

2015-2020年中国汽车经销市场发展现状及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国汽车经销市场发展现状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.huaon.com/detail/170407.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

第一章 汽车经销及汽车后市场

1.1发展历程

1.2 汽车经销模式

1.2.1 汽车经销渠道

1.2.2 经销渠道模式

1.2.3 进口汽车经销模式

1.3 汽车后市场

1.3.1市场现状

1.3.2 主要渠道

1.4 发展趋势

第二章 中国新车销售市场

2.1 汽车市场

2.1.1 产销量

2.1.2 进口情况

2.2 乘用车

2.2.1 整体市场销量

2.2.2 细分市场（按车型）

2.2.3 进口情况

2.2.4 豪华及超豪华乘用车

2.3 商用车

2.3.1 整体市场销量

2.3.2 细分市场销量

2.3.3 进口情况

2.4 价格趋势

2.4.1 整体价格

2.4.2 乘用车价格

第三章 中国二手车市场

3.1市场现状

3.2 经销模式

3.3 交易量

3.3.1 整体市场

3.3.2 细分市场

3.3.3 区域市场

3.3.4 交易结构

3.4 交易额

3.4.1 整体市场

3.4.2 细分市场

3.5 发展前景

第四章 中国汽车经销商概况及竞争格局

4.1 市场现状

4.2 经销模式

4.2.1 乘用车经销模式

4.2.2 商用车经销模式

4.3 盈利模式

4.4 竞争格局

4.4.1 百强企业经营特点

4.4.2 企业竞争

4.4.3 区域竞争

第五章 中国汽车后市场

5.1 汽车后市场

5.1.1 概况

5.1.2 发展前景

5.2 汽车用品市场

5.2.1 市场现状

5.2.2 市场规模

5.3 汽车维修

5.3.1 经营模式

5.3.2 汽车经销商维修业务竞争力

5.3.3 市场需求

5.4 汽车消费信贷

5.5 融资租赁

5.6 汽车保险

第六章 中国主要汽车经销商分析

6.1 庞大集团

6.1.1 公司简介

6.1.2 经营模式及盈利模式

6.1.3 经营业绩

6.1.4 营收构成

6.1.5 毛利构成及毛利率

6.1.6 经销网络及汽车销量

6.1.7 业绩预测

6.2 国机汽车

6.2.1 公司简介

6.2.2 经营业绩

6.2.3 营收构成

6.2.4 毛利构成及毛利率

6.2.5 进口车业务

6.2.6 业绩预测

6.3 中升控股

6.3.1 公司简介

6.3.2 经营业绩

6.3.3 营收构成

6.3.4 毛利构成及毛利率

6.3.5 经销网络及汽车销量

6.3.6 业绩预测

6.4 大昌行集团

6.4.1 公司简介

6.4.2 经营业绩

6.4.3 营收构成

6.4.4 毛利及毛利率

6.4.5 经销网络及汽车销量

6.4.6 业绩预测

6.5 物产中大

6.5.1 公司简介

6.5.2 经营业绩

6.5.3 营收构成

6.5.4 毛利构成及毛利率

6.5.5 经销网络及汽车销量

6.5.6 业绩预测

6.6 正通汽车

6.6.1 公司简介

6.6.2 经营业绩

6.6.3 营收构成

6.6.4 毛利构成及毛利率

6.6.5 经销网络及汽车销量

6.6.6 业绩预测

6.7 宝信汽车

6.7.1 公司简介

6.7.2 经营业绩

6.7.3 营收构成

6.7.4 毛利构成及毛利率

6.7.5 经销网络及汽车销量

6.7.6 业绩预测

6.8 永达汽车

6.8.1 公司简介

6.8.2 经营业绩

6.8.3 营收构成

6.8.4 毛利构成及毛利率

6.8.5 经销网络及汽车销量

6.8.6 业绩预测

6.9 大东方

