

2024-2030年中国汽车后行业 发展趋势与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国汽车后行业发展趋势与投资策略报告》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.cction.com/report/202310/413272.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

汽车后市场是指汽车销售以后，围绕汽车使用过程中的各种服务，涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。目前中国的汽车后市场主要包括维修及配件、汽车养护、汽车保险、汽车租赁、二手车交易等若干环节，相比于欧美等成熟汽车市场，仍处于初级阶段。

新车产销量的稳定和庞大的汽车保有量，及汽车平均年龄的增加，将给我国汽车后市场的产品和服务带来万亿市场的机会。2022年，我国汽车后市场行业已发生47起投融资事件，金额为70.87亿元。截至2022年12月，我国汽车后市场行业单笔最大融资金额为10亿元/起。

。2016-2022年，我国汽车后市场行业共发生127起天使轮融资事件以及148起A轮融资事件，B轮融资时间则有65起。

2021年4月，商务部、公安部、税务总局联合印发《关于推进二手车交易登记跨省通办便利二手车异地交易的通知》，推动二手车异地交易、便利二手车转移登记、规范二手车交易行为等举措。2021年8月11日，交通运输部颁布《关于修改〈机动车维修管理规定〉的决定》，根据国办有关通知要求，结合当前交通运输执法领域突出问题专项整治行动工作需要，交通运输部组织开展了“与行政处罚法不相符清理”和“不合理罚款规定清理”工作。2022年1月7日，交通运输部等四部门联合印发《关于深化汽车维修数据综合应用有关工作的通知》，要求各地各部门加强组织领导，密切部门配合，强化业务协同，凝聚工作合力，切实深化汽车维修数据综合应用，提高汽车维修服务水平，更好地维护消费者合法权益，推动汽车后市场高质量发展。2023年2月28日，交通运输部办公厅印发《汽车排放性能维护（维修）技术示范站建设与管理暂行办法》和《汽车排放性能维护（维修）技术示范站建设指南（试行）》，有助于推动进一步发挥汽车排放污染维护修理技术示范和引领带动作用，以点带面加快促进汽车排放检验与维护制度落地实施，有效防治在用汽车排放污染，助力打好污染防治攻坚战。

我国现阶段乘用车平均车龄约4-5年，成熟市场美国、德国、日本等车龄均在8年左右，一般车龄在4年以上，汽车后市场规模有望逐步扩大。我国现在已经进入汽车后市场扩大阶段，若车龄达到6年以上，则将进入单车维修费用的高峰期。预计随着保有量增加及车龄的增长，我国汽车后市场将进入成长阶段。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国汽车后行业发展趋势与投资策略报告》共十六章。首先介绍了汽车后市场的界定、国外汽车后市场的发展状况及经验，接着分析了国内汽车后市场的发展环境。然后对我国汽车后市场的现状及在线服务的发展进行了详实的分析，并全面剖析了重点细分产业的发展态势。随后，报告对汽车后市场做了典型企业分析、投资潜力分析和项目投资案例。最后对汽车后市场的前景趋势作了科学的分析及预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、发改委、工信部、海关总署、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中国汽车维修行业协会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心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后市场有个系统深入的了解、或者想投资汽车后市场相关项目，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 汽车后市场基本概述

1.1 汽车后市场的界定

1.1.1 基本概念

1.1.2 主要业务

1.1.3 产业链分析

1.2 汽车后市场的重要性

1.2.1 发展阶段

1.2.2 行业地位

第二章 2021-2023年国外汽车后市场发展分析

2.1 国外汽车后市场模式浅析

2.1.1 美国模式

2.1.2 欧洲模式

2.1.3 日本模式

2.2 美国汽车后市场分析

2.2.1 发展历程

2.2.2 相关政策

2.2.3 汽车保有量

2.2.4 市场规模

2.2.5 平均车龄

2.2.6 业态分布

2.2.7 发展经验

2.2.8 O2O案例

2.3 德国汽车后市场分析

2.3.1 行业发展阶段

- 2.3.2 汽车保有量
- 2.3.3 市场竞争情况
- 2.3.4 行业发展差异
- 2.4 国外汽车后市场发展经验借鉴
 - 2.4.1 特约维修站
 - 2.4.2 全国连锁经营
 - 2.4.3 人性化至上
 - 2.4.4 多元化服务
 - 2.4.5 打破垄断

