2020-2026年中国汽车4S店服务行业市场研究分析及未来前景展望报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国汽车4S店服务行业市场研究分析及未来前景展望报告》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/202003/843226.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

智研咨询发布的《2020-2026年中国汽车4S店服务行业市场研究分析及未来前景展望报告》共十三章。首先介绍了汽车4S店服务行业市场发展环境、汽车4S店服务整体运行态势等，接着分析了汽车4S店服务行业市场运行的现状，然后介绍了汽车4S店服务市场竞争格局。随后，报告对汽车4S店服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车4S店服务行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车4S店服务产业有个系统的了解或者想投资汽车4S店服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一章 汽车4S店的基本概述
第一节 4S意义阐述
一、Sale（整车销售）
二、Sparepart（零配件）
三、Service（售后服务）
四、Survey（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 2019年中国汽车4S店的经营环境分析
第一节 2019年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店的功能将发生变化

第二节 2019年中国宏观经济环境分析
一、2019年中国GDP增长情况分析
二、2019年中国工业经济发展形势分析
三、2019年中国全社会固定资产投资分析
四、2019年中国社会消费品零售总额分析
五、2019年中国城乡居民收入与消费分析
六、2019年中国对外贸易发展形势分析
七、2019年中国宏观经济运行情况分析
第三节 2019年中国汽车4S店行业政策环境分析
一、汽车服务细分行业管理体制
二、2015-2019年汽车补贴优惠政策
三、2019年节能与新能源汽车发展相关政策
四、中国制定车船税法
五、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁
六、2019年中国汽车行业政策环境综述
第四节 2019年中国汽车4S店社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、科技环境分析
四、生态环境分析
五、消费环境分析
第三章 2019年中国汽车所属行业市场运行动态分析
第一节 2015-2019年中国汽车制造业主要数据监测分析
一、2019年中国汽车制造行所属业发展概况
二、2015-2019年中国汽车制造业规模分析
三、2019年中国汽车制造业结构分析
四、2015-2019年中国汽车制造业产值分析
五、2015-2019年中国汽车制造业成本费用分析
六、2015-2019年中国汽车制造业盈利能力分析
第二节 2015-2019年中国汽车产量统计分析
一、2015-2019年全国汽车产量分析
二、2019年全国及主要省份汽车产量分析
第三节 2019年中国部分汽车销售情况分析
一、2019年中国汽车产业总体产销情况
二、2019年中国轿车市场销售情况

三、2019年中国轿车品牌销量分析
四、2019年中国六大地区客车销售状况
五、2019年中高档城市SUV增长迅速
第四节 2015-2019年中国汽车市场价格变化分析
一、2019年中国汽车市场价格走势分析
二、2019年中国汽车市场价格变化浅析
三、2019年国内汽车市场价格变化分析
四、2019年中国汽车市场价格预测分析
第五节 2019年中国汽车零售业发展概况
一、中国汽车零售渠道发展阶段
二、中国汽车零售渠道模式分析
三、中国汽车零售渠道的新变化
四、厂商与零售商集团关系变化
五、中国汽车零售市场现状与趋势
第四章 2019年中国汽车4S 店的经营现状分析
第一节 2019年中国汽车4S店的经营模式
一、横向发展的多品牌经营模式
二、纵向发展的单品牌的经营模式
第二节 中国汽车4S 店的行业状况分析
一、30家汽车4S专营店落户天津汽贸街
二、产权式品牌汽车4S店聚集区亮相昆明
三、佛山汽车4S店数激增有望近百
四、比亚迪抛出新型营销模式“移动4S店”
五、汽车4S店变革经销方式扩大利润空间
第三节 2019年中国汽车4S店经营状况分析
一、4S 轿车专卖店流程
二、中国汽车4S店数量分析
三、中国汽车4S店经营规模
四、中国汽车4S店经营形态
五、中国汽车4S店利润构成
第四节 2019年中国汽车4S店销售与消费情况分析
一、整车的销售状况分析
二、汽车用品销售额分析
三、汽车用品伴随整车销售情况
四、汽车用品的消费额分析

