

# 2015-2020年中国汽车服务 市场供需预测及投资战略调研报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国汽车服务市场供需预测及投资战略调研报告》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.bosidata.com/qtzzh1503/B338274ZKP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

随着汽车进入家庭，人们对汽车服务的需求也日益普遍而迫切。这种需求也已从传统的维修、保养向综合性汽车服务转变。汽车救援、便利服务等都成为驾车人行车生活的保障。

随着我国汽车工业的迅速发展，以及消费者“爱车、养车意识”的不断提高，越来越多的车主会更加重视对车辆的日常保养，而不是等到车辆损坏以后再修理厂或4S店进行大修。目前，“以养代修”概念在北京、上海、广州、浙江等城市已经得到了一定的普及，并正在以飞快的速度辐射到各个地级城市，甚至乡镇……用不了多久，汽车养护的热潮将会遍及我国的各个角落，以高级汽车养护产品为核心竞争力的“综合性服务中心”将会主导汽车服务市场。

中国的汽车服务行业已经发展了近10个年头，可是至今也没有一个国际或者国内的品牌真正成为行业内公认的“领头羊”。因为大家都在做同一件事情，服务项目缺乏创新性，最后只能打“价格战”，进入恶性循环。真正的连锁总部应该在提供产品、设备等必要条件的基础上，不断研发新产品、新项目，炒作新理念，创造高利润服务体系。

本报告由博思数据出品，报告目录与内容博思数据原创，报告版权归博思数据所有。

报告目录：

## 第一部分 行业发展分析

### 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 1

##### 一、汽车分销 1

##### 二、汽车维修和保养 4

##### 三、汽车装饰和美容 5

##### 四、汽车信贷 6

##### 五、汽车保险 6

##### 六、汽车二手车交易和回收 12

##### 七、停车场 14

##### 八、汽车驾驶培训 15

#### 第三节 汽车服务业的行业技术经济特点 16

##### 一、汽车产业链长 16

二、汽车服务的可持续性	17
三、汽车业信息中心	17
第四节 汽车服务业的地位与作用分析	17
一、汽车服务业与汽车制造业	17
二、汽车服务业与国民经济其他活动	18
第二章 汽车服务业宏观环境分析	19
第一节 我国宏观经济运行分析	19
一、2014年宏观经济运行指标分析	19
二、2014年宏观经济运行指标分析	34
三、2014年中国宏观经济发展展望	52
四、2014年中国经济增长预测	54
第二节 我国汽车服务业发展制度与政策环境	58
一、行业管理体制	58
二、汽车服务业外资进入政策	62
第三章 汽车服务业发展分析	64
第一节 2014年我国汽车服务业发展分析	64
一、汽车售后服务关注度分析	64
二、2014年汽车售后市场发展情况分析	66
三、2014年4S店经销商经营现状调查分析	72
四、2014年中国汽车产品质量与服务投诉分析	96
五、中国汽车服务亟待与国际接轨	107
六、金融危机下外企加速进军中国汽车售后市场	111
七、汽车服务发展趋势分析	111
八、中国汽车后市场服务发展瓶颈分析	113
第二节 我国汽车服务业的模式分析	114
一、中国汽车服务业盈利模式	114
二、汽车服务业试水复合型模式	116
三、汽车服务后营销时代 “差异化”售后服务	117
第三节 中国汽车售后市场经营现状分析	118
一、中国汽车售后市场发展进入快车道	118
二、中国汽车售后市场养护业连锁经营分析	119
三、中国汽车售后市场养护业连锁经营优劣势	120

四、国内外的汽车售后市场企业竞争分析	121
五、汽车销售服务策略分析	122
第四节 汽车服务人才需求分析	125
一、汽车服务人才现状	125
二、汽车服务人才概念界定	126
三、汽车服务人才需求种类	126
四、汽车服务人才需求特点	130
第二部分 细分行业分析	
第四章 汽车行业发展分析	133
第一节 我国汽车行业发展的现状	133
一、2014年汽车产销情况	133
二、2014年汽车产销特点	135
三、2014年中国汽车产量分析	138
四、2014年汽车重点企业发展状况	147
五、2014年汽车业景气度分析	148
六、中国汽车工业30年发展历程分析	150
七、中国汽车生产商面临的挑战	157
八、金融危机下中国汽车面临的机遇分析	159
九、中国汽车自主品牌重整旗鼓	161
第二节 2014年汽车产业进出口分析	163
一、2014年汽车产业进出口分析	163
二、2014年汽车进口数据分析	181
三、2014年汽车出口数据分析	182
四、中国汽车出口“四大板块”形成	183
五、中国汽车出口强劲背后存在隐忧	184
第三节 中国汽车市场发展趋势与预测	225
一、2014年中国汽车市场预测	225
二、2014年汽车企业汽车产量预测	227
三、2014年我国汽车销售行情预测	229
第五章 汽车分销业发展分析	235
第一节 我国汽车市场分销渠道模式	235
一、品牌专营是轿车市场的主流渠道模式	235