第三章 2021-2023年中国汽车后市场的发展环境分析

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 宏观经济运行
 - 3.1.2 对外经济分析
 - 3.1.3 工业运行情况
 - 3.1.4 宏观经济展望
- 3.2 政策环境
 - 3.2.1 汽车后市场政策汇总
 - 3.2.2 二手车市场相关政策
 - 3.2.3 汽车维修产业政策
 - 3.2.4 汽车保险重要政策
 - 3.2.5 汽车后市场政策利好
 - 3.2.6 汽车后市场政策导向
 - 3.2.7 汽车“三包”政策施行
 - 3.2.8 汽车后市场连锁业态分类标准
 - 3.2.9 汽车后市场配件流通信息管理要求
- 3.3 技术环境
 - 3.3.1 汽车后市场团体标准
 - 3.3.2 汽车后市场用配件合车规范
 - 3.3.3 制动器用零部件新国标发布
 - 3.3.4 汽车维修保养通用技术
- 3.4 产业环境

- 3.4.1 汽车行业产销规模
- 3.4.2 汽车市场外贸现状
- 3.4.3 汽车行业经营现状
- 3.5 需求环境
 - 3.5.1 庞大的汽车保有量
 - 3.5.2 保有汽车平均车龄
 - 3.5.3 女性市场潜力巨大
- 3.6 社会环境
 - 3.6.1 人口及城镇化水平
 - 3.6.2 汽车生活时代开启
 - 3.6.3 汽车文化逐渐形成

第四章 2021-2023年中国汽车后市场总体现状分析

- 4.1 2021-2023年汽车后市场现状分析
 - 4.1.1 行业发展历程
 - 4.1.2 行业发展特征
 - 4.1.3 行业发展规模
 - 4.1.4 行业利润分析
 - 4.1.5 细分市场现状
 - 4.1.6 市场渠道占比
 - 4.1.7 服务质量水平
 - 4.1.8 产业亟待升级
 - 4.1.9 面临战略机遇
 - 4.1.10 行业发展趋势
- 4.2 2021-2023年汽车后市场热点分析
 - 4.2.1 市场发展重点
 - 4.2.2 企业布局状况
 - 4.2.3 市场发展动态
 - 4.2.4 互联网企业布局
 - 4.2.5 市场变革加速
 - 4.2.6 售后服务体系
 - 4.2.7 大数据时代来临

