

2024-2029年中国汽车养护行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：汽车养护行业概念界定及发展环境剖析

- 1.1 汽车养护的基本概念界定及统计说明
 - 1.1.1 汽车后市场的定义及分类
 - (1) 汽车后市场定义
 - (2) 汽车后市场分类
 - 1.1.2 汽车养护的概念界定及特征
 - (1) 概念界定
 - (2) 汽车养护误区
 - (3) 汽车养护与修理比较
 - 1.1.3 汽车养护市场分类
 - (1) 汽车养护业务分类
 - (2) 汽车养护服务项目分类
 - 1.1.4 行业所属的国民经济分类代码
 - 1.1.5 本报告的数据来源及统计标准说明
- 1.2 汽车养护行业政策环境
 - 1.2.1 行业监管体系及机构介绍
 - 1.2.2 行业相关执行规范标准
 - 1.2.3 汽车养护行业发展相关政策规划汇总及解读
 - (1) 行业发展相关政策及规划汇总
 - (2) 行业发展重点政策及规划解读
 - 1.2.4 政策环境对汽车养护行业发展的影响分析
- 1.3 汽车养护行业经济环境
 - 1.3.1 宏观经济发展现状
 - (1) 国内生产总值分析
 - (2) 固定资产投资情况
 - (3) 工业经济增长情况
 - 1.3.2 宏观经济发展展望
 - 1.3.3 经济环境对行业发展的影响
- 1.4 汽车养护行业社会环境
 - 1.4.1 中国人口规模及结构
 - (1) 人口规模
 - (2) 人口结构
 - 1.4.2 中国居民收支状况及其对行业的影响
 - (1) 居民收入水平
 - (2) 居民消费支出水平
 - (3) 居民消费支出结构
 - 1.4.3 中国消费升级及其对行业的影响
 - (1) 消费升级发展阶段
 - (2) 消费升级对汽车养护行业的影响
 - 1.4.4 汽车养护行业的污染排放问题及治理要求
 - (1) 汽车养护行业污染产生环节
 - (2) 汽车维修行业污染排放问题
 - (3) 汽车养护行业污染治理要求
 - (4) 汽车养护行业污染治理趋势
 - 1.4.5 汽车养护行业的能耗问题与解决方法
 - (1) 汽车养护行业降低能耗方法
 - (2) 汽车绿色维修技术体系
 - 1.4.6 社会环境对行业发展的影响
- 1.5 汽车养护行业技术环境
 - 1.5.1 汽车养护行业关键技术分析
 - (1) 信息监测及可追溯性数据管理技术

- (2) 装配系统的最优控制和在线故障诊断技术
- (3) 汽车零部件产品的数字化自动监测技术

- 1.5.2 汽车养护行业研发创新现状
- 1.5.3 新兴技术在汽车养护行业中的应用
- 1.5.4 技术环境对行业发展带来的深刻影响分析

第2章：全球汽车养护行业发展趋势及前景预测

2.1 全球汽车工业发展状况

- 2.1.1 发展历程
- 2.1.2 汽车产销状况
 - (1) 产量
 - (2) 销量
- 2.1.3 汽车保有量
 - (1) 全球汽车保有量
 - (2) 主要国家千人汽车拥有量
- 2.1.4 汽车老龄化状况
 - (1) 欧盟
 - (2) 美国
 - (3) 日本

2.2 全球汽车养护行业发展现状

2.3 全球汽车养护行业重点区域市场发展

- 2.3.1 美国
 - (1) 政策环境
 - (2) 汽车市场现状
 - (3) 汽车后市场现状
 - (4) 汽车养护行业发展现状
- 2.3.2 德国
- 2.3.3 日本
- 2.3.4 巴西

2.4 全球汽车养护行业代表性企业案例分析

- 2.4.1 美国汽车养护连锁店NAPA
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构及销售网络
 - (4) 企业汽车养护业务布局
- 2.4.2 德国博世（BOSCH）公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构及销售网络
 - (4) 企业汽车养护业务布局
- 2.4.3 日本AUTOBACS汽修连锁
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构及销售网络
 - (4) 企业汽车养护业务布局
- 2.4.4 澳大利亚REPCO汽修连锁

