

2021-2026年中国汽车经销商行业发展监测及投资 战略规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国汽车经销商行业发展监测及投资战略规划研究报告》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.huaon.com/channel/business/693196.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

汽车经销商是指从事汽车交易,取得汽车所有权的中间商。

根据中国汽车流通协会发布调查数据显示,2020年全国汽车经销商生存状况调查于1月初正式启动,本次调查共覆盖近40余家经销商集团,600余家单店,共回收有效问卷1008份。2020年经销商总体满意度得分为80.6分,比2019年提升3.5分。

2009-2020年我国汽车经销商总体满意度情况

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 中国汽车流通所属行业分析

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、2020年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

第三章 2020年中国汽车经销商发展分析

第二节 2020年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店数量统计及增加状况分析

第二节 2020年中国汽车经销商盈利能力分析

一、利润率

2020年突发新冠疫情，全年汽车市场跌宕起伏。上半年，汽车市场一直处于负增长状态，厂家及时推出对经销商的帮扶政策，缓解了疫情带来的生存压力。下半年，汽车市场快速回暖，全年汽车经销商生存状况明显改善，亏损面比上年下降。

2018-2020年我国汽车经销商盈利状况

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

第四章 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 2016-2020年汽车销售市场情况分析

一、2020年我国汽车销售情况分析

二、2020年全国汽车销量创新高

三、2020年我国汽车销量分析

四、2020年汽车产销分析

第三节 2020年各品牌汽车销售情况分析

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

第五章 中国新车销售业务现状及前景预测分析

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 经销商经营现状调研

一、新车销售盈利状况分析

二、盈利模式

三、建设成本

第六章 中国二手车业务现状及前景预测分析

第一节 销售状况分析

- 一、销售量
- 二、主要车型
- 三、销售价格

第二节 经销模式

第三节 市场前景预测分析

- 一、发展趋势预测分析
- 二、市场规模预测分析

第七章 中国汽车售后服务现状及前景预测分析

第一节 售后服务发展现状调研

- 一、盈利模式
- 二、发展趋势预测分析

第二节 汽车维修

- 一、中国汽车维修业发展与兴起
- 二、中国汽车维修业的变革
- 三、国内汽车维修行业进入战略调整阶段
- 四、2020年中国汽车维修业经营模式综述
- 五、汽车经销商维修业务竞争力
- 六、市场需求

第三节 汽车金融

- 一、市场空间分析
- 二、中国汽车金融发展现状分析
- 三、中国汽车金融服务模式分析
- 四、2020年中国汽车金融机构发展状况分析

第四节 汽车保险

- 一、汽车保险已稳居中国保险业第一大险种
- 二、汽车保险业欲谋汽车产业链中主角地位
- 三、电话直销触发中国汽车保险市场新增长点

第八章 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

第九章 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、经营状况分析
- 三、竞争优势

第二节 物产中大

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析
- 三、经销网络

第三节 中升控股

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析
- 三、经销网络

第四节 大昌行集团

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析
- 三、经销网络

第五节 正通汽车

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析
- 三、公司扩张

第六节 大东方

- 一、经营状况分析
- 二、业务规划

第七节 开元汽车

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析

第八节 联拓集团

第九节 亚夏汽车

第十节 漳州发展

第十章 2021-2027年中国汽车经销投资潜力评估

第一节 汽车经销的投资环境

- 一、汽车市场良好走势吸引投资
- 二、反垄断法影响汽车流通领域

第二节 汽车经销的融资渠道分析

- 一、汽车流的融资渠道分析
- 二、汽车营销集团寻求IPO融资
- 三、汽车贷款证券化成为新融资渠道

第三节 2021-2027年中国汽车经销投资商机分析

- 一、中国汽车经销区域投资潜力
- 二、中国汽车经销业务投资热点研究

第四节 2021-2027年中国汽车流通业的投资风险分析

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料供给风险
- 四、市场运营机制风险

第五节 投资观点

第十一章 汽车流通的发展趋势与前景预测

第一节 中国汽车工业的发展趋势预测分析

- 一、我国汽车市场的四大发展趋势预测分析
- 二、2020年我国将成全球第二大汽车市场
- 三、2020年我国汽车市场需求量预测分析

第二节 汽车流通的发展趋势与前景预测分析

- 一、小型二手车流通企业的发展方向
- 二、国内汽车配件产业的未来发展（AK LZX）
- 三、我国汽车零部件进出口的发展前景
- 四、2020年我国汽车售后服务市场规模预测分析
- 五、2020年汽车租赁市场规模预测分析

第三节 中国汽车经销业务发展前景预测分析

- 一、中国汽车经销商发展前景及战略分析
- 二、未来中国汽车经销模式发展状态预测分析
- 三、汽车经销商集团化渐成趋势预测分析
- 四、新车销售形势及盈利空间预测分析
- 五、二手车和售后服务发展空间巨大

图表目录：

图表1 2016-2020年中国主要汽车经销商毛利率对比

图表2 中国汽车4S店数量

图表3 西部地区4S分布占比

图表4 经济欠发达地区4S店分布占比

图表5中美日汽车经销商单店收入构成对比

图表6汽车4S店各部门盈利比例

图表7 2020年中国排名前20位汽车经销商

图表8 2016-2020年汽车销量及增长情况

图表9 2020年中国销量前十车企

图表10 2016-2020年汽车月度销售变动趋势预测分析

图表11 1.6升及以下乘用车月度销售状况分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/693196.html>