4.3 汽车后市场价格体系解析

4.3.1 价格变动方式

4.3.2 价格变动幅度

4.3.3 消费者的反应

4.3.4 竞争对手的反应

4.3.5 变价竞争的对策

4.4 汽车后市场新零售发展分析

4.4.1 汽车后市场服务特点

4.4.2 行业新零售模式需求

4.4.3 企业新零售模式探索

4.5 汽车后市场战略联盟的应用分析

4.5.1 基本理论概述

4.5.2 构建动因分析

4.5.3 应用案例分析

4.6 汽车后市场的主要问题及建议

4.6.1 经营水平方面

4.6.2 销售体系方面

4.6.3 行业监管方面

4.6.4 服务质量方面

4.6.5 技术人才方面

4.6.6 发展方向思考

第五章 2021-2023年中国汽车后市场在线服务发展分析

5.1 中国汽车后市场在线服务发展驱动因素

5.1.1 行业概念界定

5.1.2 发展背景概览

5.1.3 外部环境分析

5.1.4 内部驱动因素

5.2 中国汽车后市场在线服务发展综合分析

5.2.1 发展历程

5.2.2 融资情况

5.2.3 产业图谱

5.3 汽车后市场线上消费情况

5.3.1 线上消费渠道

5.3.2 消费群体分析

5.3.3 消费关注要点

5.3.4 消费地域特征

5.3.5 消费偏好分析

5.3.6 消费升级形势

5.3.7 品牌消费情况

5.4 “互联网+汽车后市场”模式分析

5.4.1 “互联网 + ”对汽车后市场的影响

5.4.2 “互联网 + 汽车后市场”发展状况

5.4.3 “互联网+汽车后市场”企业面临的挑战

5.4.4 “互联网+汽车后市场”企业新形势和要求

5.4.5 “互联网 + 汽车后市场”模式发展途径

5.5 2021-2023年汽车后市场电商发展状况

5.5.1 市场发展规模

5.5.2 用户数量规模

5.5.3 用户活跃人数

5.5.4 行业发展特点

5.5.5 市场发展现状

5.5.6 电商对4S店影响

5.5.7 行业发展模式

5.5.8 主要驱动因素

5.5.9 市场格局状况

5.5.10 行业竞争格局

5.5.11 行业投融资规模

5.5.12 盈利水平情况

5.6 2021-2023年汽车后市场电商O2O模式分析

5.6.1 发展现状分析

5.6.2 商业模式创新

5.6.3 市场布局动态

5.6.4 主要案例分析

- 5.6.5 制约因素分析
- 5.7 中国汽车后市场在线服务案例分析
 - 5.7.1 途虎养车
 - 5.7.2 乐车邦
 - 5.7.3 车享家
- 5.8 中国汽车后市场在线服务未来趋势
 - 5.8.1 丰富服务内容
 - 5.8.2 打造高品质服务体系
 - 5.8.3 实现精细化运营

第六章 2021-2023年中国汽车维修及配件市场分析

- 6.1 2021-2023年汽车维修市场发展分析
 - 6.1.1 行业产业链条
 - 6.1.2 行业发展规模
 - 6.1.3 行业发展状况
 - 6.1.4 行业竞争格局
 - 6.1.5 注册企业数量
 - 6.1.6 经营模式分析
 - 6.1.7 服务模式分析
 - 6.1.8 市场发展问题
 - 6.1.9 市场发展前景
- 6.2 2021-2023年汽车零配件行业发展分析
 - 6.2.1 行业销售规模
 - 6.2.2 市场需求状况
 - 6.2.3 行业供给水平
 - 6.2.4 行业区域分布
 - 6.2.5 市场竞争格局
 - 6.2.6 利润水平变动原因
 - 6.2.7 关键技术实现突破
 - 6.2.8 零部件再制造行业
 - 6.2.9 汽车配件供应链发展
 - 6.2.10 汽配供应链领先企业

- 6.2.11 汽配行业发展战略
- 6.2.12 汽配行业发展趋势
- 6.2.13 汽配行业面临机遇
- 6.2.14 汽配行业面临挑战
- 6.2.15 汽配行业主要壁垒
- 6.3 2021-2023年汽车维修连锁经营分析
 - 6.3.1 市场发展现状
 - 6.3.2 行业发展优势
 - 6.3.3 行业经营形式
 - 6.3.4 企业发展案例
- 6.4 汽车维修保养行业发展分析
 - 6.4.1 产业链图谱
 - 6.4.2 行业发展历程
 - 6.4.3 市场发展现状
 - 6.4.4 行业相关政策
 - 6.4.5 行业市场规模
 - 6.4.6 行业渠道结构
 - 6.4.7 行业集中度状况
 - 6.4.8 行业竞争格局
 - 6.4.9 电动车维保市场
 - 6.4.10 行业发展方向
- 6.5 汽车维修行业投融资分析
 - 6.5.1 行业投融资情况
 - 6.5.2 行业融资产品
 - 6.5.3 行业投融资区域
 - 6.5.4 行业投融资事件
 - 6.5.5 行业兼并重组
- 6.6 汽车维修企业分析
 - 6.6.1 企业营业收入
 - 6.6.2 企业数量规模
 - 6.6.3 企业主要类型
 - 6.6.4 企业区域分布