- 二、购买汽车的主要场所分析 235
- 三、汽车工业园区是有形市场新的发展方向 236
- 四、汽车连锁销售业的发展分析 237
- 五、2014年新销售渠道模式分析 237
- 第二节 汽车分销业的发展模式及策略 239
  - 一、中国汽车主要分销模式 239
  - 二、汽车分销渠道的优化策略分析 241
  - 三、汽车市场分销渠道模式的建议 242
- 第三节 汽车分销服务业的发展趋势 243
  - 一、汽车分销业面临的挑战与机遇 243
  - 二、汽车分销业的发展趋势 243
- 第六章 汽车维修保养业发展分析 245
  - 第一节 中国汽车维修行业发展分析 245
    - 一、汽车保修设备市场的推动力及发展潜力 245
    - 二、影响传统汽车维修设备发展的因素 245
    - 三、传统汽车维修设备进入微利时代 245
    - 四、汽车美容养护行业发展分析 246
    - 五、传统维修设备企业需调整经营策略 248
    - 六、规范汽车维修市场策略分析 250
    - 七、中国汽车维修保养行业展现新特点 251
  - 第二节 汽车维修服务缺口及应对措施 252
    - 一、影响汽车维修服务质量的因素 252
    - 二、汽车维修服务质量的缺口模型 253
    - 三、维修企业应采取的应对措施 256
  - 第三节 我国汽车维修保养业的发展趋势 257
    - 一、我国汽车养护业面临的机遇与挑战 257
    - 二、汽车维修保养业的发展趋势 259
    - 三、中国汽车烤漆房的市场发展趋势分析 260
    - 四、“十二五”期间汽车维修行业发展模式分析 261
    - 五、汽车维修与保养设备市场的发展趋势分析 263
- 第七章 汽车金融服务业发展分析 265
  - 第一节 我国汽车金融服务业发展分析 265

一、汽车金融服务业概述	265
二、我国汽车金融服务业发展现状	265
三、我国汽车金融服务存在的问题及建议	270
四、我国汽车金融服务业的发展思路	272
五、我国汽车金融服务业前景分析	273
六、我国汽车金融市场发展潜力分析	274
第二节 2014年汽车金融服务业的发展分析	275
一、2014年汽车金融市场分析	275
二、2014年汽车金融公司零首付车贷抢市场	278
三、2013年新《汽车金融公司管理办法》出台	279
四、2014年政策激活汽车金融市场	280
五、汽车金融市场的发展带动汽车消费	282
六、国内三大汽车贷款方式优劣分析	288
第三节 我国汽车金融服务发展及对策分析	289
一、金融服务的必要性分析	289
二、发展汽车金融服务的障碍	290
三、汽车金融服务发展的对策	292
第四节 我国汽车金融服务投资策略分析	294
一、我国汽车金融服务特点分析	294
二、发展我国汽车金融服务的策略及建议	298
第五节 汽车金融服务传递体系分析	306
一、服务传递的概念	306
二、汽车金融的服务传递过程	307
三、完善汽车金融的服务传递体系	309
第六节 国内外汽车金融服务盈利模式分析	311
一、国外汽车金融服务盈利模式研究	311
二、国内汽车金融服务盈利模式研究	314
三、国外汽车金融盈利模式借鉴	315
第八章 二手车交易业发展分析	318
第一节 二手车交易业的发展现状	318
一、制约我国二手车市场发展的因素	318
二、二手车交易行业发展潜力巨大	321

三、二手车交易市场转型分析	321
第二节 2014年二手车交易市场发展分析	323
一、2014年二手车交易市场需求分析	323
二、2014年二手车市场分析	323
三、2014年二手车市场发展调查分析	326
四、2014年二手车市场交易特点分析	333
五、经济危机下二手车商调整经营策略	334
六、中国二手车行业趋势预测分析	335
七、2014年品牌二手车调查分析	340
第三节 二手车交易业的发展趋势	343
一、2014年我国二手车交易的发展趋势	343
二、国内二手车交易形式发展趋势	345
三、二手车交易买车卖车遵循三要三不要	346
四、2014年二手车市场前景	347
第四节 二手车市场营销模式探析	348
一、国外二手汽车市场的主要特点	348
二、中国二手汽车市场存在的问题	349
三、二手汽车市场营销模式探析	350
第九章 汽车租赁业发展分析	352
第一节 汽车租赁业发展现状	352
一、中国汽车租赁业趋势预测	352
二、汽车租赁业发展存在的问题	353
三、国内汽车租赁业的发展对策	354
四、汽车租赁业在中国的发展现状	355
第二节 2014年汽车租赁业的发展分析	358
一、2014年汽车租赁市场分析	358
二、2014年租车业需求分析	360
三、2014年汽车租赁市场单位用户需求状况分析	361
四、二手车处理制约中国汽车租赁	362
五、租赁车要不要限行的问题困扰租赁行业发展	364
第三节 汽车租赁业的发展趋势	365
一、车企进军租赁业	365

