

2018-2024年中国汽车4S店行业分析与投资决策 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国汽车4S店行业分析与投资决策咨询报告》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/201806/650246.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

2017年，我国汽车产销呈小幅增长，全年共产销2901.54万辆和2887.89万辆汽车，同比增长3.19%和3.04%，增速与上年同期相比有一定回落。

中汽协数据显示，2017年，我国汽车产销量同比增长超3%，增速比上年同期回落11.27个百分点和10.61个百分点。2017年，我国乘用车产销2480.67万辆和2471.83万辆，同比增长1.58%和1.40%；商用车产销420.87万辆和416.06万辆，同比增长13.81%和13.95%。

2006-2017年我国汽车产销量情况

资料来源：汽车工业协会

中国汽车后市场的集中度远低于美国。2015年，美国汽车保有量达到2.65亿辆，中国超过1.7亿辆，但中国汽车后市场集中度远远低于美国。美国的4S店数量、维修店数量、配件店数量分别为1.3万家、1.7万家和36446家，而中国三者的数量分别为2.3万家、4.4万家、2.5万家。中国汽车后市场直营连锁企业中，门店超过100家的不足5个，超过200家的基本全是加盟连锁。

2016年我国汽车经销商总数为27630家，2017年约29580家。由于新增市场的需求，经销商网络扩张依然是各主机厂家发展的重中之重。近几年我国汽车4S店数量情况如下表所示：

2006-2017年中国汽车4S店数量情况

资料来源：智研咨询整理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 汽车4S店的基本概述

第一节 4S意义阐述

一、整车销售

二、零配件销售

三、售后服务

四、信息反馈

第二节 汽车4S店的发展历程

第三节 汽车4S店优势解析

一、信誉度方面

二、专业方面

三、售后服务保障方面

四、人性化方面

第二章 中国汽车4S店的经营环境分析

第一节 中国反垄断法的实施的优势分析

一、4S店将有更大优惠幅度的权利

二、4S店将引进副厂件来增强竞争力

三、4S店异地售车成为可能

四、4S店将不再局限于只经营一个品牌困局

五、4S店将逐步改变其与厂家的“从属”地位

六、4S店将不在是“千篇一律”

七、4S的优胜劣汰将有助于大型汽车经销商集团的出现

八、4S店“销售、配件、信息反馈和维修”的功能将发生变化

第二节 中国宏观经济环境运行分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第三节 中国汽车产业政策环境分析

一、《汽车销售管理办法》

二、《汽车产业发展政策》

三、《汽车贸易政策》

四、《新能源汽车生产企业及产品准入管理规定》

第四节 中国汽车4S店社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

第三章 2014-2017年中国汽车市场运行动态分析

第一节 中国汽车制造业主要数据监测分析

一、中国汽车制造业规模分析

二、中国汽车制造业结构分析

三、中国汽车制造业产值分析

第二节 中国汽车产量统计分析

一、全国汽车产量分析

2017年，我国汽车产销量同比增长超3%，增速比上年同期回落11.27个百分点和10.61个百分点。2017年，我国乘用车产销2480.67万辆和2471.83万辆，同比增长1.58%和1.40%；商用车产销420.87万辆和416.06万辆，同比增长13.81%和13.95%。

2006-2017年我国汽车产销量情况

资料来源：汽车工业协会

二、全国及主要省份汽车产量分析

三、汽车产量集中度分析

第三节 中国部分汽车销售情况分析

一、我国轿车市场销售情况

二、我国六大地区客车销售状况

三、中高档城市SUV增长迅速

第四节 中国汽车市场价格变化分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国汽车4S店的经营现状分析