- 6.6.5 企业布局动态
- 6.7 汽车维修企业服务质量管理分析
 - 6.7.1 服务质量现状分析
 - 6.7.2 消费者偏好分析
 - 6.7.3 服务质量管理水平
 - 6.7.4 构建现代管理体系
 - 6.7.5 主要管理环节分析
 - 6.7.6 影响因素及缺口分析
- 6.8 汽车维修业面临的问题及建议
 - 6.8.1 企业经营方面
 - 6.8.2 行业监管方面
 - 6.8.3 环境因素方面
 - 6.8.4 技术水平方面
 - 6.8.5 促进发展建议

第七章 2021-2023年中国汽车美容养护市场分析

- 7.1 2021-2023年汽车美容养护市场发展状况
 - 7.1.1 主要养护模式
 - 7.1.2 市场发展阶段
 - 7.1.3 市场发展规模
 - 7.1.4 消费支出规模
 - 7.1.5 汽车用品市场
 - 7.1.6 市场竞争格局
 - 7.1.7 市场需求特点
 - 7.1.8 地域分布特征
 - 7.1.9 企业注册状况
 - 7.1.10 市场需求特征
 - 7.1.11 行业商业模式
 - 7.1.12 未来发展趋势
- 7.2 中国在线汽车美容养护市场分析
 - 7.2.1 市场发展特征
 - 7.2.2 市场集中程度

- 7.2.3 市场服务模式
- 7.2.4 行业景气程度
- 7.2.5 市场结构分析
- 7.2.6 用户特征分析
- 7.2.7 市场发展路径
- 7.3 2021-2023年汽车美容养护市场面临的形势
 - 7.3.1 市场逐渐转型
 - 7.3.2 外资品牌介入
 - 7.3.3 民族品牌觉醒
 - 7.3.4 企业探索道路
- 7.4 汽车美容连锁企业经营分析
 - 7.4.1 连锁企业经营现状
 - 7.4.2 连锁企业发展策略
 - 7.4.3 连锁企业发展前景
- 7.5 汽车美容养护市场的问题及建议
 - 7.5.1 行业主要问题
 - 7.5.2 制约因素分析
 - 7.5.3 行业发展建议
 - 7.5.4 行业发展战略
 - 7.5.5 企业发展对策
 - 7.5.6 行业未来前景

第八章 2021-2023年中国二手车交易市场分析

- 8.1 2021-2023年二手车市场交易情况分析
 - 8.1.1 二手车总交易量
 - 8.1.2 二手车细分市场
 - 8.1.3 二手车出口市场
 - 8.1.4 二手车车龄分布
- 8.2 2021-2023年二手车市场结构分析
 - 8.2.1 排放标准情况
 - 8.2.2 季度交易情况
 - 8.2.3 区域交易情况

- 8.2.4 城市交易情况
- 8.2.5 价格分布情况
- 8.2.6 交易价格走势
- 8.3 2021-2023年新能源二手车分析
 - 8.3.1 车型销售情况
 - 8.3.2 价格分布情况
 - 8.3.3 区域分布情况
 - 8.3.4 使用年限分析
 - 8.3.5 企业布局分析
- 8.4 2021-2023年二手车流通性分析
 - 8.4.1 跨区域流通体系
 - 8.4.2 跨区域流通情况
 - 8.4.3 区域流通活跃度
 - 8.4.4 转籍车辆转入地
 - 8.4.5 二手车品牌流通
 - 8.4.6 跨区域流通溢价
 - 8.4.7 二手车经销商情况
- 8.5 2021年二手车经营企业营商环境分析
 - 8.5.1 企业经营年限
 - 8.5.2 企业经营模式
 - 8.5.3 企业经营收入
 - 8.5.4 企业盈利能力
 - 8.5.5 企业资金情况
 - 8.5.6 企业营销渠道
 - 8.5.7 企业售后情况
- 8.6 二手车电商商业模式发展分析
 - 8.6.1 网上竞价交易模式
 - 8.6.2 交易服务资讯平台模式
 - 8.6.3 简单收购模式
 - 8.6.4 第三方服务平台模式
 - 8.6.5 寄售模式
 - 8.6.6 模式比较分析

