

2017-2022年中国汽车4S店行业发展前景预测及 投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国汽车4S店行业发展前景预测及投资战略研究报告》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/201611/464317.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

2015年我国汽车经销商总数为22900家，2014年约23820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：

2006-2015年中国汽车4S店数量情况

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2022年中国汽车4S店行业发展前景预测及投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了汽车4S店产业相关概念及发展环境，接着分析了中国汽车4S店行业规模及消费需求，然后对中国汽车4S店行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车4S店行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车4S店行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 汽车4s店的基本概述14

第一节 4s意义阐述14

一、sale（整车销售）14

二、sparepart（零配件）14

三、service（售后服务）14

四、survey（信息反馈）14

第二节 汽车4s店的发展历程14

第三节 汽车4s店优势解析15

一、信誉度方面15

二、专业方面16

三、售后服务保障方面16

四、人性化方面16

第二章 2016年中国汽车4s店的经营环境分析17

第一节 2016年中国反垄断法的实施的优势分析17

一、4s店将有更大优惠幅度的权利17

二、4s店将引进副厂件来增强竞争力17

三、4s店异地售车成为可能17

- 四、4s店将不再局限于只经营一个品牌困局18
- 五、4s店将逐步改变其与厂家的“从属”地位18
- 六、4s店将不在是“千篇一律”18
- 七、4s的优胜劣汰将有助于大型汽车经销商集团的出现18
- 八、4s店“销售、配件、信息反馈和维修”的功能将发生变化19

第二节 2016年中国宏观经济环境分析19

一、2016年中国gdp增长情况分析19

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。2015年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度

二、2016年中国工业经济发展形势分析24

2015年，我国全年全部工业增加值228974亿元，比上年增长5.9%。规模以上工业增加值增长6.1%。其中，国有控股企业增长1.4%；集体企业增长1.2%，股份制企业增长7.3%，外商及港澳台商投资企业增长3.7%；私营企业增长8.6%。分门类看，采矿业增长2.7%，制造业增长7.0%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长1.4%。2016年一季度，全国规模以上工业增加值按可比价格计算同比增长5.8%，增速比上年全年回落0.3个百分点，比今年1-2月份加快0.4个百分点。

2011-2015年中国工业增加值变化情况（单位：万亿元，%）

- 三、2016年中国全社会固定资产投资分析26
- 四、2016年中国社会消费品零售总额分析38
- 五、2016年中国城乡居民收入与消费分析43
- 六、2016年中国对外贸易发展形势分析45
- 七、2016年中国宏观经济运行情况分析46

第三节 2016年中国汽车4s店行业政策环境分析49

- 一、《汽车产业调整和振兴规划》49
- 二、2012-2016年汽车补贴优惠政策57
- 三、2016年节能与新能源汽车发展相关政策59
- 四、2016年中国制定车船税法60
- 五、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁62
- 六、2016年中国汽车行业政策环境综述65

第四节 2016年中国汽车4s店社会环境分析72

- 一、人口环境分析72
- 二、教育环境分析73
- 三、生态环境分析75
- 四、消费环境分析75

第三章 2016年中国汽车市场运行动态分析77

第一节 2006-2016年中国汽车制造业主要数据监测分析77

- 一、2016年中国汽车制造行业发展概况77
- 二、2006-2016年中国汽车制造业规模分析78
- 三、2016年中国汽车制造业结构分析80
- 四、2006-2016年中国汽车制造业产值分析81
- 五、2006-2016年中国汽车制造业成本费用分析81
- 六、2006-2016年中国汽车制造业盈利能力分析82

第二节 2010-2016年中国汽车产量统计分析83

- 一、2010-2016年全国汽车产量分析83
- 二、2016年全国及主要省份汽车产量分析84
- 三、2016年汽车产量集中度分析85

第三节 2016年中国部分汽车销售情况分析85

- 一、2016年中国汽车产业总体产销情况85

2016年1-5月汽车产销分别完成1084.4万辆和1075.5万辆，比上年同期分别增长5.8%和7%，高于上年同期2.6个百分点。我们预计，中国市场则有望继续保持2015年平稳的增长态势，在购置税减半的消费刺激之下，全年车市保持5%的增幅，预计销量有望达到2580万辆。

2016年中国汽车销量及增速

- 二、2016年中国轿车市场销售情况86
- 三、2016年中国轿车品牌销量分析88
- 四、2016年中国六大地区客车销售状况88
- 五、2016年中高档城市suv增长迅速96

第四节 2010-2016年中国汽车市场价格变化分析98

- 一、2012年中国汽车市场价格走势分析98
- 二、2013年中国汽车市场价格变化分析99
- 三、2016年国内汽车市场价格变化分析100
- 四、2016年中国汽车市场价格变化分析100

第五节 2016年中国汽车零售业发展概况101

- 一、中国汽车零售渠道发展阶段101
- 二、中国汽车零售渠道模式分析101
- 三、中国汽车零售渠道的新变化102
- 四、厂商与零售商集团关系变化104
- 五、中国汽车零售市场现状与趋势107