2.5 全球汽车养护行业发展趋势及前景预测

- 2.5.1 全球汽车养护行业发展趋势
 - (1) 渠道和接口的数字化
 - (2) 大数据及其分析成为新价值
 - (3) 新兴市场和服务思维的崛起
 - (4) 电气化驱动新型服务发展
 - (5) 软件愈发重要
 - (6) 新玩家入场
- 2.5.2 全球汽车养护行业市场前景预测

第3章：中国汽车养护行业发展状况及市场痛点分析

3.1 中国汽车行业产销情况及保有量

- 3.1.1 汽车产销量
 - (1) 汽车产量
 - (2) 汽车销量

- 3.1.2 二手车交易量
 - 3.1.3 汽车报废回收
 - 3.1.4 汽车保有量及平均车龄
 - 3.1.5 汽车平均车龄及老龄化程度
 - 3.1.6 汽车零部件市场发展
 - (1) 中国汽车零部件制造行业发展概况
 - (2) 中国汽车零部件制造行业供给分析
 - (3) 中国汽车零部件制造行业市场需求分析
 - 3.2 汽车养护市场发展历程
 - 3.3 汽车养护行业发展现状及业务规模
 - 3.3.1 汽车养护市场客户特征
 - 3.3.2 汽车养护费用支出水平
 - 3.3.3 汽车养护行业服务项目需求结构
 - 3.3.4 中国汽车养护行业市场规模
 - 3.4 反垄断对市场影响分析
 - 3.5 中国汽车养护市场发展特征分析
 - 3.6 中国汽车养护市场发展痛点分析
- 第4章：中国汽车养护行业竞争状态及市场格局分析**
- 4.1 汽车养护行业波特五力模型分析
 - 4.1.1 现有竞争者之间的竞争
 - 4.1.2 供应商议价能力分析
 - 4.1.3 消费者议价能力分析
 - 4.1.4 行业潜在进入者分析
 - 4.1.5 替代品风险分析
 - 4.1.6 竞争情况总结
 - 4.2 汽车养护行业投资分析
 - 4.2.1 投融资事件汇总
 - 4.2.2 投融资所处阶段
 - 4.2.3 投融资事件汇总
 - 4.3 汽车养护行业经营模式/终端渠道分布
 - 4.4 汽车养护行业企业/品牌竞争格局分析
 - 4.5 中国汽车养护行业市场集中度分析
- 第5章：中国汽车养护产业链全景及细分市场发展**
- 5.1 汽车养护产业链及价值链分析
 - 5.1.1 汽车养护产业链剖析
 - (1) 汽车全产业链及汽车养护所处位置
 - (2) 汽车后市场产业链解
 - (3) 汽车养护产业链剖析
 - 5.1.2 汽车养护价值链剖析
 - 5.2 中国汽车养护用品市场
 - 5.2.1 汽车养护用品分类
 - (1) 汽车用品市场结构分析
 - (2) 汽车养护用品产品类别
 - (3) 汽车养护用品优劣分析
 - 5.2.2 汽车养护用品市场供给及需求
 - (1) 中国汽车养护用品市场规模
 - (2) 汽车用品行业销售渠道分布
 - (3) 汽车用品消费市场分析
 - (4) 汽车养护产品关注度分析
 - 5.2.3 汽车养护产品细分市场分析
 - (1) 润滑系统汽车养护品市场分析
 - (2) 燃油系统汽车养护品市场分析
 - (3) 冷却系统汽车养护品市场分析
 - (4) 传动系统汽车养护品市场分析
 - (5) 转向系统汽车养护品市场分析
 - (6) 空调系统汽车养护品市场分析
 - (7) 刹车系统汽车养护品市场分析
 - 5.2.4 汽车养护用品供应商格局
 - (1) 汽车养护细分市场主要企业