二、未来几年汽车租赁市场预测	366
三、中国汽车租赁业发展的趋势	368
第四节 汽车租赁企业的经营战略分析	370
一、规模战略	370
二、价格战略	372
三、营销战略	374
四、营运管理战略	375
五、风险分解战略	377
第十章 汽车保险业发展分析	379
第一节 汽车保险业发展现状	379
一、全球汽车保险业的发展分析	379
二、影响车险保费的因素	384
三、汽车保险的个性化分析	384
第二节 2014年汽车保险业的发展分析	385
一、2014年车险市场价格竞争分析	385
二、新保险法正式实施	388
三、电话车险市场潜力巨大	390
四、车险理赔开始提速	391
五、车险中介生存现状	392
六、治理车险市场恶性竞争有法可依	394
七、车险市场日渐细分	395
第三节 车险市场预测	396
一、车险竞争新重点分析	396
二、商业三者险发展新趋势	398
三、交强险“互碰自赔”新规开始实施	400
第十一章 加油站行业发展分析	404
第一节 2014年加油站行业发展概述	404
一、加油站的定义	404
二、我国加油站数量分析	404
三、2014年中国石油价格分析	404
四、2014年全球原油价格走势分析	408
五、民营加油站现状	415

第二节 我国加油站发展连锁经营模式探讨	416
一、我国加油站经营的现状分析	416
二、加油站发展连锁经营模式的条件	417
三、加油站建立连锁经营模式的对策	418
第三节 2014年各地加油站发展情况	420
一、2014年深圳加油站发展预测	420
二、2014年贵州省加油站发展预测	420
三、2014年海南省加油站行业发展预测	421
四、2014年辽宁省加油站行业发展预测	421
第四节 加油站发展趋势	422
一、国外加油站行业的发展趋势	422
二、加油站发展新趋势	426
第三部分 行业竞争分析	
第十二章 汽车服务业竞争分析	429
第一节 2014年汽车服务业竞争现状	429
一、2014年汽车服务业竞争现状	429
二、汽车服务业竞争趋向理性	430
三、汽车售后市场品牌竞争分析	431
第二节 汽车服务业竞争市场分析	432
一、汽车行业售后服务成为汽车企业竞争核心	432
二、汽车售后市场进入品牌的竞争时代	434
三、中国汽车美容养护竞争开始进入品牌时代	436
四、汽车售后服务进入品牌竞争阶段	437
五、内外资企业争相抢占汽车连锁服务市场	439
六、汽车服务业投资分析	441
第十三章 中国汽车服务行业优势企业分析	446
第一节 梅州博智汽车售后服务有限公司	446
一、公司概况	446
二、公司技术优势	447
第二节 新疆斯巴鲁汽车售后服务有限公司	447
第三节 保定市长城汽车售后服务有限公司	448
第四节 上海东昌汽车售后服务有限公司	448

## 第四部分 行业发展趋势及策略

### 第十四章 2015-2020年行业发展趋势预测 450

#### 第一节 中国汽车服务行业发展趋势 450

- 一、以养代修 450
- 二、一站式服务 450
- 三、规范化管理 450
- 四、差异化营销 450
- 五、多元化发展 451

#### 第二节 中国汽车服务业前景展望 451

- 一、国外汽车售后服务业趋势分析 451
- 二、汽车售后市场的发展趋势 451
- 三、中国汽车服务行业走向整合 453
- 四、汽车服务业的发展趋势 453

#### 第三节 2015-2020年中国汽车服务业发展预测 454

- 一、2014年中国汽车售后服务市场预测 454
- 二、2015年中国乘用车售后市场发展预测 454

### 第十五章 2015-2020年行业发展及投资前景研究 456

#### 第一节 积极应对金融危机对汽车服务业的冲击 456

- 一、金融危机给汽车服务业带来的影响 456
- 二、针对金融危机给汽车服务业带来影响的应对措施 456

#### 第二节 开辟汽车服务市场新蓝海三大策略 459

- 一、产品策略 459
- 二、通路策略 459
- 三、促销策略 459

#### 第三节 汽车服务业中的服务补救措施 460

- 一、当前汽车服务业存在的主要问题 460
- 二、服务补救在汽车服务中的作用和运作模型及策略 461
- 三、基于服务补救理论对汽车服务业提出的几点建议 464

