2015-2020年中国汽车服务市场供需预测及投资战略调研报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国汽车服务市场供需预测及投资战略调研报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201506/321687.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2014年我国累计生产汽车2372.29万辆，同比增长7.3%，销售汽车2349.19万辆，同比增长6.9%。其中，乘用车产销1991.98万辆和1970.06万辆，同比分别增长10.2%和9.9%；商用车产销380.31万辆和379.13万辆，同比分别下降5.7%和6.5%。

2005-2014年中国汽车产量分车型统计　年份　乘用车（万辆）　商用车（万辆）　2005年 307.81 262.95 2006年 523.31 195.56 2007年 638.11 250.13 2008年 673.77 256.14 2009年 1038.38 340.71 2010年 1389.70 436.76 2011年 1448.53 393.35 2012年 1552.36 374.81 2013年 1808.521 403.16 2014年 1991.98 380.31

经过很多年的演变过程，目前中国汽车分销渠道模式可以归结为以下五种：

1.直销模式：由汽车制造商及其下设的各地的销售机构，直接向最终用户销售汽车。

2.总代理制模式:渠道模式流程为制造商→总代理→区域代理→下级代理商→顾客。进口汽车通常采用这种模式。

3.区域代理制模式：渠道模式流程为制造商→区域总代理→下级代理商→顾客。这是最早采用的汽车渠道模式，不过目前已经很少有厂商使用这种模式。

4.特许经销制模式：渠道模式流程为制造商→特许经销商→顾客。汽车制造商会发现区域代理制实施以后，很难对经销商的经销行为进行规范，导致市场价格混乱，所以1996年后，汽车渠道模式逐渐向特许经销制转变。

5.品牌专卖制模式：渠道模式流程为制造商→专卖店→最终用户。

汽车服务行业研究报告共十四章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。汽车服务行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了汽车服务行业市场潜在需求与市场机会，报告对汽车服务行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国汽车服务行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 行业发展分析 1
第一章 汽车服务业基本概述 1

第一节 汽车服务业的内涵 1
一、汽车服务业的定义 1
二、汽车售后服务市场介绍 1
第二节 汽车服务业的分类 2
一、汽车分销 2
二、汽车维修和保养 2
三、汽车装饰和美容 2
四、汽车信贷 3
五、汽车保险 3
六、汽车二手车交易和回收 5
七、停车场 5
八、汽车驾驶培训 5
第三节 汽车服务业的行业技术经济特点 6
一、汽车产业链长 6
二、汽车服务的可持续性 6
三、汽车业信息中心 7
第四节 汽车服务业的地位与作用分析 7
一、汽车服务业与汽车制造业 7
二、汽车服务业与国民经济其他活动 8
第二章 汽车服务业宏观环境分析 9
第一节 我国宏观经济运行分析 9
一、2013年宏观经济运行指标分析 9
二、2014年宏观经济运行指标分析 18
三、2014年中国宏观经济发展展望 47
四、2015年中国经济增长预测 50
第二节 我国汽车服务业发展制度与政策环境 52
一、行业管理体制 52
二、汽车服务业外资进入政策 58
第三章 汽车服务业发展分析 60
第一节 2014年我国汽车服务业发展分析 60
一、汽车售后服务关注度分析 60
二、2014年汽车售后市场发展情况分析 65
三、2015年4S店经销商经营现状调查分析 66
四、中国汽车产品质量与服务质量投诉分析 69
五、中国汽车服务亟待与国际接轨 78

六、金融危机下外企加速进军中国汽车售后市场 79
七、汽车服务发展趋势分析 81
八、中国汽车后市场服务发展瓶颈分析 84
第二节 我国汽车服务业的模式分析 91
一、中国汽车服务业盈利模式 91
二、汽车服务业试水复合型模式 93
三、汽车服务后营销时代 “差异化”售后服务 94
第三节 中国汽车售后市场经营现状分析 95
一、中国汽车售后市场发展进入快车道 95
二、中国汽车售后市场养护业连锁经营分析 96
三、中国汽车售后市场养护业连锁经营优劣势 97
四、国内外的汽车售后市场企业竞争分析 98
五、汽车销售服务策略分析 100
第四节 汽车服务人才需求分析 103
一、汽车服务人才现状 103
二、汽车服务人才概念界定 104
三、汽车服务人才需求种类 104
四、汽车服务人才需求特点 108
第二部分 细分行业分析 111
第四章 汽车行业发展分析 111
第一节 我国汽车行业发展的现状 111
一、2014年汽车产销情况 111
二、2014年汽车产销特点 123
三、2014年中国汽车产量分析 125
四、2014年汽车重点企业发展状况 126
五、2014年汽车业景气度分析 127
六、中国汽车工业30年发展历程分析 128
七、中国汽车生产商面临的挑战 138
八、金融危机下中国汽车面临的机遇分析 138
九、中国汽车自主品牌重整旗鼓 139
第二节 2014年汽车产业进出口分析 139
一、2014年汽车产业进出口分析 139
二、2014年汽车进口数据分析 140
三、2014年汽车出口数据分析 144
四、中国汽车出口“四大板块”形成 146