五、汽车用品消费类别分析
第五节 2019年中国汽车4S店汽车用品采购状况
一、汽车用品采购体系
二、汽车用品结算体系
三、供应商选择和产品采购标准
四、汽车用品经营满意度调查
五、汽车用品经营障碍调查
第六节 中国汽车4S店经营趋势分析
一、产品新颖性质优利高将成为关注因素
二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎
三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径
四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎
第五章 2019年国内外汽车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
四、德国汽车营销模式分析
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 2019年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析
第一节 2019年中国汽车售后服务现状
一、汽车售后服务概述
一、汽车售后服务成新竞争模式
三、汽车售后服务现状分析
第二节 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
第三节 中国4S店客户满意战略分析
一、实施内部整合营销策略

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
第七章 2019年中国汽车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 2019年中国汽车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 2019年中国汽车4S店SWOT分析
一、中国汽车4S店总体SWOT分析
二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析
第八章 2019年中国汽车4S店竞争力经营策略
第一节 汽车销售模式异化
一、4S＋2S模式
二、汽车大卖场内设点＋4S店
三、“汽车大道”上的4S店
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 2015-2019年北京现代汽车4S店服务营销研究
第一节 2015-2019年北京现代汽车4S店运行综述
第二节 2019年北京现代汽车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
第三节 2019年北京现代三四线城市发展策略

一、产品差异化
二、渠道差异化
第四节 北京现代汽车4S店服务营销策略的实施
一、服务品质策略
二、服务价格策略
三、服务形象策略
四、服务管理策略
第五节 北京现代汽车4S店服务营销策略的改进
一、北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势
二、提高员工满意度的策略
三、降低零配件价格
四、服务流程的优化
第十章 2019年东风日产4S店发展战略分析
第一节 2019年中国东风日产4S店动态分析
一、东风日产北京4S店达26家
二、2019年东风日产销售目标分析
三、2019年东风日产产品销量分析
第二节 东风日产4S店的盈利模式分析
一、东风日产4S店盈利模式
二、东风日产4S店盈利特点
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 2019年广州本田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 广州本田选择经销商原则
第十二章 2019年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析
第一节 2019年中国汽车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、硬件良好软件水准有待提高
三、运营成本过高销售利润偏低
四、依赖汽车品牌缺乏自身品牌
五、收入渠道狭窄亟待拓宽业务范围
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、合理布局开创多样化营销模式
二、提升管理理念加强经营管理
三、打造自身服务品牌和形象
四、转变经营观念谋求长期发展
五、行业整合和联盟化集团化道路
六、发挥政府调控作用促进企业发展
第十三章 2020-2026年中国汽车4S店产业投资战略研究(ZY ZS)
第一节 2020-2026年中国汽车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
三、汽车4S店投资环境利好
第二节 2020-2026年中国汽车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 2020-2026年中国汽车4S店投资风险及防范
第四节投资建议
图表目录：
图表 1 2019年GDP初步核算数据
图表 2 2019年GDP环比和同比增长速度
图表 3 2019年GDP初步核算数据
图表 4 2019年GDP同比增长速度
图表 5 2015-2019年规模以上工业增加值同比增长速度
图表 6 2019年规模以上工业生产主要数据

图表 7 2015-2019年钢材日均产量及同比增速
图表 8 2015-2019年水泥日均产量及同比增速
图表 9 2015-2019年十种有色金属日均产量及同比增速
图表 10 2015-2019年乙烯日均产量及同比增速
图表 11 2015-2019年汽车日均产量及同比增速
图表 12 2015-2019年轿车日均产量及同比增速
图表 13 2015-2019年发电量日均产量及同比增速
图表 14 2015-2019年原油加工量日均产量及同比增速
图表 15 2015-2019年固定资产投资（不含农户）同比增速
图表 16 2015-2019年固定资产投资到位资金同比增速
图表 17 2019年固定资产投资（不含农户）主要数据
图表 18 2015-2019年社会消费品零售总额分月同比增长速度
图表 19 2019年社会消费品零售总额主要数据
图表 20 2015-2019年新能源汽车补贴标准（单位：万元 / 辆）
图表 21 2019年我国汽车制造业销售收入分布格局
图表 22 2019年中国汽车制造业成本费用分析
图表 23 2019年中国汽车制造业盈利能力分析
图表 24 2015-2019年全国汽车产量分析
图表 25 2019年汽车生产企业产量统计表
图表 26 汽车零售渠道主要模式
图表 27 目前品牌厂商与零售商关系主要有三种
图表 28 4S 轿车专卖店流程 图表 29 2015-2019年中国汽车4S店数量分析
图表 30 2015-2019年中国汽车4S店整车的销售状况分析

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202003/843226.html