8.7 中国二手车市场面临的问题

8.7.1 行业诚信度低

8.7.2 市场规范化问题

8.7.3 交易透明度问题

8.7.4 交易企业定位问题

8.7.5 市场品质鉴证问题

8.7.6 从业人员素质问题

8.8 中国二手车行业的发展建议

8.8.1 加强行业监管

8.8.2 增强信息透明度

8.8.3 调整企业定位

8.8.4 完善品质鉴证体系

8.8.5 提升服务人员素养

第九章 2021-2023年中国汽车电子市场分析

9.1 汽车电子相关概述

9.1.1 汽车电子界定

9.1.2 汽车电子分类

9.1.3 汽车电子产业链

9.1.4 汽车电子战略高地

9.2 2021-2023年全球汽车电子产业发展形势

9.2.1 市场发展规模

9.2.2 行业区域格局

9.2.3 市场发展格局

9.2.4 市场集中程度

9.2.5 产业发展重点

9.2.6 细分行业热点

9.2.7 行业发展趋势

9.3 2021-2023年中国汽车电子产业发展综述

9.3.1 产业发展地位

9.3.2 产业政策环境

9.3.3 市场规模现状

- 9.3.4 市场结构分布
- 9.3.5 成本占比状况
- 9.3.6 汽车电子渗透率
- 9.3.7 行业发展思考
- 9.3.8 行业发展前景
- 9.3.9 行业未来趋势
- 9.4 2021-2023年汽车电子市场竞争分析
 - 9.4.1 整体竞争态势
 - 9.4.2 竞争现状分析
 - 9.4.3 本土企业竞争
 - 9.4.4 产业发展格局
- 9.5 汽车电子市场面临的挑战及建议
 - 9.5.1 主要挑战分析
 - 9.5.2 制约因素分析
 - 9.5.3 市场需合理布局
 - 9.5.4 构建全球化产业链
- 9.6 新能源汽车电子发展前景展望
 - 9.6.1 汽车电子成本趋势
 - 9.6.2 中国市场潜力巨大
 - 9.6.3 竞争优势不断强化
 - 9.6.4 出现寡头垄断格局
 - 9.6.5 技术演进方向分析
 - 9.6.6 未来产品发展主题

第十章 2021-2023年中国汽车租赁市场分析

- 10.1 2021-2023年汽车租赁市场发展综述
 - 10.1.1 汽车租赁概况
 - 10.1.2 行业的重要性
 - 10.1.3 行业政策规范
 - 10.1.4 市场需求情况
 - 10.1.5 市场发展规模
 - 10.1.6 ABS融资情况

- 10.1.7 资本市场状况
- 10.1.8 市场发展威胁
- 10.2 2021-2023年汽车租赁企业竞争情况
 - 10.2.1 市场集中程度
 - 10.2.2 市场竞争格局
 - 10.2.3 企业车队规模
 - 10.2.4 企业业务布局
 - 10.2.5 企业布局动态
- 10.3 汽车租赁部分区域市场运行状况
 - 10.3.1 北京市
 - 10.3.2 青岛市
 - 10.3.3 成都市
 - 10.3.4 浙江省
- 10.4 汽车租赁市场面临的挑战及建议
 - 10.4.1 行业成本较高
 - 10.4.2 行业发展风险
 - 10.4.3 行业发展问题
 - 10.4.4 市场发展障碍
 - 10.4.5 行业发展建议
 - 10.4.6 行业发展路径
 - 10.4.7 行业发展趋势