五、中国汽车出口强劲背后存在隐忧 148
第三节 中国汽车市场发展趋势与预测 149
一、2015年中国汽车市场预测 149
二、2015年汽车企业汽车产量预测 152
三、2015年我国汽车销售行情预测 153
第五章 汽车分销业发展分析 155
第一节 我国汽车市场分销渠道模式 155
一、品牌专营是轿车市场的主流渠道模式 155
二、购买汽车的主要场所分析 156
三、汽车工业园区是有形市场新的发展方向 156
四、汽车连锁销售业的发展分析 157
五、2014年新销售渠道模式分析 157
第二节 汽车分销业的发展模式及策略 158
一、中国汽车主要分销模式 158
二、汽车分销渠道的优化策略分析 160
三、汽车市场分销渠道模式的建议 161
第三节 汽车分销服务业的发展趋势 162
一、汽车分销业面临的挑战与机遇 162
二、汽车分销业的发展趋势 163
第六章 汽车维修保养业发展分析 165
第一节 中国汽车维修行业发展分析 165
一、汽车保修设备市场的推动力及发展潜力 165
二、影响传统汽车维修设备发展的因素 167
三、传统汽车维修设备进入微利时代 167
四、汽车美容养护行业发展分析 167
五、传统维修设备企业需调整经营策略 169
六、规范汽车维修市场策略分析 171
七、中国汽车维修保养行业展现新特点 172
第二节 汽车维修服务缺口及应对措施 173
一、影响汽车维修服务质量的因素 173
二、汽车维修服务质量的缺口模型 175
三、维修企业应采取的应对措施 178
第三节 我国汽车维修保养业的发展趋势 180
一、我国汽车养护业面临的机遇与挑战 180
二、汽车维修保养业的发展趋势 181

三、中国汽车烤漆房的市场发展趋势分析 181
四、“十二五”期间汽车维修行业发展模式分析 183
五、汽车维修与保养设备市场的发展趋势分析 183
第七章 汽车金融服务业发展分析 185
第一节 我国汽车金融服务业发展分析 185
一、汽车金融服务业概述 185
二、我国汽车金融服务业发展现状 186
三、我国汽车金融服务存在的问题及建议 186
四、我国汽车金融服务业的发展思路 190
五、我国汽车金融服务业前景分析 191
六、我国汽车金融市场发展潜力分析 192
第二节 2014年汽车金融服务业的发展分析 192
一、2014年汽车金融市场分析 192
二、2014年汽车金融公司零首付车贷抢市场 193
三、新《汽车金融公司管理办法》出台 193
四、2014年政策激活汽车金融市场 194
五、汽车金融市场的发展带动汽车消费 195
六、国内三大汽车贷款方式优劣分析 195
第三节 我国汽车金融服务发展及对策分析 196
一、金融服务的必要性分析 196
二、发展汽车金融服务的障碍 197
三、汽车金融服务发展的对策 199
第四节 我国汽车金融服务投资策略分析 202
一、我国汽车金融服务特点分析 202
二、发展我国汽车金融服务的策略及建议 203
第五节 汽车金融服务传递体系分析 210
一、服务传递的概念 210
二、汽车金融的服务传递过程 211
三、完善汽车金融的服务传递体系 213
第六节 国内外汽车金融服务盈利模式分析 215
一、国外汽车金融服务盈利模式研究 215
二、国内汽车金融服务盈利模式研究 219
三、国外汽车金融盈利模式借鉴 221
第八章 二手车交易业发展分析 224
第一节 二手车交易业的发展现状 224