6.9.1 公司简介

6.9.2 经营业绩

6.9.3 营收构成

6.9.4 毛利构成及毛利率

6.9.5 业绩预测

6.10 联拓集团

6.10.1 公司简介

6.10.2 经营业绩

6.10.3 营收构成

6.10.4 毛利构成及毛利率

6.11 亚夏汽车

6.11.1 公司简介

6.11.2 经营业绩

6.11.3 营收构成

6.11.4 毛利构成及毛利率

6.11.5 经销网络

6.11.6 业绩预测

第七章 总结和2015-2020年预测

7.1 汽车销量对比

7.1.1 乘用车和商用车

7.1.2 新车和二手车

7.2 企业经营情况对比

7.2.1 营业收入

7.2.2 净利润

7.2.3 营收构成

7.2.4 毛利构成

7.2.5 毛利率

7.2.6 经销网络

7.2.7 汽车销量

图表目录：

图：中国汽车经销发展历程

图：中国汽车经销主要方式

表：中国各类汽车经销模式特点对比

图：进口与国产汽车经营模式对比

图：汽车后市场细分行业

图：2009-2014年中国汽车产量及同比增长

图：2009-2014年中国汽车销量及同比增长

图：2009-2014年中国汽车销量构成

图：2009-2014年中国汽车进口量及同比增长

图：2009-2014年中国汽车进口额及同比增长

图：2009-2014年中国汽车进口单价及同比增长

图：2009-2014年中国汽车进口量构成

图：2009-2014年中国汽车进口额构成

图：2009-2014年中国乘用车销量及同比增长

图：2009-2014年中国乘用车市场各品牌销量份额

表：2009-2014年中国乘用车销量Top10生产商

图：2009-2014年中国乘用车细分产品销量份额

图：2009-2014年中国基本型乘用车销量及同比增长

图：2009-2014年中国运动型多用途车（SUV）销量及同比增长

图：2009-2014年中国多功能乘用车（MPV）销量及同比增长

图：2009-2014年中国交叉型乘用车销量及同比增长

图：2009-2014年中国乘用车进口量及同比增长

图：2009-2014年中国乘用车进口额及同比增长

图：2009-2014年中国轿车进口量及进口额

图：2009-2014年中国四驱越野车进口量及进口额

图：2009-2014年中国轿车及四驱越野车进口量份额

表：2014年中国乘用车进口额Top10来源地（分国家）及其市场份额

表：2014年中国乘用车进口额Top10目的地（分省市）及其市场份额

图：2009-2014年豪华及超豪华乘用车在华销量及同比增长

表：2014年豪华乘用车在华销量及同比增长（分品牌）

表：2014年超豪华乘用车在华销量及同比增长（分品牌）

图：2009-2014年中国商用车销量及同比增长

图：2009-2014年中国商用车细分产品销量份额

图：2009-2014年中国货车销量及同比增长

图：2009-2014年中国货车细分市场销量占比

图：2009-2014年中国客车销量及同比增长

图：2009-2014年中国客车细分市场销量占比

图：2009-2014年中国商用车进口量及同比增长

图：2009-2014年中国商用车进口额及同比增长

图：2009-2014年中国商用车进口单价及同比增长

图：2011-2014年中国汽车价格变化趋势（分月）

图：2011-2014年中国AO0级、AO级及A级轿车价格变化趋势（分月）

图：2011-2014年中国B级和C级轿车价格变化趋势（分月）

图：2011-2014年中国MPV和SUV价格变化趋势（分月）

图：二手车市场发展阶段

图：中国二手车主要交易模式

表：主要国家二手车交易模式

图：2009-2014年中国二手车交易量及同比增长

表：2009-2014年中国二手车各车型交易量占比

表：2009-2014年中国二手车交易量（分区域和省市）

表：2009-2014年中国各区域和省市二手车交易量占比