- (2) 汽车窗膜市场竞争
- (3) 汽车美容市场竞争
- 5.2.5 汽车养护用品行业发展存在的问题
- 5.2.6 汽车养护用品市场发展趋势分析
- 5.3 中国汽车美容市场**
 - 5.3.1 汽车美容市场发展概述
 - (1) 定义
 - (2) 服务内容
 - (3) 市场发展概况及特征
 - 5.3.2 汽车美容市场需求分析
 - (1) 汽车美容意向分析
 - (2) 汽车美容偏好分析
 - (3) 汽车美容市场需求规模
 - 5.3.3 汽车美容市场经营模式分析
 - (1) 汽车美容店经营模式分析
 - (2) 汽车4S店经营模式分析
 - (3) 汽车美容连锁经营模式分析
 - 5.3.4 汽车美容市场竞争状况
 - 5.3.5 汽车美容市场发展存在的问题
 - 5.3.6 汽车美容店经营策略分析
 - (1) 汽车美容店营销策略
 - (2) 汽车美容店采购策略
 - (3) 汽车美容店促销策略
 - (4) 汽车美容店商品管理
 - 5.3.7 汽车美容行业未来发展趋势
- 5.4 中国汽车装饰市场**
 - 5.4.1 汽车装饰的分类及主要内容
 - (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
 - 5.4.2 汽车装饰用品发展现状分析
 - 5.4.3 汽车装饰竞争状况分析
 - (1) 汽车装饰品牌竞争分析
 - (2) 汽车装饰同质化竞争
 - (3) 汽车装饰品价格竞争
 - 5.4.4 汽车装饰的发展趋势
 - 5.4.5 汽车装饰品行业的投资机会
 - (1) 装饰市场投资回报可观
 - (2) 个性化汽车装饰改装大行其道
 - (3) 消费者对高档车用消费品兴趣浓厚
- 5.5 中国汽车快修市场**
 - 5.5.1 汽车快修市场概述
 - (1) 定义
 - (2) 服务内容
 - (3) 市场发展概况
 - 5.5.2 汽车快修市场概述
 - (1) 汽车快修连锁经营的定义
 - (2) 中国快修连锁企业经营环境
 - (3) 国外发达国家汽车快修连锁行业发展概况
 - (4) 中国汽车快修市场发展历程
 - (5) 国外品牌纷纷进入中国市场
 - 5.5.3 汽车快修连锁企业经营方式
 - 5.5.4 汽车快修连锁的载体分析
 - (1) 以销售汽车维修设备为载体的汽车快修连锁
 - (2) 以品牌许可为载体的汽车快修连锁
 - (3) 依托汽车配件销售为载体的汽车快修连锁
 - (4) 以技术输出为载体的汽车快修连锁
 - 5.5.5 汽车快修市场竞争状况
 - 5.5.6 汽车快修连锁发展存在的问题及建议

- (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的必要性
- (3) 建立汽车快修连锁企业的战略重点
- (4) 汽车快修企业的经营策略分析
- (5) 汽车快修连锁发展的政策建议