#### 第四节 汽车4S营销模式现状及对策研究 465

- 一、4S店的内涵特征及其在国外发展现状 465
- 二、我国汽车4S店营销模式现状 465
- 三、我国汽车4S店经营中存在的问题 467

四、完善我国汽车4S营销模式的相应对策 468

五、服务营销在国内汽车4S店中的运用 469

第五节 我国汽车服务业的投资机会 473

一、汽车资讯 473

二、汽车广告 473

三、智能交通 474

四、汽车娱乐 474

五、汽车俱乐部 474

六、汽车文化 475

第六节 汽车服务业发展动向和市场机会 475

一、发展面临最佳时机 475

二、美容、维修产业格局和发展趋势 476

三、汽车连锁服务存在因素分析 477

四、汽车连锁服务业现状 478

五、汽车连锁经营服务运作的三个关键 479

六、谁能成为中国汽车连锁服务的扛旗者 482

图表目录：

图表：汽车产业链示意图 16

图表：2010-2014年GDP增速趋势图 19

图表：2011-2014年12月工业增加值与发电量对比趋势图 20

图表：2010-2014年12月PPI增速趋势图 22

图表：2011-2014年12月进出口对比趋势图 22

图表：2014年12月主要经济数据统计 24

图表：国内生产总值(2014年1季度) 24

图表：2010年8月&mdash;2014年12月居民消费价格指数走势 26

图表：2014年世界经济最新预测 55

图表：2014年中国主要经济指标预测 58

图表：2011中国汽车售后服务满意度 64

图表：中国4S店（集团）经营规模示意图 74

图表：4S店乘用车（8座以下）年销量 77

图表：4S店汽车用品管理及经营模式 77

图表：4S店汽车用品经营负责部门情况统计 78

图表：4S店汽车用品销售负责人情况统计 78

图表：汽车销量中伴随汽车用品的比例与4S店数量比例对比图 81

图表：4S店汽车用品消费额 82

图表：汽车用品年销售额 83

图表：各种类汽车用品在4S店的销售情况 83

图表：4S店汽车用品采购途径 84

图表：4S店汽车用品采购结算方式 85

图表：4S店对热销商品的现款销货的考虑因素 85

图表：4S店选择供应商及产品的标准 86

图表：4S店汽车用品经营状况满意度调查 87

图表：4S店汽车用品经营障碍 88

图表：4S店对汽车用品属性的关注程度调查 89

图表：4S店对汽车用品销售培训的需求 89

图表：4S店汽车用品采购趋势 90

图表：4S店对汽车用品采购联盟的需求度调查 90

图表：4S店对汽车用品销售培训的需求 91

图表：4S店对销售培训课程费用的期望值 91

图表：4S店是否会将汽车用品经营作为今后的重点发展项目调查 92

图表：2014年汽车投诉统计-用户问题构成 98

图表：2014年汽车投诉统计-质量问题分析 99

图表：2014年汽车投诉统计-用户投诉原因分析 100

图表：2014年汽车投诉统计-服务问题分析 101

图表：2014年汽车投诉统计-厂商属性分析 102

图表：2014年汽车投诉统计-车型分类 103

图表：2014年汽车投诉统计-车价分析 103

图表：2014年汽车投诉统计-购车时间分析 104

图表：2014年汽车投诉统计-行驶里程分析 104

图表：2014年汽车投诉统计-地区分析 105

图表：2014年汽车投诉统计-企业回复时间分析 105

图表：2014年汽车投诉统计-解决率分析 106

图表：2014年汽车投诉统计-解决满意情况 106

图表：2014年汽车投诉统计-汽车用户的投诉要求构成 107

图表：盈利模式构建的一般流程 115

图表：2014年汽车售后服务顾客看重程度排序 123

图表：2014年汽车售后服务顾客看重程度排序 123

图表：2014年12月不同车系乘用车轿车销量及市场份额 134

图表：2014年12月年轿车销量前十企业排名（单位：辆、%） 134

图表：2014年12月年轿车销量前十企业排名及变化情况 135

图表：2014年1-12月汽车产量全国合计 138

图表：2014年1-12月汽车产量北京市合计 138

图表：2014年1-12月汽车产量天津市合计 139

图表：2014年1-12月汽车产量河北省合计 139

图表：2014年1-12月汽车产量山西省合计 139

图表：2014年1-12月汽车产量辽宁省合计 139

图表：2014年1-12月汽车产量吉林省合计 140

图表：2014年1-12月汽车产量黑龙江合计 140

图表：2014年1-12月汽车产量上海市合计 140