第十一章 2021-2023年中国汽车保险市场分析

- 11.1 汽车保险行业波特五力模型分析
 - 11.1.1 现有竞争者
 - 11.1.2 潜在竞争者
 - 11.1.3 替代产品
 - 11.1.4 供应商
 - 11.1.5 消费者
- 11.2 2021-2023年全球汽车保险发展状况
 - 11.2.1 全球车险发展历程
 - 11.2.2 全球车险发展现状

- 11.2.3 全球车险需求分析
- 11.2.4 全球车险费率改革
- 11.3 2021-2023年中国汽车保险市场运行状况
 - 11.3.1 行业发展阶段
 - 11.3.2 政策发展环境
 - 11.3.3 市场规模现状
 - 11.3.4 车险保费占比
 - 11.3.5 车险承保利润
 - 11.3.6 车险理赔支出
 - 11.3.7 互联网车险收入
 - 11.3.8 行业竞争格局
 - 11.3.9 行业发展机遇
 - 11.3.10 行业发展趋势
- 11.4 车险费率市场化改革分析
 - 11.4.1 车险费率改革历程
 - 11.4.2 车险改革成果分析
 - 11.4.3 商用车费改政策对比
 - 11.4.4 车险综合改革成效
 - 11.4.5 车险费改问题分析
- 11.5 中国UBI车险行业发展综况
 - 11.5.1 UBI车险基本概述
 - 11.5.2 UBI保险主要优势
 - 11.5.3 UBI车险发展现状
 - 11.5.4 UBI保险发展问题
 - 11.5.5 UBI车险发展前景
 - 11.5.6 UBI车险发展对策
- 11.6 我国车险营销渠道及策略分析
 - 11.6.1 车险营销SWOT分析
 - 11.6.2 车险营销发展问题
 - 11.6.3 营销渠道优化原则
 - 11.6.4 营销渠道优化措施
 - 11.6.5 营销渠道优化目标