一、制约我国二手车市场发展的因素 224
二、二手车交易行业发展潜力巨大 226
三、二手车交易市场转型分析 227
第二节 2014年二手车交易市场发展分析 229
一、2014年二手车交易市场需求分析 229
二、2014年二手车市场分析 231
三、2014年二手车市场发展调查分析 232
四、2014年二手车市场交易特点分析 233
五、经济危机下二手车商调整经营策略 236
六、中国二手车行业趋势预测分析 236
七、2014年品牌二手车调查分析 236
第三节 二手车交易业的发展趋势 239
一、2015年我国二手车交易的发展趋势 239
二、国内二手车交易形式发展趋势 242
三、二手车交易买车卖车遵循三要三不要 243
四、我国二手车市场前景 244
第四节 二手车市场营销模式探析 245
一、国外二手汽车市场的主要特点 245
二、中国二手汽车市场存在的问题 246
三、二手汽车市场营销模式探析 250
第九章 汽车租赁业发展分析 253
第一节 汽车租赁业发展现状 253
一、中国汽车租赁业趋势预测 253
二、汽车租赁业发展存在的问题 253
三、国内汽车租赁业的发展对策 256
四、汽车租赁业在中国的发展现状 258
第二节 2014年汽车租赁业的发展分析 261
一、2014年汽车租赁市场分析 261
二、2014年租车业需求分析 264
三、2014年汽车租赁市场单位用户需求状况分析 267
四、二手车处理制约中国汽车租赁 268
五、租赁车要不要限行的问题困扰租赁行业发展 271
第三节 汽车租赁业的发展趋势 271
一、车企进军租赁业 271
二、未来几年汽车租赁市场预测 272

三、中国汽车租赁业发展的趋势 272
第四节 汽车租赁企业的经营战略分析 274
一、规模战略 274
二、价格战略 276
三、营销战略 278
四、营运管理战略 279
五、风险分解战略 281
第十章汽车保险业发展分析 283
第一节 汽车保险业发展现状 283
一、全球汽车保险业的发展分析 283
二、影响车险保费的因素 289
三、汽车保险的个性化分析 289
第二节 2014年汽车保险业的发展分析 291
一、2014年车险市场价格竞争分析 291
二、新保险法正式实施 293
三、电话车险市场潜力巨大 295
四、车险理赔开始提速 295
五、车险中介生存现状 297
六、治理车险市场恶性竞争有法可依 298
七、车险市场日渐细分 299
第三节 车险市场预测 300
一、车险竞争新重点分析 300
二、商业三者险发展新趋势 301
三、交强险“互碰自赔”新规开始实施 303
第十一章 加油站行业发展分析 304
第一节 2014年加油站行业发展概述 304
一、加油站的定义 304
二、我国加油站数量分析 304

经过几十年的建设，我国公路网已初具规模，公路通车里程迅猛增长，全国公路网总里程已经达到435万公里，加油站密度已由2001年的5.7座/百公里降到2014年底的4.45座/百公里。

2010-2014年我国加油站行业数量统计

资料来源：博思数据中心整理

2014年，在我国加油站中，有3.0%分布于高速公路，有32.6%分布于省道国道，有26.6%分布于县乡道，有25.5%分布于城区，有11.0%分布于农村，有1.2%分布于水域及其他。

2014年我国加油站分布位置图
三、2014年中国石油价格分析 305
四、2014年全球原油价格走势分析 305
五、民营加油站现状 312
第二节 我国加油站发展连锁经营模式探讨 314
一、我国加油站经营的现状分析 314
二、加油站发展连锁经营模式的条件 317
三、加油站建立连锁经营模式的对策 317
第三节 各地加油站发展情况 319
一、深圳加油站发展预测 319
二、贵州省加油站发展预测 320
三、海南省加油站行业发展预测 323

全省现有加油站（点）577座（其中加油站505座、加油点67个、加油船5艘）。按隶属关系分：中石化293座（个），中石油65座（个），社会单位219座（个）。

现有加油站点基本情况表 序号 地区 现有 中石化 中石油 社会单位 1 海口 120 57 24 39 2 三亚 46 26 3 17 3 五指山 4 4 0 0 4 文昌 70 31 2 37 5 琼海 60 24 8 28 6 万宁 34 21 2 11 7 定安 11 4 2 5 8 屯昌 12 5 1 6 9 澄迈 39 18 10 11 10 临高 17 8 1 8 11 儋州 40 19 2 39 12 东方 35 16 3 17 13 乐东 18 11 3 0 14 琼中 9 8 0 37 15 保亭 10 7 0 28 16 陵水 20 15 2 11 17 白沙 7 4 0 5 18 昌江 19 13 1 6 19 洋浦 6 2 0 11 合计 577 293 65 219

资料来源：博思数据中心整理

根据人口和经济总量的发展趋势预测，“十二五”期末，各市县城区加油站单站年平均销售量达到以下指标：

加油站单站年平均销售量 地区 2010年 2015年 “十二五”末单站年平均销售量增幅 “十二五”期间单站年平均销售量的年平均增长率 城区销售量（吨） 城区加油站数量（座） 单站年平均销售量（吨） 城区销售量（吨） 城区加油站数量（座） 单站年平均销售量（吨） 海口 277842 64 4341 550000 70 7857 81% 12.6% 三亚 107436 14 7674 185000 16 11563 51% 8.5% 其他市县 293289 102 2875 512000 128 4000 39% 6.8% 合计 678549 180 3769 1247000 214 5827 54% 9%