图：2009-2014年中国二手车市场直接交易量和委托交易量各自占比

图：2009-2014年中国二手车市场本地交易量和异地转籍交易量各自占比

图：2009-2014年中国二手车市场私家车交易量和公车交易量各自占比

图：2009-2014年中国二手车市场国产车交易量和进口车交易量各自占比

图：2009-2014年中国二手车市场不同使用年限的汽车交易量各自占比

图：2009-2014年中国二手车交易额及同比增长

图：2009-2014年中国二手车平均交易价格及同比增长

表：2011-2014年中国二手车市场各车型交易额及平均交易价格

图：2009-2014年中国二手车销量与新车销量比例

图：2009-2014年中国汽车保有量及同比增长

图：2009-2014年中国二手车销量与汽车保有量比例

图：2014-2014年中国二手车交易量及同比增长

图：2009-2014年中国汽车4S店数量

图：中国乘用车4S店建设流程

图：汽车4S 店建设成本构成

图：中国汽车经销服务范围

图：中国经销商新车销售业务盈利模式

表：经销商各类型汽车盈利能力对比

图：2010-2014年中国经销商百强企业总收入及同比增长

图：2013年中国和美国汽车经销商收入构成

图：2013年中国和美国汽车经销商利润构成

图：2009-2014年美国汽车经销商收入及净利润

图：2009-2014年美国汽车经销商收入构成

图：2009-2014年美国汽车经销商毛利率及净利率

图：2002-2013年美国汽车经销商净利润构成

表：2009-2013年中国营业额Top10汽车经销商

表：2013年中国营业额Top20的汽车经销商汽车销量、市场份额及销售单价

表：中国主要汽车经销商4S店布局区域特点

图：中国汽车售后服务盈利模式

图：2010-2014年中国汽车用品市场规模及同比增长

表：2013-2014年中国汽车用品细分市场规模及市场份额

图：2013-2014年中国汽车用品市场规模（分区域）

表：中国汽车维修经营模式

表：汽车部分零部件更新周期

图：2008-2013年中国汽车消费信贷市场规模及同比增长

图：2014年全球主要国家汽车消费信贷渗透率

表：2014年主要汽车品牌信贷渗透率

表：开展融资租赁业务的主要汽车厂商及经销商

图：2008-2013年中国机动车保费收入及同比增长

表：2008-2013年中国主要机动车险公司保费收入

图：庞大集团4S店汽车采购模式

图：庞大集团4S店汽车销售模式

图：庞大集团4S店盈利模式

图：2009-2014年庞大集团营业收入及同比增长

图：2009-2014年庞大集团净利润及同比增长

图：2009-2014年庞大集团净利率

图：2009-2014年庞大集团营收构成（分业务）

图：2009-2014年庞大集团汽车销售构成（分产品）

图：2009-2014年庞大集团毛利构成（分业务）

表：2009-2014年庞大集团毛利率（分业务）

表：2009-2014年庞大集团汽车销售业务毛利率（分产品）

表：2010-2014年庞大集团汽车销售网点、4S店及汽车市场数量

图：2009-2014年庞大集团汽车销量及同比增长

图：2015-2020年庞大集团营业收入及同比增长

图：2009-2014年国机汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年国机汽车净利润及同比增长

图：2009-2014年国机汽车净利率

表：2009-2014年国机汽车营收构成（分业务）

图：2009-2014年国机汽车营收构成（分区域）

表：2009-2014年国机汽车毛利构成（分业务）

表：2009-2014年国机汽车毛利率（分业务）

表：2009-2014年国机汽车毛利率（分区域）

图：2009-2014年国机汽车进口车市场占有率

图：2015-2020年国机汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年中升控股营业收入及同比增长