5.5.7 汽车快修发展趋势

- (1) 服务标准化
- (2) 客户细分化
- (3) 竞争激烈化

5.5.8 汽车快修发展前景

5.6 中国汽车改装市场

5.6.1 汽车改装市场概念界定

- (1) 汽车改装的定义
- (2) 汽车改装与改装汽车

5.6.2 汽车改装市场发展历程

5.6.3 中国汽车改装市场供给及需求

- (1) 市场规模
- (2) 汽车改装市场重点区域分布
- (3) 汽车改装市场的消费者分析
- (4) 汽车改装市场车型结构分析

5.6.4 汽车改装市场品牌分析

5.6.5 汽车改装市场存在问题

- (1) 从行业宏观角度分析
- (2) 从行业发展角度分析

5.6.6 汽车改装行业整体发展战略分析

- (1) 汽车改装行业发展思路分析
- (2) 汽车改装行业战略重点分析

5.6.7 汽车改装市场发展趋势分析

第6章：汽车养护终端服务业态及互联网+对行业的影响

6.1 汽车养护行业终端业态发展

6.1.1 汽车养护经营模式分类

6.1.2 4S店

- (1) 优劣势分析
- (2) 代表性企业/品牌
- (3) 发展趋势及前景

6.1.3 4S店以外的其他线下模式

- (1) 优劣势分析
- (2) 代表性企业/品牌
- (3) 发展趋势及前景

6.1.4 O2O养车

- (1) 汽车养护O2O模式
- (2) 优劣势分析
- (3) 代表性企业/品牌
- (4) 发展趋势及前景

6.2 互联网+对汽车养护行业的冲击及影响

6.2.1 互联网+对汽车养护行业的冲击及影响简析

- (1) 汽车养护行业存在的问题及互联网+对行业发展产生影响的背景
- (2) 互联网+汽车养护的概念界定
- (3) 互联网+汽车养护的发展逻辑

6.2.2 互联网+对汽车养护的影响方式

6.2.3 互联网+汽车养护的市场渗透率

6.2.4 互联网+汽车养护市场竞争格局

6.2.5 互联网+汽车养护的企业/品牌案例分析

- (1) 自营电商平台——途虎养车
- (2) 加盟连锁平台——典典养车
- (3) 上门服务平台——携车网

6.2.6 互联网+汽车养护发展特征分析

6.2.7 互联网+汽车养护发展痛点分析

6.2.8 互联网+汽车养护发展前景

第7章：中国汽车养护行业代表性企业发展布局案例研究

7.1 汽车养护行业代表性企业发展布局对比

7.2 中国汽车养护行业代表性企业发展布局案例

- 7.2.1 广汇汽车服务集团股份公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.2 中升集团控股有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.3 恒信汽车集团股份有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.4 四川精典汽车服务连锁股份有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.5 湖南德众汽车销售服务有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.6 浙江金固股份有限公司—汽车超人
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.7 深圳市壬星汽车服务有限公司—车仆
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.8 河北百顺汽车科技服务有限公司—百顺养车
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.9 广州润华汽车改装技术有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业整体经营效益评价
 - (3) 企业整体业务架构
 - (4) 企业汽车养护产品/服务布局
 - (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析
- 7.2.10 中山市优贝科技股份有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息

- (2) 企业整体经营效益评价
- (3) 企业整体业务架构
- (4) 企业汽车养护产品/服务布局
- (5) 企业发展汽车养护业务的优劣势分析

第8章：中国汽车养护行业市场前瞻及投资策略建议

8.1 中国汽车养护行业市场前瞻

- 8.1.1 汽车养护行业发展潜力评估
- 8.1.2 汽车养护行业市场容量预测
- 8.1.3 汽车养护行业发展趋势预判

8.2 中国汽车养护行业投资特性

- 8.2.1 汽车养护行业进入壁垒分析
- 8.2.2 汽车养护行业盈利模式分析
- 8.2.3 汽车养护行业投资风险预警
 - (1) 受宏观经济波动影响的风险
 - (2) 竞争加剧的风险
 - (3) 汽车养护行业的人员素质不足风险
 - (4) 汽车养护行业缺乏健全、有效的管理体制的风险
 - (5) 品牌管理落后的运营风险

8.3 中国汽车养护行业投资价值与投资机会

- 8.3.1 汽车养护行业投资价值评估
 - (1) 行业成长性
 - (2) 行业盈利性
- 8.3.2 汽车养护行业投资机会分析
 - (1) 门店数字化投资
 - (2) 标准化建设
 - (3) 与新能源品牌合作