资料来源：博思数据中心整理

根据燃气汽车发展趋势，为节约用地，与建设、规划部门规划协调一致，在主要道路沿线规划加油、加气合建站，在部分现状加油站增加加气功能。

加油加气站新建数量 序号 市县 加油加气站新建数量 现有站点增加加气项目数量 合计 1 海口 24 16 40 2 三亚 11 8 19 3 五指山 1 1 2 4 琼海 5 8 13 5 儋州 14 21 35 6 文昌 12 5 17 7 万宁 10 7 17 8 东方 8 3 11 9 定安 3 1 4 10 屯昌 5 1 6 11 澄迈 1 7 8 12 临高 0 3 3 13 白沙 0 7 7 14 昌江 0 4 4 15 乐东 0 2 2 16 陵水 11 3 14 17 保亭 1 1 2 18 琼中 1 0 1 19 洋浦

1 2 3 总计 108 100 208
四、辽宁省加油站行业发展预测 326
第四节 加油站发展趋势 326
一、国外加油站行业的发展趋势 326
二、加油站发展新趋势 330
第三部分 行业竞争分析 333
第十二章 汽车服务业竞争分析 333
第一节 2014年汽车服务业竞争现状 333
一、2014年汽车服务业竞争现状 333
二、汽车服务业竞争趋向理性 334
三、汽车售后市场品牌竞争分析 335
第二节 汽车服务业竞争市场分析 338
一、汽车行业售后服务成为汽车企业竞争核心 338
二、汽车售后市场进入品牌的竞争时代 339
三、中国汽车美容养护竞争开始进入品牌时代 341
四、汽车售后服务进入品牌竞争阶段 342
五、内外资企业争相抢占汽车连锁服务市场 344
六、汽车服务业投资分析 346
第十三章 中国汽车服务行业优势企业分析 349
第一节 梅州博智汽车售后服务有限公司 349
一、公司概况 349
二、公司技术优势 349
第二节 新疆斯巴鲁汽车售后服务有限公司 349
第三节 保定市长城汽车售后服务有限公司 350
第四节 上海东昌汽车售后服务有限公司 351
第四部分 行业发展趋势及策略 352
第十四章 2015-2020年行业发展趋势预测 352
第一节 中国汽车服务行业发展趋势 352
一、以养代修 352
二、一站式服务 352
三、规范化管理 352
四、差异化营销 353
五、多元化发展 353
第二节 中国汽车服务业前景展望 353
一、国外汽车售后服务业趋势分析 353

二、汽车售后市场的发展趋势 354
三、中国汽车服务行业走向整合 357
四、汽车服务业的发展趋势 357
第三节 2015-2020年中国汽车服务业发展预测 358
一、2014年中国汽车售后服务市场预测 358
二、2015年中国乘用车售后市场发展预测 360
第十五章 2015-2020年行业发展及投资前景研究 364
第一节 积极应对金融危机对汽车服务业的冲击 364
一、金融危机给汽车服务业带来的影响 364
二、针对金融危机给汽车服务业带来影响的应对措施 365
第二节 开辟汽车服务市场新蓝海三大策略 367
一、产品策略 367
二、通路策略 367
三、促销策略 367
第三节 汽车服务业中的服务补救措施 368
一、当前汽车服务业存在的主要问题 368
二、服务补救在汽车服务中的作用和运作模型及策略 368
三、基于服务补救理论对汽车服务业提出的几点建议 370
第四节 汽车4S营销模式现状及对策研究 370
一、4S店的内涵特征及其在国外发展现状 370
二、我国汽车4S店营销模式现状 371
三、我国汽车4S店经营中存在的问题 372
四、完善我国汽车4S营销模式的相应对策 373
五、服务营销在国内汽车4S店中的运用 374
第五节 我国汽车服务业的投资机会 375
一、汽车资讯 375
二、汽车广告 375
三、智能交通 375
四、汽车娱乐 376
五、汽车俱乐部 376
六、汽车文化 376
第六节 汽车服务业发展动向和市场机会（ZY LXY） 376
一、发展面临最佳时机 376
二、美容、维修产业格局和发展趋势 378
三、汽车连锁服务存在因素分析 379

四、汽车连锁服务业现状 380
五、汽车连锁经营服务运作的三个关键 381
六、谁能成为中国汽车连锁服务的扛旗者 381

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201506/321687.html