2015-2020年中国汽车后市场行业市场前瞻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）企业竞争优劣势分析
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）企业竞争优劣势分析
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）企业竞争优劣势分析
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）企业竞争优劣势分析
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）企业竞争优劣势分析
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）企业竞争优劣势分析
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 广州华迩德贸易有限公司
（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）二手汽车辆定价标准化
（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）企业竞争优劣势分析
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）企业竞争优劣势分析
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！