8.4 中国汽车养护行业投资策略与可持续发展建议

- 8.4.1 汽车养护行业投资策略与建议
- 8.4.2 汽车养护行业可持续发展建议

图表目录

- 图表1：汽车养护概念释义
- 图表2：汽车养护误区分析
- 图表3：现代汽车养护与传统汽车修理维护的主要区别
- 图表4：汽车养护与汽车修理对比优点分析
- 图表5：汽车养护市场分类
- 图表6：汽车养护市场服务项目分析
- 图表7：行业所属的国民经济分类代码
- 图表8：报告的研究方法及数据来源说明
- 图表9：汽车养护行业监管体制
- 图表10：截至2022年汽车养护行业现行标准汇总
- 图表11：截至2022年汽车养护行业发展政策汇总
- 图表12：《节能与新能源汽车产业发展规划（2014-2022年）》解读
- 图表13：《“十四五”汽车工业发展规划意见》解读
- 图表14：《关于促进汽车消费的意见》解读表
- 图表15：2012-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
- 图表16：2015-2022年上半年全国固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：万亿元，%）
- 图表17：2022年三类产业投资占固定资产投资（不含农户）比重（单位：%）
- 图表18：2015-2022年中国工业增加值及增长率走势图（单位：亿元，%）
- 图表19：2022年中国宏观经济核指标预测（单位：亿元，%）
- 图表20：2012-2022年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）
- 图表21：2022年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）
- 图表22：2012-2022年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表23：2015-2022年中国居民人均消费支出额（单位：元）
- 图表24：2022年中国居民人均消费支出结构（单位：元，%）

- 图表25: 中国消费升级演进趋势
- 图表26: 2018-2022年消费者购车时价格需求变化趋势
- 图表27: 2016-2022年中国汽车消费者市场90后占比(单位: %)
- 图表28: 汽车维护产排污节点图
- 图表29: 截至2022年汽车养护行业污染治理体系分析
- 图表30: 部分地区大气污染物排放浓度限值(单位: 毫克/立方米)
- 图表31: 绿色维修技术在节能环保方面效益评价
- 图表32: 全球汽车工业发展历程
- 图表33: 2013-2022年全球汽车产量及增速(单位: 万辆, %)
- 图表34: 2013-2022年全球汽车销量及增速(单位: 万辆, %)
- 图表35: 2012-2022年E全球汽车保有量及增速(单位: 亿辆, %)
- 图表36: 全球主要国家千人汽车拥有量(单位: 辆, 美元)
- 图表37: 欧盟各车龄车辆占比(单位: %)
- 图表38: 2008-2022年美国乘用车平均车龄及增速(单位: 年, %)
- 图表39: 2015-2022年全球汽车养护行业市场规模(单位: 亿欧元)
- 图表40: 2003-2022年美国汽车保有量(单位: 亿辆)
- 图表41: 2003-2022年美国汽车总行驶里程数(单位: 万亿英里)
- 图表42: 2019-2022年美国汽车总行驶里程数(单位: 亿美元)
- 图表43: 2022年美国汽车后市场业态分布(单位: %)
- 图表44: 2022年美国汽车售后维保市场结构(单位: %)
- 图表45: 美国汽车维修连锁店NAPA发展历程
- 图表46: 2022年Genuine Parts财务经营状况
- 图表47: 美国汽车养护连锁店NAPA销售网络布局
- 图表48: 美国汽车养护连锁店NAPA整体业务架构
- 图表49: 德国博世(BOSCH)公司发展历程
- 图表50: 2018-2022年博世集团营业收入与增速(单位: 亿欧元, %)
- 图表51: 德国博世(BOSCH)公司销售网络布局
- 图表52: 德国博世(BOSCH)公司整体业务架构
- 图表53: 德国博世(BOSCH)公司汽车养护业务产品与服务
- 图表54: 德国博世(BOSCH)集团在中国的主要公司布局
- 图表55: 日本AUTOBACS汽修连锁发展历程
- 图表56: 2018-2022年日本AUTOBACS汽修连锁公司营业收入(单位: 百万日元, %)
- 图表57: 日本AUTOBACS汽修连锁整体业务架构
- 图表58: 日本AUTOBACS汽修连锁销售网络布局
- 图表59: 日本AUTOBACS汽车养护产品系列
- 图表60: 汽车零部件制造业发展特点
- 图表61: 电气化驱动新型服务发展
- 图表62: 具有软件发展潜力的领域
- 图表63: 2023-2028年全球汽车养护行业市场规模(单位: 亿欧元)
- 图表64: 2013-2022年中国汽车产量变化情况(单位: 万辆, %)
- 图表65: 2013-2022年中国汽车销量变化情况(单位: 万辆, %)
- 图表66: 2013-2022年中国二手车市场交易量(单位: 万辆)
- 图表67: 2013-2022年中国二手车交易量占汽车保有量比重趋势图(单位: %)
- 图表68: 2017-2022年中国报废汽车回收数量变化情况(单位: 万辆)
- 图表69: 2013-2022年中国汽车保有量情况(单位: 万辆)
- 图表70: 2023-2028年中国社会平均车龄(单位: 年)
- 图表71: 汽车零部件制造业发展特点
- 图表72: 汽车零部件制造行业影响因素
- 图表73: 汽车零部件制造行业存在问题
- 图表74: 汽车零部件制造行业市场参与者的类型分布
- 图表75: 汽车零部件制造行业不同模块产品划分及具体分布
- 图表76: 2015-2022年我国汽车零部件行业市场规模变化趋势(单位: 亿元, %)
- 图表77: 中国维修保养行业发展历程
- 图表78: 中国维修保养行业发展历程
- 图表79: 各级别车型不同业务进厂台次占比(单位: %)
- 图表80: 中国汽车养护市场消费结构分析(单位: %)
- 图表81: 中国汽车养护市场消费结构分析(单位: %)
- 图表82: 2014-2022年中国汽车养护市场规模(单位: 亿元, %)
- 图表83: 《关于汽车业的反垄断指南》对汽车养护市场的影响