第一节 中国汽车4S店的经营模式

一、横向发展，即多品牌的经营模式

二、纵向发展，即做单一品牌的经营

第二节 中国汽车4S店的行业状况分析

第五章 国内外汽车4S店营销模式对比分析

第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴

一、美国汽车营销模式分析

二、英国汽车营销模式分析

三、日本汽车营销模式分析

第二节 中国汽车4S店营销模式分析

一、汽车品牌专卖店

二、汽车交易市场

三、汽车工业园

四、汽车连锁销售业

五、电子商务模式

第六章 中国汽车4S店售后服务及客户满意战略的具体措施

第一节 中国4S店售后服务营销策略分析

- 一、实施客户满意战略
- 二、实施服务差异化策略
- 三、实施适时扩张策略

第二节 中国4S店客户满意战略分析

- 一、实施内部营销策略
- 二、实施客户关系管理策略
- 三、实施服务流程优化策略
- 四、实施优秀服务品质策略

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析

第一节 汽车4S店整体市场分析

- 一、利润
- 二、选址
- 三、品牌
- 四、服务

第二节 中国汽车4S店市场竞争状况分析

- 一、与二手车市场的竞争状况分析
- 二、与汽车大卖场的竞争状况分析
- 三、4S店之间的竞争状况分析

第三节 中国汽车4S店SWOT分析

- 一、中国汽车4S店整车销售市场SWOT 分析
- 二、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT 分析
- 三、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析

第八章 中国汽车4S店竞争力经营策略

第一节 汽车销售模式异化

第二节 整体行销制胜

第三节 建立公司的门户网站

第四节 经营重心从仅仅关注新车销售到销售与售后并举

第五节 提升整体服务水平

第六节 建立自己企业的人才储备

第七节 打造自己的服务品牌

第八节 实行客户CRM系统管理

第九章 北京现代汽车4S店服务营销研究

第一节 北京现代汽车4S店运行综述

第二节 北京现代汽车4S店动态分析

一、北京汽车4S店售后服务用户满意企业

二、北京各汽车4S店促销信息大盘点

第三节 北京现代汽车4S店战略分析

一、品牌根据地

二、以知识管理促创新

三、服务创新带来高客户满意度

第十章 东风日产4S店发展战略分析

第一节 中国东风日产4S店动态分析

第二节 东风日产4S店的盈利模式分析

第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析

一、东风日产4S店顾客盈利性分析

二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析

三、东风日产4S店的顾客层次分析

第四节 东风日产4S店发展实施策略

一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义

二、从品牌资产到顾客资产的战略转换

第十一章 广州本田4S店的经营之道解析

第一节 四位一体的品牌专营销售

第二节 广州本田的售后服务理念

一、基本理念

二、特约店销售服务的运营方针

第三节 双赢才会长久

一、选择经销商

二、投资回报“钱”景美好

三、广州本田品牌——值得打造

四、管理培训——利益挂钩

第四节 汽车4S店超级赢利之道

第五部分 发展战略研究

第十二章 中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析

第一节 中国汽车4S店行业经营中存在问题分析

一、规划布局不尽科学，恶性竞争时有发生

二、汽车4S店硬件过硬，软件水准有待提高

三、运营成本过高，销售利润偏低

四、依靠汽车品牌，缺乏自身的品牌形象

五、收入渠道狭窄，业务范围有待拓宽

六、营销队伍专业化程度较低

第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析

一、合理规划网点布局，开创多样化的营销模式

二、提升管理理念，加强经营管理

三、打造自身服务品牌,树立企业新形象

四、转变4S店重卖轻修思想，树立长远发展观念

五、加快行业整合，走联盟化集团化之路

六、充分发挥政府调控作用，促进汽车4S企业发展

第十三章 中国汽车4S店产业投资战略研究(ZY CY)

第一节 中国汽车4S店行业投资概况

一、汽车4S店行业投资特性

二、汽车4S店具有良好的投资价值（ZY CY）

三、汽车4S店投资环境利好

第二节 中国汽车4S店投资机会分析

一、汽车4S店投资热点

二、汽车4S店投资吸引力分析

第三节 中国汽车4S店投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 投资建议(ZY CY)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201806/650246.html>