

2017-2022年中国汽车4S 店市场全景调查与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国汽车4S店市场全景调查与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/qiche/B88477Z5MD.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

4S店是一种以“四位一体”为核心的汽车特许经营模式，包括整车销售（Sale）、零配件（Sparepart）、售后服务（Service）、信息反馈（Survey）等。它拥有统一的外观形象，统一的标识，统一的管理标准，只经营单一的品牌的特点。它是一种个性突出的有形市场，具有渠道一致性和统一的文化理念，4S店在提升汽车品牌、汽车生产企业形象上的优势是好的！

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		年份	4S店数量（家）	
2006	13898	2007	14202	
2008	13668	2009	15728	
2010	17875	2011	20181	
2012	21372	2013	22518	
2014	23820	2015	22900	

2015-2016年中国4S店区域数量分布

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国汽车4S店市场全景调查与发展趋势研究报告》共十三章。首先介绍了汽车4S店行业市场发展环境、汽车4S店整体运行态势等，接着分析了汽车4S店行业市场运行的现状，然后介绍了汽车4S店市场竞争格局。随后，报告对汽车4S店做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车4S店行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车4S店产业有个系统的了解或者想投资汽车4S店行业，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 12

第一节 4S意义阐述 12

一、Sale（整车销售） 12

二、Sparepart（零配件） 12

三、Service（售后服务） 12

四、Survey（信息反馈） 12

第二节 汽车4S店的发展历程 12

第三节 汽车4S店优势解析 13

- 一、信誉度方面 13
- 二、专业方面 13
- 三、售后服务保障方面 14
- 四、人性化方面 14

第二章 2016年中国汽车4S店的经营环境分析 14

第一节 2016年中国反垄断法的实施的优势分析 14

- 一、4S店将有更大优惠幅度的权利 14
- 二、4S店将引进副厂件来增强竞争力 14
- 三、4S店异地售车成为可能 15
- 四、4S店将不再局限于只经营个别品牌困局 15
- 五、4S店将逐步改变其与厂家的“从属”地位 15
- 六、4S店将不再是“千篇一律” 15
- 七、4S的优胜劣汰主推大型汽车经销商集团出现 16
- 八、汽车4S店功能将发生变化 16

第二节 2016年中国宏观经济环境分析 16

- 一、2016年中国GDP增长情况分析 16
- 二、2016年中国工业经济发展形势分析 17
- 三、2016年中国全社会固定资产投资分析 20
- 四、2016年中国社会消费品零售总额分析 21
- 五、2016年中国城乡居民收入与消费分析 23
- 六、2016年中国对外贸易发展形势分析 25
- 七、2015年中国宏观经济运行情况分析 26

第三节 2016年中国汽车4S店行业政策环境分析 29

- 一、《汽车产业调整和振兴规划》 29
- 二、汽车服务细分行业管理体制 31
- 三、2014-2016年汽车补贴优惠政策 33
- 四、2016年节能与新能源汽车发展相关政策 34
- 五、2015年中国制定车船税法 38
- 六、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁 39
- 七、2016年中国汽车行业政策环境综述 39

第四节 2016年中国汽车4S店社会环境分析 46

一、人口环境分析 46

二、教育环境分析 47

三、科技环境分析 49

四、生态环境分析 53

五、消费环境分析 57

第三章 2016年中国汽车市场运行动态分析 59

第一节 2014-2016年中国汽车制造业主要数据监测分析 59

一、2016年中国汽车制造行业发展概况 59

二、2014-2016年中国汽车制造业规模分析 61

三、2016年中国汽车制造业结构分析 63

四、2014-2016年中国汽车制造业产值分析 64

五、2014-2016年中国汽车制造业成本费用分析 65

六、2014-2016年中国汽车制造业盈利能力分析 67

第二节 2014-2016年中国汽车产量统计分析 69

一、2014-2016年全国汽车产量分析 69

2006-2015年中国汽车产量

2016年1-6月全国汽车产量统计表 月份 汽车产量_当期值(万辆) 汽车产量_累计值(万辆)

汽车产量_同比增长(%) 汽车产量_累计增长(%) 2016年6月 211.3 1311.4 8.1 6 2016年5

月 208.7 1099.3 4.1 5.6 2016年4月 220.2 889.3 4.3 5.5 2016年3月 255.4 668.6 8.9 6.5

2016年2月 - 412.6 - 5.3

二、2016年全国及主要省份汽车产量分析 69

三、2016年汽车产量集中度分析 72

第三节 2016年中国部分汽车销售情况分析 72

一、2016年中国汽车产业总体产销情况 72

二、2016年中国轿车市场销售情况 77

三、2016年中国轿车品牌销量分析 78

四、2016年中国六大地区客车销售状况 97

五、2016年中高档城市SUV增长迅速 98

第四节 2014-2016年中国汽车市场价格变化分析 99

- 一、2016年中国汽车市场价格走势分析 99
- 二、2016年中国汽车市场价格变化浅析 100
- 三、2016年国内汽车市场价格变化分析 100
- 四、2015年中国汽车市场价格预测分析 101
- 第五节 2016年中国汽车零售业发展概况 103
 - 一、中国汽车零售渠道发展阶段 103
 - 二、中国汽车零售渠道模式分析 104
 - 三、中国汽车零售渠道的新变化 105
 - 四、厂商与零售商集团关系变化 105
 - 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 109

