

2025-2031年中国汽车延保 市场深度分析与投资前景预测报告

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

《2025-2031年中国汽车延保市场深度分析与投资前景预测报告》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/202508/491132.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

汽车延保业务起源于美国，上世纪60年代，主机厂新车销售利润不断下降，为保证客户返厂率，提高售后利润，主机厂推出了汽车延保业务。2024年美延公司将汽车延保业务带入中国市场，部分主机厂、经销商和专业的汽车延保机构在汽车延保领域进行了大胆尝试和探索，但是发展仍然较为缓慢。

国外常见的汽车延保商业模式主要有三类：由保险公司直接承保、由汽车经销商或汽车厂商承担合同义务以及由第三方的汽车延保管理公司承担合同义务，同时负责汽车延保产品的设计与合同管理。在中国，后两种商业模式已经出现并经过了多年的发展。越来越多的汽车经销商都开始提供汽车延保服务，市场上也陆续出现了多家专业的汽车延保公司，如北京华奥汽车服务有限公司、深圳市宜安延保售后管理股份有限公司、浙江省天威担保有限公司、路华救援（北京）有限公司等。

我国汽车保有量规模巨大，但是汽车延保的市场渗透率极低，未来有很大的发展空间。目前，汽车延保在美国的渗透率达到30%左右，在欧洲的渗透率达到40%左右，日本发展更为成熟，二手车延保率已经达到了90%以上。参考国外发展经验，我国的汽车延保市场仍处于初级阶段，潜在的社会需求量很大；另一方面，社会上越来越多的公司/机构研究汽车延保业务，为延保业务发展提供了良好的社会环境。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国汽车延保市场深度分析与投资前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章汽车延保行业发展概述

第一节延保行业背景及国际趋势

一、延保业务概述

二、行业背景及趋势

（一）客户忠诚度

（二）经销商的盈利能力

（三）原厂配件销售

第二节商业模式

一、产品设计

二、业务流程

三、商业模式分析

（一）消费者层面

（二）经销商层面

（三）整车厂层面

第三节中国延保市场的主要风险和挑战

第四节中国延保业务未来的发展方向

第二章汽车延保行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节行业政策环境分析（P）

第二节行业经济环境分析（E）

第三节行业社会环境分析（S）

一、社会环境优势

二、社会环境劣势

三、社会环境机遇

四、社会环境挑战

第四节行业技术环境分析（T）

一、汽车延保技术优势

二、汽车延保技术劣势

三、汽车延保技术机遇

四、汽车延保技术挑战

第三章全球汽车延保行业发展分析

第一节全球汽车延保市场总体情况分析

一、全球汽车延保行业的发展特点

二、全球汽车延保市商业模式

三、发达国家汽车延保市场发展分布

第二节全球汽车延保行业竞争状况分析

第三节2020-2024年国际重点汽车延保企业运营分析

第四章我国汽车延保行业发展分析

第一节我国汽车延保行业发展状况分析

一、我国汽车延保行业发展阶段

二、我国汽车延保行业发展总体概况

三、我国汽车延保行业发展特点分析

四、我国汽车延保行业商业模式分析

（一）汽车厂商模式

（二）汽车经销商模式

（三）保险公司模式

（四）汽车延保公司模式

第二节我国汽车延保行业市场供需状况

一、中国延保行业市场现状

二、汽车延保行业模式发展特点

三、当前中国汽车延保行业的痛点

第三节我国汽车延保市场价格走势分析

第五章汽车延保消费行为调查

第一节我国发展汽车延保服务的必要性分析

一、有利于提升汽车后市场服务水平

二、有助于拓宽汽车产业链的盈利

三、有利于消费者规避汽车故障风险

第二节2020-2024年中国汽车延保行业消费规模分析

第三节汽车延保服务购买的意愿

第四节制约用户购买汽车延保服务的主要原因

第五节用户购买汽车延保服务的最核心利益点

第六章2020-2024年汽车延保行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现在企业竞争分析

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节提高汽车延保行业主要策略

第七章2020-2024年汽车延保行业上、下游产业分析

第一节汽车延保产业结构分析

第二节上游产业分析

第三节下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

第四节汽车延保关联产业发展

一、我国汽车后市场发展总体概况

二、我国汽车后市场预测分析

第五节汽车后市场电子商务模式分析

第八章2020-2024年中国汽车延保行业主要企业调研分析

第一节宝固汽车技术服务（北京）有限公司

一、基本情况

二、企业经营状况

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第二节北京华奥汽车服务有限公司

一、基本情况

二、企业经营状况

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第三节上海鑫富邦汽车延保服务咨询有限公司

一、基本情况

二、企业经营状况

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第四节上海利真汽车服务咨询有限公司

一、基本情况

二、企业经营状况

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第五节北京汇众保延汽车技术服务有限公司

一、基本情况

二、企业经营状况

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第九章汽车延保行业发展前景预测

第一节2025-2031年我国汽车延保行业发展趋势判断

一、来被监管的可能性较大

二、互联网下延保市场格局

三、专业化分工是大势所趋

四、互联网将全方位的渗透到延保的业务环节里

五、二手车延保市场空间巨大

第二节2025-2031年我国汽车延保市场规模预测

第十章我国汽车延保行业营销趋势及策略分析

第一节汽车延保行业销售策划

一、延保对象的设计

二、延保零部件的设计

三、延保期限设计

第二节汽车延保行业营销策略分析

一、汽车延保销售方式

二、延保产品纳入汽车品牌管理范畴

第三节汽车延保营销的发展趋势

第十一章2025-2031年中国汽车延保的投资风险与投资建议

第一节2025-2031年中国汽车延保行业的投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、经营波动风险及防范

第二节汽车延保行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

第三节2025-2031年汽车延保企业竞争策略分析

一、提高我国汽车延保企业核心竞争力的对策

二、影响汽车延保企业核心竞争力的因素

三、提高汽车延保企业竞争力的策略

第四节2025-2031年中国汽车延保项目投资可行性分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202508/491132.html>