第四章 2016年中国汽车4s店的经营现状分析112

第一节 2016年中国汽车4s店的经营模式112

- 一、横向发展的多品牌经营模式112
- 二、纵向发展的单品牌的经营模式112

第二节 2016年中国汽车4s店的行业状况分析113

- 一、30家汽车4s专营店落户天津汽贸街113
- 二、产权式品牌汽车4s店聚集区亮相昆明113
- 三、佛山汽车4s店数激增有望近百115
- 四、比亚迪抛出新型营销模式“移动4s店”115
- 五、汽车4s店变革经销方式扩大利润空间117

第三节 2016年中国汽车4s店经营状况分析118

- 一、4s轿车专卖店流程118
- 二、中国汽车4s店数量分析118
- 三、中国汽车4s店经营规模119
- 四、中国汽车4s店经营形态120
- 五、中国汽车4s店利润构成122

第四节 2016年中国汽车4s店销售与消费情况分析123

- 一、整车的销售状况分析123
- 二、汽车用品销售额分析124
- 三、汽车用品伴随整车销售情况125
- 四、汽车用品的消费额分析125
- 五、汽车用品消费类别分析125

第五节 2016年中国汽车4s店汽车用品采购状况126

- 一、汽车用品采购体系126
- 二、汽车用品结算体系129
- 三、供应商选择和产品采购标准129
- 四、汽车用品经营满意度调查130
- 五、汽车用品经营障碍调查131

第六节 中国汽车4s店经营趋势分析132

- 一、产品新颖性质优利高将成为关注因素132
- 二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎133
- 三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径133
- 四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎135

第五章 2016年国内外汽车4s店营销模式对比分析136

第一节 国外汽车4s店营销模式及其借鉴136

- 一、美国汽车营销模式分析136
- 二、英国汽车营销模式分析137
- 三、日本汽车营销模式分析138
- 四、德国汽车营销模式分析138

第二节 中国汽车4s店营销模式分析140

- 一、汽车品牌专卖店140
- 二、汽车交易市场140
- 三、汽车工业园141
- 四、汽车连锁销售业142
- 五、电子商务模式142

第六章 2016年中国汽车4s店售后服务及客户满意战略分析143

第一节 2016年中国汽车售后服务现状143

- 一、汽车售后服务概述143
- 二、汽车售后服务成新竞争模式143
- 三、汽车售后服务现状分析145

第二节 中国4s店售后服务营销策略分析146

- 一、实施客户满意战略146
- 二、实施服务差异化策略147
- 三、实施适时扩张策略147

第三节 中国4s店客户满意战略分析147

- 一、实施内部整合营销策略147
- 二、实施客户关系管理策略148
- 三、实施服务流程优化策略148
- 四、实施优秀服务品质策略148

第七章 2016年中国汽车4s店市场竞争与swot分析150

第一节 汽车4s店整体市场分析150

一、利润150

二、选址152

三、品牌153

四、服务154

第二节 2016年中国汽车4s店市场竞争状况分析154

一、与二手车市场的竞争状况分析154

二、与汽车大卖场的竞争状况分析155

三、4s店之间的竞争状况分析157

第三节 2016年中国汽车4s店swot分析158

一、汽车4s店的优势分析158

二、汽车4s店的劣势分析159

三、汽车4s店的机会分析160

四、汽车4s店的威胁分析160

第八章 2016年中国汽车4s店竞争力经营策略162

第一节 汽车销售模式异化162

1、4s + 2s模式162

2、汽车大卖场内设点 + 自己的4s店162

3、“汽车大道”上的4s店163

第二节 整体行销制胜163

第三节 建立公司的门户网站164

第四节 经营重心从仅仅关注新车销售到销售与售后并举164

第五节 提升整体服务水平165

第六节 建立自己企业的人才储备165

第七节 打造自己的服务品牌166

第八节 实行客户crm系统管理166

第九章 2012-2016年北京现代汽车4s店服务营销研究168

第一节 2012-2016年北京现代汽车4s店运行综述168

一、2016年北京现代汽车4s店广东省扩张计划168

二、2016年北京限购政策影响4s店168

三、北京汽车4s店售后服务用户满意企业169

第二节 2016年北京现代汽车4s店战略分析171

一、品牌根据地171

二、以知识管理促创新171

- 三、服务创新带来高客户满意度172
- 第三节 2016年北京现代三四线城市发展策略173
 - 一、产品差异化173
 - 二、渠道差异化174
- 第四节 北京现代汽车4s店服务营销策略的实施176
 - 一、服务品质策略176
 - 二、服务价格策略178
 - 三、服务形象策略179
 - 四、服务管理策略181
- 第五节 北京现代汽车4s店服务营销策略的改进183
 - 一、北京现代汽车4s店必须具备双品牌优势183
 - 二、提高员工满意度的策略185
 - 三、降低零配件价格187
 - 四、服务流程的优化189

