 10.2.1 汽车后市场进入壁垒
- 10.2.2 汽车后市场盈利模式
- 10.2.3 汽车后市场需求影响因素
- 10.2.4 汽车后市场投资机会及建议
 - (1) 汽车后市场投资机会
 - (2) 汽车后市场投资建议
 - (3) 汽车后市场产业园区建设

10.3 汽车后市场发展趋势与前景预测

- 10.3.1 汽车后市场发展趋势
- 10.3.2 汽车保有量预测分析
- 10.3.3 汽车后市场预测分析

图表目录

图表1：中国汽车后市场的业务内容分析

图表2：中国汽车后市场渠道模式分析

图表3：2009-2014年中国汽车后市场政策汇总表

图表4：《节能与新能源汽车产业“十二五”发展规划》解读

图表5：《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》解读

图表6：《商务部关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》解读

图表7：《关于促进汽车消费的意见》解读表

图表8：2005-2014年中国GDP走势图（单位：万亿元，%）

图表9：2005-2014年中国城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表10：2005-2014年中国农村居民人均纯收入走势图（单位：元，%）

图表11：2005-2014年中国城镇化率走势图（单位：%）

图表12：2005-2014年汽车制造业工业总产值走势图（单位：亿元，%）

图表13：2005-2014年汽车制造业销售收入走势图（单位：亿元，%）

- 图表14: 2005-2014年汽车制造业利润总额走势图(单位:亿元,%)
- 图表15: 2005-2014年汽车制造业销售利润率走势图(单位:%)
- 图表16: 2005-2014年汽车制造业毛利率走势图(单位:%)
- 图表17: 2005-2014年汽车制造业总资产报酬率走势图(单位:%)
- 图表18: 2005-2014年汽车零部件制造业工业总产值走势图(单位:亿元,%)
- 图表19: 2005-2014年汽车零部件制造业销售收入走势图(单位:亿元,%)
- 图表20: 2005-2014年汽车零部件制造业利润总额走势图(单位:亿元,%)
- 图表21: 2005-2014年汽车零部件制造业销售利润率走势图(单位:%)
- 图表22: 2005-2014年汽车零部件制造业毛利率走势图(单位:%)
- 图表23: 2005-2014年汽车零部件制造业总资产报酬率走势图(单位:%)
- 图表24: 2006-2014年汽车商品进口规模走势图(单位:亿美元,%)
- 图表25: 2006-2014年汽车商品出口规模走势图(单位:亿美元,%)
- 图表26: 2007-2014年汽车零部件进口规模走势图(单位:亿美元,%)
- 图表27: 2007-2014年汽车零部件出口规模走势图(单位:亿美元,%)
- 图表28: 中国汽车后市场发展历程分析
- 图表29: 中国汽车后市场生命周期分析
- 图表30: 汽车后市场生命周期图
- 图表31: 2005-2014年中国汽车后市场营业额趋势图(单位:亿元)
- 图表32: 汽车产业链利润分布图(单位:%)
- 图表33: 2005-2014年中国汽车保有量趋势图(单位:万辆,%)
- 图表34: 2005-2014年中国汽车销售规模走势图(单位:万辆,%)
- 图表35: 2005-2014年中国乘用车销量走势图(单位:万辆,%)
- 图表36: 2005-2014年中国轿车销量走势图(单位:万辆,%)
- 图表37: 2005-2014年中国商用车销售规模走势图(单位:万辆,%)
- 图表38: 2005-2014年中国客车销量走势图(单位:万辆,%)
- 图表39: 2005-2014年中国货车销量走势图(单位:万辆,%)
- 图表40: 中国汽车保有量区域结构图(单位:%)
- 图表41: 中国汽车保有量车型结构图(单位:%)
- 图表42: 中国载货汽车车型结构图(单位:%)
- 图表43: 中国载客汽车车型结构图(单位:%)
- 图表44: 汽车金融行业发展阶段分析
- 图表45: 汽车金融基本产品
- 图表46: 汽车金融相关产品
- 图表47: 汽车金融市场主体分析
- 图表48: 国外汽车金融行业发展历程分析
- 图表49: 国外汽车金融市场资金结构情况(单位:%)
- 图表50: 国外汽车金融公司服务模式分析
- 图表51: 美国汽车金融服务模式分析
- 图表52: 日本汽车金融服务模式分析
- 图表53: 中国汽车金融发展阶段图
- 图表54: 中国汽车金融发展阶段表
- 图表55: 2001-2014年中国汽车金融市场余额走势图(单位:亿元)
- 图表56: 2015-2020年中国汽车消费金融市场余额预测(单位:亿元)
- 图表57: 各国汽车金融车贷渗透率对比图(单位:%)
- 图表58: 中国汽车金融结构对比图(单位:%)
- 图表59: 美国汽车消费金融信贷结构对比图(单位:%)
- 图表60: 国内商业银行、汽车金融公司与信用卡贷款的比较
- 图表61: 美国汽车保险的直销模式
- 图表62: 美国汽车保险的种类分析
- 图表63: 2007-2014年中国机动车承保数量及增长率(单位:亿辆)
- 图表64: 2007-2014年全国车险保费收入情况(单位:亿元)
- 图表65: 中国财产保险企业地区分布结构图(单位:%)
- 图表66: 2014年中国汽车和机动车辆保险企业排名(单位:元)
- 图表67: 2004-2013年中国机动车辆险集中度(CR3)(单位:%)
- 图表68: 汽车保险柜台直销模式分析
- 图表69: 汽车保险电话直销模式分析
- 图表70: 汽车保险网络直销模式分析
- 图表71: 汽车保险专业代理模式分析
- 图表72: 汽车保险兼职代理模式分析