第一节 2016年中国汽车4S店的经营模式 109

- 一、横向发展的多品牌经营模式 109
- 二、纵向发展的单品牌的经营模式 109

第二节 2016年中国汽车4S店的行业状况分析 110

- 一、30家汽车4S专营店落户天津汽贸街 110
- 二、产权式品牌汽车4S店聚集区亮相昆明 110
- 三、佛山汽车4S店数激增有望近百 111
- 四、比亚迪抛出新型营销模式“移动4S店” 113
- 五、汽车4S店变革经销方式扩大利润空间 113

第三节 2016年中国汽车4S店经营状况分析 114

- 一、4S轿车专卖店流程 115
- 二、中国汽车4S店数量分析 115
- 三、中国汽车4S店经营规模 115
- 四、中国汽车4S店经营形态 117
- 五、中国汽车4S店利润构成 119

第四节 2016年中国汽车4S店销售与消费情况分析 119

- 一、整车的销售状况分析 119
- 二、汽车用品销售额分析 120
- 三、汽车用品伴随整车销售情况 120
- 四、汽车用品的消费额分析 121

五、汽车用品消费类别分析 121

第五节 2016年中国汽车4S店汽车用品采购状况 124

一、汽车用品采购体系 124

二、汽车用品结算体系 125

三、供应商选择和产品采购标准 126

四、汽车用品经营满意度调查 128

五、汽车用品经营障碍调查 128

第六节 中国汽车4S店经营趋势分析 129

一、产品新颖性质优利高将成为关注因素 129

二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎 129

三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径 130

四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎 131

第五章 2016年国内外汽车4S店营销模式对比分析 133

第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴 133

一、美国汽车营销模式分析 133

二、英国汽车营销模式分析 135

三、日本汽车营销模式分析 136

四、德国汽车营销模式分析 137

第二节 中国汽车4S店营销模式分析 137

一、汽车品牌专卖店 137

二、汽车交易市场 138

三、汽车工业园 139

四、汽车连锁销售业 140

五、电子商务模式 140

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

一、汽车售后服务成新竞争模式 143

三、汽车售后服务现状分析 144

第二节 中国4S店售后服务营销策略分析 144

- 一、实施客户满意战略 144
- 二、实施服务差异化策略 146
- 三、实施适时扩张策略 150
- 第三节 中国4S店客户满意战略分析 150
 - 一、实施内部整合营销策略 150
 - 二、实施客户关系管理策略 152
 - 三、实施服务流程优化策略 154
 - 四、实施优秀服务品质策略 155

- 第七章 2016年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析 156
 - 第一节 汽车4S店整体市场分析 156
 - 一、利润 156
 - 二、选址 158
 - 三、品牌 158
 - 四、服务 159
 - 第二节 2016年中国汽车4S店市场竞争状况分析 160
 - 一、与二手车市场的竞争状况分析 160
 - 二、与汽车大卖场的竞争状况分析 161
 - 三、4S店之间的竞争状况分析 163
 - 第三节 2016年中国汽车4S店SWOT分析 163
 - 一、中国汽车4S店总体SWOT分析 163
 - 二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析 166
 - 三、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT分析 167
 - 四、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析 167

- 第八章 2016年中国汽车4S店竞争力经营策略 168
 - 第一节 汽车销售模式异化 168
 - 一、4S + 2S模式 168
 - 二、汽车大卖场内设点 + 4S店 168
 - 三、“汽车大道”上的4S店 169
 - 第二节 整体行销制胜 169
 - 第三节 建立公司的门户网站 169

第四节 转变经营重心销售与售后并举	170
第五节 提升整体服务水平	170
第六节 建立企业人才储备	171
第七节 打造优质服务品牌	171
第八节 实行客户CRM系统管理	171
第九章 2014-2016年北京现代汽车4S店服务营销研究	173
第一节 2014-2016年北京现代汽车4S店运行综述	173
一、2016年北京汽车4S店广东省扩张计划	173
二、2016年北京限购政策影响4S店	173
三、北京汽车4S店售后服务用户满意企业	174
第二节 2016年北京现代汽车4S店战略分析	176
一、品牌根据地	176
二、以知识管理促创新	176
三、服务创新带来高客户满意度	177
第三节 2016年北京现代三四线城市发展策略	178
一、产品差异化	178
二、渠道差异化	179
第四节 北京现代汽车4S店服务营销策略的实施	180
一、服务品质策略	180
二、服务价格策略	180
三、服务形象策略	180
四、服务管理策略	180
第五节 北京现代汽车4S店服务营销策略的改进	180
一、北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势	180
二、提高员工满意度的策略	182
三、降低零配件价格	182
四、服务流程的优化	182
第十章 2016年东风日产4S店发展战略分析	183
第一节 2016年中国东风日产4S店动态分析	183
一、东风日产北京4S店达26家	183