图表：2014年1-12月汽车产量江苏省合计 141

图表：2014年1-12月汽车产量浙江省合计 141

图表：2014年1-12月汽车产量安徽省合计 141

图表：2014年1-12月汽车产量福建省合计 142

图表：2014年1-12月汽车产量江西省合计 142

图表：2014年1-12月汽车产量山东省合计 142

图表：2014年1-12月汽车产量河南省合计 143

图表：2014年1-12月汽车产量湖北省合计 143

图表：2014年1-12月汽车产量湖南省合计 143

图表：2014年1-12月汽车产量广东省合计 143

图表：2014年1-12月汽车产量广西区合计 144

图表：2014年1-12月汽车产量海南省合计 144

图表：2014年1-12月汽车产量重庆市合计 144

图表：2014年1-12月汽车产量四川省合计 145

图表：2014年1-12月汽车产量云南省合计 145

图表：2014年1-12月汽车产量贵州省合计 145

图表：2014年1-12月汽车产量陕西省合计 146

图表：2014年1-12月汽车产量新疆区合计 146

图表：2014年1-12月汽车产量内蒙古合计 146

图表：中国11-14年汽车及零部件进出口走势 164

图表：2011年1季度-2014年汽车及零部件进出口季度走势 165

图表：汽车整车进口数量逐季走势 165

图表：2010-2014年逐月汽车整车进口走势 166

图表：汽车整车各车型进口走势 167

图表：热点车型季度进口量走势对比 167

图表：进口轿车排量趋势分析 168

图表：进口SUV排量走势 168

图表：轿车进口报价分析 169

图表：进口SUV报价分析 170

图表：整车出口总体走势分析 170

图表：10-14年汽车整车出口走势图 171

图表：整车出口结构特征分析 171

图表：各车型整车出口价格趋势分析 172

图表：汽车出口热点车型分析 173

图表：轿车出口热点排量分析 173

图表：轿车出口目标市场分析 174

图表：轿车出口目标市场价格变动分析 175

图表：卡车出口热点市场走势分析 175

图表：汽车进口主体变化 176

图表：乘用车与商用车出口渠道变化 177

图表：零部件进出口季度对比 177

图表：零部件进出口对比 178

图表：汽车维修服务质量的影响因素 252

图表：汽车维修服务质量概念模型 254

图表：汽车维修服务的缺口模型 255

图表：商业银行和汽车金融公司优缺点比较 269

图表：贷款信用状况及概率分布 303

图表：服务传递示意图 307

图表：汽车金融主体关系图 307

图表：贷款购车流程 308

图表：汽车金融服务传递过程图 309

图表：2013年6月-2014年12月二手车月度交易情况 324

图表：2010-2014年12月各车型占总交易量的份额表 325

图表：2013年-2014年12月二手车月度交易额变化情况 325

图表：2014年1-12月二手车交易排名前十位省市 326

图表：2014年1-12月二手车交易车型结构 327

图表：2013年-2014年12月二手车月度交易额变化情况（单位：万元） 327

图表：二手车交易量车型结构 328

图表：二手车交易方式及车型类别情况 328

图表：2014年1-12月二手车交易排名前十位省市 329

图表：新车计划使用年限 329

图表：二手车处理方式 330

图表：二手车市场存在的问题和解决方法 330

图表：近期已出台和将出台的二手车新政一览 331

图表：台湾二手车市场发展历程一览 332

图表：是否考虑过购买二手车 340

图表：考虑购买的二手车价位 341

图表：买卖旧车的渠道选择 341

图表：选择在品牌二手车经销店购车的最主要原因 342

图表：不选择在品牌二手车经销店购买的最主要原因是什么 342

图表：会考虑选择类似“家乐福”形式的二手车大卖场这种渠道购买二手车吗 343

图表：一台30万的车辆计算其五年内的指导价格 373

图表：2000-2007年全国加油站数量及份额 404

图表：2006—2014年贵州中心城市及小城镇、县乡公路新建加油站 420

图表：2006年至今部分公开汽车服务行业投资案例 442

图表：成熟汽车服务行业的各细分产业类别 443

图表：中国顾客消费理念正在成熟 453

图表：汽车服务补救措施的作用机理 462

图表：服务补救模型 462

图表：汽车服务营销体系 472

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/B338274ZKP.html>