- 图表84: 中国汽车养护市场特征分析
图表85: 中国汽车养护市场存在问题分析
图表86: 汽车养护行业现有企业的竞争分析表
图表87: 汽车养护行业对上游议价能力分析表
图表88: 汽车养护行业对下游议价能力分析表
图表89: 汽车养护行业潜在进入者威胁分析表
图表90: 中国汽车养护行业五力竞争综合分析
图表91: 2011-2022年中国汽车养护行业投融资情况 (单位: 起, 亿元)
图表92: 2011-2022年中国汽车养护行业投融资事件轮次分布 (单位: 起)
图表93: 2019-2022年汽车养护行业投融资事件汇总
图表94: 2019-2022年汽车养护行业投融资事件轮次分布情况 (单位: 起, %)
图表95: 中国汽车养护市场终端渠道分析
图表96: 中国汽车养护市场品牌格局分析
图表97: 汽车全产业链示意图
图表98: 汽车全产业链示意图
图表99: 汽车养护产业链示意图
图表100: 独立售后终端门店业务构成情况 (单位: %)
图表101: 小保养台次及产值占比 (单位: %)
图表102: 汽车养护行业成本构成情况图 (单位: %)
图表103: 中国汽车用品市场结构 (单位: %)
图表104: 汽车养护市场产品分类
图表105: 汽车养护用品优劣分析
图表106: 2018-2022年中国汽车美容养护产品和汽车装饰产品市场规模 (单位: 亿元)
图表107: 汽车用品营销渠道结构图 (单位: %)
图表108: 汽车超市优势分析
图表109: 汽车4S店汽车用品进货渠道结构图 (单位: %)
图表110: 汽车用品行业消费特点分析
图表111: 2018-2022年底汽车用品信息的“汽车网民”年龄分布 (单位: %)
图表112: 不同年龄段车主汽车用品年均消费额比较 (单位: 元)
图表113: 消费者选购汽车用品的途径分析 (单位: 人)
图表114: 消费者选购汽车用品的考虑因素分析 (单位: 人)
图表115: 消费者选购汽车用品信息获取方式分析 (单位: %)
图表116: 汽车用品消费者购买能力分析 (单位: %)
图表117: 汽车养护产品关键字搜索情况分析 (单位: %)
图表118: 2016-2022年中国润滑油产量情况 (单位: 万吨)
图表119: 2017-2022年中国润滑油表观消费量 (单位: 万吨)
图表120: 中国润滑油市场份额占有情况 (单位: %)
略 . . . 完整目录请咨询客服

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!