- 第十章 2016年东风日产4s店发展战略分析192
 - 第一节 2016年中国东风日产4s店动态分析192
 - 一、东风日产北京4s店达26家192
 - 二、2016年东风日产销售目标分析192
 - 三、2016年东风日产产品销量分析193
 - 四、2016年东风日产销量目标及措施194
 - 第二节 东风日产4s店的盈利模式分析194
 - 一、东风日产4s店盈利模式194
 - 二、东风日产4s店盈利特点196
 - 第三节 东风日产4s店的重点盈利顾客分析197
 - 一、东风日产4s店顾客盈利性分析197
 - 二、东风日产4s店的重点盈利顾客分析198
 - 三、东风日产4s店的顾客层次分析200
 - 第四节 东风日产4s店发展实施策略201
 - 一、顾客终生价值对东风日产4s店的意义201
 - 二、从品牌资产到顾客资产的战略转换202

- 第十一章 2016年广州本田4s店的经营之道解析204
 - 第一节 四位一体的品牌专营销售204
 - 第二节 广州本田的售后服务理念205

一、基本理念205

二、特约店销售服务的运营方针205

第三节 双赢才会长久206

一、选择经销商206

二、投资回报“钱”景美好207

三、广州本田品牌——值得打造208

四、管理培训——利益挂钩208

第四节 广州本田选择经销商原则209

一、必须有资金的保障209

二、经销商资产结构应比较紧密和合理209

三、必须有合法的经营场地和场所210

四、要有先进的服务理念211

第十二章 2016年中国汽车4s店经营模式存在问题及对策分析212

第一节 2016年中国汽车4s店行业经营中存在问题分析212

一、规划布局不合理带来恶性竞争212

二、汽车4s店硬件过硬，软件水准有待提高212

三、运营成本过高，销售利润偏低213

四、依靠汽车品牌，缺乏自身的品牌形象213

五、收入渠道狭窄，业务范围有待拓宽214

六、营销队伍专业化程度较低214

第二节 中国汽车4s店发展思路及对策分析215

一、合理布局开创多样化营销模式215

二、提升管理理念，加强经营管理215

三、打造自身服务品牌,树立企业新形象216

四、转变4s店重卖轻修思想，树立长远发展观念216

五、加快行业整合，走联盟化集团化之路217

六、充分发挥政府调控作用，促进汽车4s企业发展218

第十三章 2017-2022年中国汽车4s店产业投资战略研究219 (ZY CW)

第一节 2017-2022年中国汽车4s店行业投资概况219

一、汽车4s店行业投资特性219

二、汽车4s店具有良好的投资价值219

三、汽车4s店投资环境利好220

第二节 2017-2022年中国汽车4s店投资机会分析221

- 一、汽车4s店投资热点221
- 二、汽车4s店投资吸引力分析223
- 第三节 2017-2022年中国汽车4s店投资风险及防范225
 - 一、市场机制风险225
 - 二、政策风险分析226
 - 三、汽车品牌风险228
 - 四、竞争风险分析230
- 第四节 专家投资建议230

图表目录：

- 图表1 2012年-2016年我国国内生产总值19
- 图表2 2009年-2016年我国gdp同比增长速度20
- 图表3 2016年我国固定资产投资情况27
- 图表4 2016年各地区固定资产投资（不含农户）情况29
- 图表5 2016年我国固定资产（不含农户）增速情况31
- 图表6 分地区投资相邻两月累计同比增速32
- 图表7 2016年份固定资产投资（不含农户）主要数据33
- 图表8 2013年-2016年全国居民消费价格涨跌幅38
- 图表9 全国居民消费价格涨跌幅39
- 图表10 2016年居民消费价格主要数据40
- 图表11 乘用车系别市场份额比较78
- 图表12 2011-2016年中国汽车产销量分析78
- 图表13 2009-2016年汽车产销量数据统计（单位：万辆）78
- 图表14 乘用车系别市场份额分析80
- 图表15 2012-2016年中国汽车制造业总体运行概况分析81
- 图表16 2012-2016年汽车制造业三费占销售收入比重变化分析81
- 图表17 2011～2016年我国汽车制造业效益变化分析82
- 图表18 2010-2016年全国汽车行业产量分析83
- 图表19 2016年全国及主要省份汽车产量分析84
- 图表20 2016年自主品牌轿车销量前十企业排名86
- 图表21 2016年全国客车分车型产量汇总88
- 图表22 2016年三季度轻型客车（整车）前10家企业销售情况（单位：辆，%）90
- 图表23 2011/2016年suv细分市场产销情况单位：辆，%96
- 图表24 2011/2016年suv各细分市场份变化情况单位：%96
- 图表25 2011/2016年suv各细分市场销量及增幅情况单位：万辆，%97

图表26 2016年份suv市场分派系销量变化97

图表27 近几年全国汽车价格汇总表99

图表28 国内汽车4s店发展的swot分析120

图表29 2013-2016年中国汽车用品市场销售情况分析125

图表30 4s店汽车用品采购途径128

图表31 4s店汽车用品采购结算方式129

图表32 4s店选择供应商及产品的标准129

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/464317.html>