

2017-2022年中国汽车经销商市场现状研究分析及 未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国汽车经销商市场现状研究分析及未来发展趋势预测报告》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/201703/506325.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

报告目录：

第一章汽车经销商资金链条不容乐观

第一节汽车销量与经销商资金链条关系分析

第二节银行信贷与经销商资金链条关系分析

第三节汽车经销商授信动态分析

一、浅谈汽车经销商授信审查

二、光大银行预警汽车经销商风险

三、首家汽车经销商集团获中信银行综合授信

第二章汽车经销商授信风险的主要来源

第一节授信客体风险

一、汽车经销行业与市场竞争风险

二、汽车经销商的经营与道德风险

三、潜藏第二还款来源风险

第二节授信主体风险

一、操作风险

二、“同业竞争”风险

第三章汽车经销商授信风险防范与控制对策研究

第一节实行严格准入与退出机制

第二节采取复合担保方式规避第二还款来源风险

一、规范库存车辆质押行为

二、以汽车提单作为授信质押物

三、扣留合格证作为促使按时还款的手段

第三节加强授信后期跟踪管理

第四节加强授信业务人员队伍建设

第五节建立银行同业公会通报制度

第四章 中国汽车流通行业分析

第一节中国汽车流通行业综合分析

一、中国汽车流通的发展历程

二、我国汽车流通行业逐渐发展成熟

三、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演

四、中国汽车流通领域业态分析

五、我国汽车流通体制向品牌营销转变

第二节汽车流通的渠道分析

- 一、我国汽车流通渠道酝酿变局
- 二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌
- 三、我国轿车流通渠道分析
- 四、2016年2季度汽车流通渠道新模式
- 第二章中国汽车经销业务模式
 - 第一节经销简介
 - 一、经销的特点
 - 二、经销分类
 - 三、经销协议
 - 四、经销方式的利弊
 - 五、经销方式的问题
 - 第二节中国汽车经销发展总况
 - 一、发展历程
 - 二、发展特色
 - 三、中国汽车经销商分布区域特征明显
 - 四、中国各类汽车经销业务发展浅析
 - 第三节经销模式
 - 一、主要营销模式
 - 二、营销模式特点
 - 三、进口汽车经销模式
 - 四、营销渠道发展特点
- 第五章2016年2季度中国汽车经销商发展分析
 - 第一节2016年2季度中国汽车经销商发展概况
 - 一、中国汽车经销商生存环境
 - 二、中国汽车经销商发展特点
 - 三、中国汽车经销商数据统计
 - 四、中国汽车4S店数量统计及增加情况
 - 第二节2016年2季度中国汽车经销商盈利能力分析
 - 一、利润率
 - 二、盈利结构
 - 第三节市场份额
 - 一、汽车经销商排名
 - 二、汽车经销商市场份额
 - 第四节汽车经销商地域特征
- 第六章 中国汽车销售分析

第一节中国汽车销售概况

- 一、中国汽车分网销售分析
- 二、我国汽车销售业面临多业态转型
- 三、我国汽车销售市场面临洗牌
- 四、多家汽车企业变革销售网络促销
- 五、汽车销售服务新法规的优势分析

第二节2013-2016年2季度汽车销售市场状况

- 一、2013年我国汽车销售状况
- 二、2014年全国汽车销量创新高
- 三、2015年我国汽车销量分析
- 四、2015年汽车产销分析
- 四、2016年2季度汽车产销分析

第三节2016年2季度各品牌汽车销售状况

- 一、宝马
- 二、奥迪
- 三、奔驰
- 四、大众
- 五、奇瑞

第四节汽车销售模式分析

- 一、汽车销售4S店集群新模式介绍
- 二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式
- 三、汽车销售模式有待变革
- 四、汽车销售4S店存在的问题分析
- 五、我国汽车销售必须打破传统模式
- 五、“总量控制”或将改变汽车销售模式

第五节汽车销售中存在的问题及对策

- 一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展
- 二、我国汽车销售价格战原因及对策解析
- 三、提高汽车销售服务水平的措施