图：2009-2014年中升控股净利润及同比增长

图：2009-2014年中升控股净利率

图：2009-2014年中升控股营收构成（分业务）

图：2009-2014年中升控股毛利构成（分业务）

图：2009-2014年中升控股毛利率（分业务）

表：2009-2014年中升控股4S店地区分布

图：2009-2014年中升控股新车销量及同比增长

图：2009-2014年大昌行营业收入及同比增长

图：2009-2014年大昌行净利润及同比增长

图：2009-2014年大昌行净利率

图：2009-2014年大昌行营收构成（分业务）

图：2009-2014年大昌行汽车业务收入（分区域）

图：2009-2014年大昌行毛利及同比增长

图：2009-2014年大昌行毛利率及同比增长

图：2009-2014年大昌行中国大陆4S店数量及同比增长

图：2009-2014年大昌行在中国大陆汽车销量及同比增长

图：2015-2020年大昌行营业收入及同比增长

图：2009-2014年物产中大营业收入及同比增长

图：2009-2014年物产中大净利润及同比增长

图：2009-2014年物产中大净利率

图：2011-2014年物产中大营收构成（分业务）

图：2011-2014年物产中大毛利构成（分业务）

图：2011-2014年物产中大毛利率（分业务）

表：2014年物产中大汽车销售网络分布

图：2009-2014年物产中大新车销量及同比增长

图：2009-2014年正通汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年正通汽车净利润及同比增长

图：2009-2014年正通汽车净利率

图：2009-2014年正通汽车营收构成（分业务）

图：2009-2014年正通汽车毛利构成（分业务）

图：2009-2014年正通汽车毛利率（分业务）

图：2009-2014年正通汽车4S店数量及同比增长

表：2014年正通汽车4S店数量（分省市和品牌）

图：2010-2014年正通汽车新车销量

图：2014-2014年正通汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年宝信汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年宝信汽车净利润及同比增长

图：2009-2014年宝信汽车净利率

图：2009-2014年宝信汽车营收构成（分业务）

图：2009-2014年宝信汽车毛利构成（分业务）

图：2009-2014年宝信汽车毛利率（分业务）

表：2014年宝信汽车经销门店数量（分品牌）

图：2009-2014年宝信汽车汽车销量（分品牌）

图：2015-2020年宝信汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年永达汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年永达汽车净利润及同比增长

图：2009-2014年永达汽车净利率及同比增长

图：2009-2014年永达汽车营收构成（分业务）

图：2009-2014年永达汽车毛利构成（分业务）

图：2009-2014年永达汽车毛利率（分业务）

图：2009-2014年永达汽车网点数量及同比增长

图：2009-2014年永达汽车乘用车销量及同比增长

图：2015-2020年永达汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年大东方营业收入及同比增长

图：2009-2014年大东方净利润及同比增长

图：2009-2014年大东方净利率

图：2009-2014年大东方营收构成（分业务）

图：2009-2014年大东方汽车业务营业收入及同比增长

图：2009-2014年大东方毛利构成（分业务）

表：2009-2014年大东方毛利率（分业务）

图：2015-2020年大东方汽车业务营业收入及同比增长

图：2009-2014年联拓集团营业收入及同比增长

图：2009-2014年联拓集团净利润及同比增长

图：2009-2014年联拓集团净利率

表：2009-2014年联拓集团营收构成（分业务）

表：2010-2014年联拓集团营收构成（分汽车品牌）

图：2008-2013年联拓集团毛利构成（分业务）

图：2008-2013年联拓集团毛利率（分业务）

表：2010-2013年联拓集团各汽车品牌销量、毛利率及销售单价

图：2009-2014年亚夏汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年亚夏汽车净利润及同比增长

图：2009-2014年亚夏汽车净利率

图：2009-2014年亚夏汽车营收构成（分业务）

表：2011-2014年亚夏汽车营收构成（分区域）

图：2009-2014年亚夏汽车毛利构成

图：2009-2014年亚夏汽车毛利率（分业务）

图：2009-2014年亚夏汽车4S店数量及同比增长

图：2009-2014年亚夏汽车汽车销量及同比增长

图：2015-2020年亚夏汽车营业收入及同比增长

图：2009-2014年中国乘用车和商用车销量对比

图：2009-2014年中国乘用车和商用车销量增速对比

图：2009-2014年中国新车和二手车销量对比

图：2009-2014年中国新车和二手车销量增速对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司营业收入对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司营业收入增速对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司净利润对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司净利润增速对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司净利率对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车销售业务收入占比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车后服务业务收入占比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车销售业务对毛利贡献

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车后服务业务对毛利贡献

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司综合毛利率对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车销售业务毛利率对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车后服务业务毛利率对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司4S店数量对比

表：2009-2014年中国汽车经销行业上市公司汽车销量对比

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/170407.html>