11.7 2021-2023年中国部分地区汽车保险的发展

11.7.1 北京市

11.7.2 广东省

11.7.3 浙江省

11.7.4 湖南省

11.7.5 陕西省

11.8 我国车险行业发展的问题与挑战

11.8.1 缺乏竞争力

11.8.2 产品同质化

11.8.3 信息不对称

11.8.4 行业经营粗放

11.9 加强中国汽车保险市场建设的建议

11.9.1 建立风险规避机制

11.9.2 加强市场体系建设

11.9.3 治理车险行业乱象

第十二章 2021-2023年中国汽车改装市场分析

12.1 2021-2023年汽车改装产业发展综述

12.1.1 产业发展概述

12.1.2 产业发展特征

12.1.3 产业相关政策

12.1.4 发展影响因素

12.2 2021-2023年汽车改装市场现状分析

12.2.1 市场发展规模

12.2.2 市场需求状况

12.2.3 消费支出情况

12.2.4 用户年龄分布

12.2.5 用户城市分布

12.2.6 市场发展前景

12.3 中国汽车改装市场竞争格局

12.3.1 汽车改装区域特征

12.3.2 汽车改装企业数量

- 12.3.3 改装车企业区域分布
- 12.3.4 改装车企业注册资本
- 12.3.5 改装车企业行业分布
- 12.3.6 汽车改装竞争现状
- 12.3.7 整车企业积极布局
- 12.3.8 主要汽车改装厂商
- 12.4 中国汽车定制改装行业发展分析
 - 12.4.1 汽车定制改装市场规模
 - 12.4.2 汽车定制改装发展现状
 - 12.4.3 汽车定制改装区域分布
 - 12.4.4 定制改装细分产品需求
 - 12.4.5 汽车品牌定制改装产品
 - 12.4.6 汽车定制改装消费特点
 - 12.4.7 汽车定制改装发展问题
 - 12.4.8 汽车定制改装发展建议
 - 12.4.9 汽车定制改装发展趋势
 - 12.4.10 汽车定制改装发展机遇
- 12.5 汽车改装市场面临的挑战及建议
 - 12.5.1 技术仍不成熟
 - 12.5.2 存在政策屏障
 - 12.5.3 专业人才匮乏
 - 12.5.4 行业发展建议
 - 12.5.5 未来发展趋势
 - 12.5.6 发展方向探析

第十三章 2020-2023年汽车后市场典型企业运营状况分析

- 13.1 广汇汽车服务集团股份有限公司
 - 13.1.1 企业发展概况
 - 13.1.2 经营效益分析
 - 13.1.3 业务经营分析
 - 13.1.4 财务状况分析
 - 13.1.5 核心竞争力分析

- 13.1.6 公司发展战略
- 13.1.7 未来前景展望
- 13.2 浙江金固股份有限公司
 - 13.2.1 企业发展概况
 - 13.2.2 业务改造升级
 - 13.2.3 经营效益分析
 - 13.2.4 业务经营分析
 - 13.2.5 财务状况分析
 - 13.2.6 核心竞争力分析
 - 13.2.7 公司发展战略
 - 13.2.8 未来前景展望
- 13.3 国机汽车股份有限公司
 - 13.3.1 企业发展概况
 - 13.3.2 经营效益分析
 - 13.3.3 业务经营分析
 - 13.3.4 财务状况分析
 - 13.3.5 风险因素分析
 - 13.3.6 未来前景展望
- 13.4 中升集团控股有限公司
 - 13.4.1 企业发展概况
 - 13.4.2 2021年企业经营状况分析
 - 13.4.3 2022年企业经营状况分析
 - 13.4.4 2023年企业经营状况分析
- 13.5 深圳市元征科技股份有限公司
 - 13.5.1 企业发展概况
 - 13.5.2 2021年企业经营状况分析
 - 13.5.3 2022年企业经营状况分析
 - 13.5.4 2023年企业经营状况分析
- 13.6 安盛天平财产保险股份有限公司
 - 13.6.1 企业基本信息简介
 - 13.6.2 2020年企业经营状况分析
 - 13.6.3 2021年企业经营状况分析