第七章中国新车销售业务现状及前景预测

第一节新车销量特点

- 一、总销量
- 二、乘用车销量特点
- 三、商用车销量特点

第二节新车价格特点

一、整体价格

二、乘用车价格

三、商用车价格

第三节经销模式

一、乘用车经销模式

二、商用车经销模式

第四节经销商经营现状

一、新车销售盈利情况

二、盈利模式

三、建设成本

第八章中国二手车业务现状及前景预测

第一节销售情况

一、销售量

二、主要车型

三、销售价格

第二节经销模式

第三节市场前景预测

一、发展趋势预测

二、市场规模预测

第九章中国主要汽车生产企业经销网络

第一节一汽丰田

第二节广汽本田

第三节东风日产

第四节上海大众

第五节上海通用

第六节长安福特

第十章2016年2季度中国汽车经销商龙头企业分析

第一节庞大集团

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第二节物产中大

一、公司简介

二、经营情况

三、经销网络

第三节 中升控股

一、公司简介

二、经营情况

三、经销网络

第四节 大昌行集团

一、公司简介

二、经营情况

三、经销网络

第五节 正通汽车

一、公司简介

二、经营情况

三、公司扩张

第六节 大东方

一、经营情况

二、业务规划

第七节 开元汽车

一、公司简介

二、经营情况

第八节 联拓集团

第九节 亚夏汽车

第十节 漳州发展

第十一节 特力集团

第十二节 G.A.控股

第十一章 汽车经销商的融资现状及融资模式

第一节 汽车经销商融资现状

一、股权融资

二、汽车销售金融服务网络银行信贷、

第二节 汽车经销商融资模式的延伸

一、仓单质押模式

二、买方信贷模式

三、授信融资模式

四、三种融资模式的对比分析

第三节 汽车经销商融资最新动态 现金池融资

第十二章 汽车经销商信贷风险分析

第一节 国际突发事件

一、日本地震

二、利比亚地缘政治引发的石油危机

第二节国内相关政策的变动

一、购置税鼓励政策退出

二、部分城市汽车限购

第三节信贷紧缩给汽车经销商带来较大困扰

一、融资成本高企

二、信贷紧缩的痛楚

三、银行信贷规模趋势分析

第四节汽车经销商在产业链中的弱势地位

第五节汽车经销商自身的经营风险分析

第六节汽车经销商授信模式风险分析

一、汽车销售金融服务模式下的汽车合格证质押风险

二、汽车经销商融资延伸模式风险分析

第十三章2017-2022年中国汽车经销商授信风险防控建议(ZYWZY)

第一节加强汽车未来销售的走势分析

一、短期内汽车销售情况不容乐观

二、着眼于国内汽车销售市场新动态变化及发展趋势

第二节进行全面风险排查

一、关注经销商的自身情况及应对之策

二、排查范围为经销商项下除低风险以外的全部授信业务

第三节加强风险防范举措

一、实行严格准入与退出机制

二、采取复合担保方式，规避第二还款来源风险

三、加强授信后期跟踪管理，及时调整授信控制总量

四、加强授信业务人员队伍建设，提高业务人员素质

五、建立银行同业公会通报制度

第四节调整授信策略

一、无厂家担保汽车经销商授信政策

二、厂商整体授信模式下授信政策调整

部分图表目录：

图表：中国汽车经销主要方式

图表：中国各类汽车营销模式特点对比

图表：进口与国产汽车经营模式对比

图表：2008-2015年中国汽车4S店数量

- 图表：2015年中国汽车4S店地区分布
- 图表：2015年中国主要汽车经销商毛利率对比
- 图表：中国汽车经销服务范围
- 图表：中美汽车经销商利润构成对比
- 图表：2015年中国排名前20位汽车经销商
- 图表：2015年美国前10名汽车经销商市场份额
- 图表：2015年中国营业收入排名前10汽车经销商市场份额
- 图表：2015年中国销量排名前10汽车制造商市场份额
- 图表：中国主要汽车经销商4S店布局区域特点
- 图表：2006-2016年2季度中国汽车销量
- 图表：2006-2016年2季度中国乘用车销量
- 图表：2006-2016年2季度中国基本型乘用车及SUV占乘用车销量的比重
- 图表：2006-2016年2季度中国排量1.0-1.6L乘用车占乘用车销量比重
- 图表：2015年中国各乘用车企业销售目标完成率
- 图表：2006-2016年2季度中国商用车销量
- 图表：2006-2016年2季度中国3类型客车销量比重
- 图表：2006-2016年2季度中国4类型货车销量比重
- 图表：2007-2016年2季度中国汽车价格指数
- 图表：2007-2016年2季度中国轿车价格指数
- 图表：2007-2016年2季度中国货车价格指数
- 图表：中国乘用车4S店建设流程
- 图表：经销商各类型汽车盈利能力对比
- 图表：中国经销商新车销售业务盈利模式
- 图表：汽车4S店建设成本构成
- 图表：中、日、韩汽车保有量与新车销量对比
- 图表：工信部及中汽协2016年中国汽车销量预测
- 图表：2017-2022年中国新车销量预测
- 图表：2005-2015年中国中、东、西部地区民用汽车保有量
- 图表：2005-2015年中国中、东、西部地区民用汽车保有量增长速度
- 图表：2007-2016年2季度中国二手车销售量
- 图表：各国二手车与新车销量比例对比
- 图表：2010-2016年2季度中国二手车成交车型构成
- 图表：2000-2015年中国二手车平均交易价格
- 图表：中美二手车保值率对比
- 图表：中国二手车主要交易模式

- 图表：主要国家二手车交易模式
- 图表：2015年中国交易的二手车使用年限分布
- 图表：中国消费者预期更换车辆年限分布
- 图表：2017-2022年中国二手车销量预测
- 图表：中国汽车售后服务盈利模式
- 图表：中国汽车维修经营模式
- 图表：汽车部分零部件更新周期
- 图表：2015年各国汽车贷款比例对比
- 图表：2001-2015年中国汽车信贷规模
- 图表：中美汽车经销商提供金融服务对比
- 图表：2004-2015年中国车险保费收入
- 图表：中美汽车经销商提供金融服务对比
- 图表：2015年一汽丰田汽车经销商分布
- 图表：广汽本田汽车经销商分布
- 图表：东风日产汽车经销商分布
- 图表：上海大众汽车经销商分布
- 图表：上海大众斯柯达汽车经销商分布
- 图表：上海通用别克汽车经销商分布
- 图表：上海通用雪佛兰汽车经销商分布
- 图表：上海通用凯迪拉克汽车经销商分布
- 图表：2008-2015年庞大集团汽车销量
- 图表：2008-2015年庞大集团汽车分品牌销量情况
- 图表：2007-2016年2季度庞大集团主营收入及净利润
- 图表：2008-2015年庞大集团分业务收入构成
- 图表：2008-2015年庞大集团新车销售业务收入
- 图表：2008-2015年庞大集团售后业务收入
- 图表：2007-2016年2季度萨博在华销量
- 图表：2006-2016年2季度物产中大主营收入及毛利率
- 图表：2009-2016年2季度物产中大新车销量
- 图表：物产元通在浙江各地市销售网点分布

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/506325.html>