二、2016年东风日产销售目标分析 183

三、2016年东风日产产品销量分析 184

四、2016年东风日产销量目标及措施 186

第二节 东风日产4S店的盈利模式分析 186

一、东风日产4S店盈利模式 186

二、东风日产4S店盈利特点 188

第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析 189

一、东风日产4S店顾客盈利性分析 189

二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析 190

三、东风日产4S店的顾客层次分析 192

第四节 东风日产4S店发展实施策略 193

一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义 193

二、从品牌资产到顾客资产的战略转换 194

第十一章 2016年广州本田4S店的经营之道解析 196

第一节 四位一体的品牌专营销销售 196

第二节 广州本田的售后服务理念 197

一、基本理念 197

二、特约店销售服务的运营方针 197

第三节 双赢才会长久 198

一、选择经销商 198

二、投资回报“钱”景美好 198

三、广州本田品牌--值得打造 199

四、管理培训--利益挂钩 200

第四节 广州本田选择经销商原则 201

一、必须有资金的保障 201

二、经销商资产结构应比较紧密和合理 201

三、必须有合法的经营场地和场所 201

四、要有先进的服务理念 201

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 202

第一节 2016年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析 202

- 一、规划布局不合理带来恶性竞争 202
- 二、硬件良好软件水准有待提高 202
- 三、运营成本过高销售利润偏低 203
- 四、依赖汽车品牌缺乏自身品牌 203
- 五、收入渠道狭窄亟待拓宽业务范围 203
- 六、营销队伍专业化程度较低 204
- 第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析 204
 - 一、合理布局开创多样化营销模式 204
 - 二、提升管理理念加强经营管理 204
 - 三、打造自身服务品牌和形象 205
 - 四、转变经营观念谋求长期发展 205
 - 五、行业整合和联盟化集团化道路 206
 - 六、发挥政府调控作用促进企业发展 207

第十三章 2017-2022年中国汽车4S店产业投资战略研究 208 (ZY LII)

第一节 2017-2022年中国汽车4S店行业投资概况 208

- 一、汽车4S店行业投资特性 208
- 二、汽车4S店具有良好的投资价值 208
- 三、汽车4S店投资环境利好 209

第二节 2017-2022年中国汽车4S店投资机会分析 209

- 一、汽车4S店投资热点 209
- 二、汽车4S店投资吸引力分析 210

第三节 2017-2022年中国汽车4S店投资风险及防范 211

- 一、投资回收风险 211
- 二、市场机制风险 211
- 三、政策风险分析 212
- 四、汽车品牌风险 212
- 五、竞争风险 213

第四节 投资建议 213 (ZY LII)

图表目录：

图表 1 2013-2016年中国国内生产总值及增长速度趋势图 18

图表 2 2010-2016年中国规模以上工业企业经济指标统计 21

图表 3 2014-2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 21

图表 4 2013-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 22

图表 5 2013-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 23

图表 6 2014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 24

图表 7 2014-2016年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 25

图表 8 2013-2016年农村居民纯收入及增长情况统计 26

图表 9 2014-2016年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 26

图表 10 2014-2016年中国进出口总额增长趋势图 27

图表 11 部分车型购置税降低后节约费用情况 32

图表 12 2014-2016年国家实施的汽车补贴政策 35

图表 13 2013-2016年节能与新能源汽车发展相关政策 36

图表 14 低速汽车生产企业资金与产能方面的考核要求 41

图表 15 商用车生产企业及产品资金与产能方面的准入门槛 43

图表 16 2015年中国人口数及其构成情况 47

图表 17 2013-2016年中国人口数量变化趋势图 48

图表 18 2014-2016年中国各级各类学校招生人数统计 50

图表 19 2013-2015年中国环境污染治理投资情况 55

图表 20 2013-2015年中国年工业“三废”治理效率 56

图表 21 2014-2016年中国民用轿车保有量增长趋势图 59

图表 22 2016年中国汽车制造行业经济指标统计 60

图表 23 2016年中国汽车制造行业前五省区企业数量排名 61

图表 24 2016年中国汽车制造行业前五省区资产总计排名 62

图表 25 2016年中国汽车制造行业前五省区销售收入排名 62

图表 26 2016年中国汽车制造行业前五省区利润总额排名 62

图表 27 2014-2016年中国汽车制造业产业规模统计 63

图表 28 2014-2016年中国汽车制造业总资产增长趋势图 63

图表 29 2014-2016年中国汽车制造业主营业务收入增长趋势图 63

图表 30 2014-2016年中国汽车制造业利润总额增长趋势图 64

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/B88477Z5MD.html>