13.6.4 2022年企业经营状况分析

13.7 其他主要企业发展概况

13.7.1 上汽集团

13.7.2 永达汽车

13.7.3 神州租车

第十四章 2024-2030年中国汽车后市场投资潜力分析

14.1 投资价值凸显

14.1.1 技术驱动因素

14.1.2 市场空间广阔

14.1.3 市场介入契机

14.1.4 行业利润分析

14.2 资本投融资状况

14.2.1 投融资情况

14.2.2 投融资轮次

14.2.3 投融资城市

14.2.4 融资事件动态

14.2.5 企业投融资焦点

14.3 资本表现活跃

14.3.1 汽车租赁市场

14.3.2 二手车市场

14.3.3 汽车维修保养市场

14.3.4 汽车供应链市场

14.3.5 汽车综合服务市场

14.3.6 智慧停车市场

14.3.7 汽车云服务市场

14.4 企业投资机会

14.4.1 汽车零部件企业

14.4.2 机动车检测业务

14.4.3 传统经销商后市场业务

14.4.4 传统品牌配件制造商

14.4.5 配件供应链提供商

14.4.6 终端维保服务提供商

14.5 市场投资机会

14.5.1 汽车维修市场

14.5.2 汽车金融市场

14.5.3 汽车保险市场

14.5.4 二手车交易市场

14.5.5 商务租车市场

14.5.6 汽车租赁市场

14.6 投资风险预警及建议

14.6.1 竞争风险

14.6.2 模式风险

14.6.3 盈利风险

14.6.4 投资建议

第十五章 中国汽车后市场典型投资项目案例分析

15.1 汽车电子（智能电控系统）产业化项目

15.1.1 项目基本情况

15.1.2 项目实施主体

15.1.3 项目投资测算

15.1.4 项目必要性分析

15.1.5 项目可行性分析

15.1.6 项目经济效益

15.1.7 项目投资规划

15.2 新能源汽车租赁项目

15.2.1 项目内容概述

15.2.2 项目主体分析

15.2.3 项目交易价格

15.2.4 项目服务期限

15.3 新能源汽车供应链物流基地项目

15.3.1 项目基本概况

15.3.2 项目主体分析

15.3.3 项目实施目的

- 15.3.4 项目实施影响
- 15.3.5 项目实施风险
- 15.4 汽车电子全球运营中心建设项目
 - 15.4.1 项目基本情况
 - 15.4.2 项目实施必要性
 - 15.4.3 项目实施可行性
 - 15.4.4 项目投资概算

第十六章 对2024-2030年中国汽车后市场前景预测

- 16.1 中国汽车后市场的未来前景
 - 16.1.1 发展意义重大
 - 16.1.2 市场机遇分析
 - 16.1.3 细分市场空间
 - 16.1.4 二手车市场前景
 - 16.1.5 行业前景分析
 - 16.1.6 融合发展趋势
- 16.2 对2024-2030年中国汽车后市场行业预测分析
 - 16.2.1 2024-2030年中国汽车后市场行业影响因素分析
 - 16.2.2 2024-2030年中国汽车后市场规模预测
 - 16.2.3 2024-2030年中国二手车市场交易规模预测
 - 16.2.4 2024-2030年中国汽车电子行业市场规模预测
 - 16.2.5 2024-2030年中国汽车维修及保养市场规模预测

附录

- 附录一：《机动车维修管理规定》
- 附录二：《汽车维修业开业条件》
- 附录三：《二手车流通管理办法》
- 附录四：《关于实施车险综合改革的指导意见》
- 附录五：《关于深化汽车维修数据综合应用有关工作的通知》
- 附录六：《汽车后市场连锁业态分类》

图表目录

图表1 汽车后市场涉及汽车平均8-12年生命周期中的每个环节

图表2 中国汽车产业链供应体系

图表3 中国汽车全产业链构成图

图表4 我国与欧美汽车后市场主要业务对比

图表5 汽车后市场产业链全景图

图表6 国内汽车市场产业链构成

图表7 AUTOBACS业务比例

图表8 美国二手车市场、后市场相关法律法规

图表9 美国汽车后市场规模

图表10 2005-2022年美国汽车平均车龄

图表11 美国汽车后市场业态分布

图表12 2021年四季度和全年GDP初步核算数据

图表13 2017-2021年全国生产总值及其增长速度

图表14 2022年GDP初步核算数据

图表15 2017-2021年货物进出口总额

图表16 2021年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度

图表17 2021年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表18 2017-2021年全部工业增加值及增速

图表19 2021年主要工业产品产量及其增长速度

图表20 2021-2022年规模以上工业增加值同比增长速度

图表21 2022年规模以上工业生产主要数据

图表22 2010-2021年我国汽车后市场行业相关政策汇总

图表23 2001-2021年中国汽车销量及增速

图表24 2006-2021年中国乘用车销量及增速

图表25 2006-2021年中国商用车销量及增速

图表26 2013-2021年中国新能源汽车销量及增长率

图表27 2020-2022年汽车月度销量情况

图表28 2020-2022年汽车月度销量增长率情况

图表29 2020-2022年乘用车月度销量情况

图表30 2020-2022年乘用车月度销量增长率情况

图表31 2020-2022年商用车月度销量情况

图表32 2020-2022年商用车月度销量增长率情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413272.html>