- 图表73: 汽车保险个人代理模式分析
- 图表74: 汽车保险行业监管环境变化趋势
- 图表75: 汽车保险行业营销渠道模式发展趋势
- 图表76: 汽车保险行业车险险种结构发展趋势
- 图表77: 汽车保险行业客户群体结构变化趋势
- 图表78: 汽车保险企业竞争核心转向趋势
- 图表79: 汽车保险企业经营理念转变趋势
- 图表80: 2015-2020年我国机动车参保数量预测 (单位: 亿辆)
- 图表81: 2015-2020年我国机动车保险保费收入变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表82: 上汽通用汽车金融有限责任公司基本信息表
- 图表83: 上汽通用汽车金融有限责任公司业务能力情况表
- 图表84: 上汽通用汽车金融有限责任公司主营业务表
- 图表85: 上汽通用汽车金融有限责任公司风险管理状况分析
- 图表86: 上汽通用汽车金融有限责任公司车贷套餐分类 (单位: %, 年)
- 图表87: 上汽通用汽车金融有限责任公司产品分析
- 图表88: 上汽通用汽车金融有限责任公司优劣势分析
- 图表89: 大众汽车金融 (中国) 有限公司基本信息表
- 图表90: 大众汽车金融 (中国) 有限公司业务能力情况表
- 图表91: 大众汽车金融 (中国) 有限公司产品分析
- 图表92: 大众汽车金融 (中国) 有限公司优劣势分析
- 图表93: 丰田汽车金融 (中国) 有限公司基本信息表
- 图表94: 丰田汽车金融 (中国) 有限公司业务能力情况表
- 图表95: 丰田汽车金融 (中国) 有限公司产品分析
- 图表96: 丰田汽车金融 (中国) 有限公司优劣势分析
- 图表97: 奇瑞徽银汽车金融有限公司基本信息表
- 图表98: 奇瑞徽银汽车金融有限公司产品分析
- 图表99: 奇瑞徽银汽车金融有限公司贷款方案分析
- 图表100: 奇瑞徽银汽车金融有限公司优劣势分析
- 图表101: 工商银行基本信息
- 图表102: 2014年工商银行汽车贷款利率表 (单位: %)
- 图表103: 中国银行基本信息
- 图表104: 2014年中国银行汽车贷款利率表 (单位: %)
- 图表105: 招商银行基本信息
- 图表106: 国外汽车租赁行业发展历程分析
- 图表107: 2001-2014年美国汽车租赁行业车辆规模走势图 (单位: 万辆)
- 图表108: 2001-2014年美国汽车租赁行业营业收入走势图 (单位: 亿美元)
- 图表109: 2001-2014年美国单位车辆创收能力走势图 (单位: 万美元)
- 图表110: 美国汽车租赁市场竞争结构图 (单位: %)
- 图表111: 美国租赁行业立法图
- 图表112: 美国税收政策图
- 图表113: 美国汽车租赁风险控制图
- 图表114: 中国汽车租赁行业的问题分析
- 图表115: 2005-2014年中国汽车租赁市场规模趋势图 (单位: 亿元)
- 图表116: 2005-2014年中国汽车驾驶人数量走势图 (单位: 万人, %)
- 图表117: 2005-2014年中国私人汽车保有量走势图 (单位: 万辆)
- 图表118: 2006-2013年中国市场需求增速对比图 (单位: %)
- 图表119: 2005-2014年中国潜在市场需求走势图 (单位: 万人)
- 图表120: 中外汽车租赁市场渗透率对比 (单位: %)

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！