

2020-2025年中国汽车经销商行业市场调研分析及 投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国汽车经销商行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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/494560.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

传统的汽车4S店包括整车销售（Sale）、售后服务（Service）、零配件（Spare part）和信息反馈（Survey）的功能。汽车4S店就是汽车厂家为了满足客户在服务方面的需求而推出的一种业务模式，其核心含义是“汽车终身服务解决方案”。

尽管近年来新兴汽车电商和新零售平台声音响亮，但目前消费者购车渠道依然以4S店为主，据调查数据显示，87%的受访者以4S店作为首选的购车渠道。

消费者主要考虑的购车渠道

经销商盈利能力与汽车市场周期相关性高，2015年起随着汽车行业好转，经销商盈利能力改善，2018年开始又随之下滑。单车毛利率下滑，主要由于整车行业竞争加剧，主机厂下调指导价，压缩经销商的盈利空间。

尽管2018年中国汽车销量出现下滑，但百强经销商整车销售数据依然保持着增长，全年销量增至896万台，同比增长5.7%；但受主机厂下调指导价的影响，经销商毛利润下滑，销售额降至16339亿元，较上年减少81亿元。

2014-2018年中国百强经销商整车销售数量

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 汽车经销商产品特性

第一节 产品分类

第二节 产品发展社会背景

第三节 产品原理

第四节 产业链概述

一、产业链模型介绍

二、汽车经销商产业链模型分析

第二章 汽车经销商市场分析

第一节 国际汽车经销商市场发展总体概况

一、国际现状分析

二、主要国家和地区状况分析

三、国际发展趋势预测

四、2015-2019年国际汽车经销商发展概况

第二节 我国汽车经销商市场的发展情况分析

一、我国汽车经销商市场发展基本状况分析

二、汽车经销商市场的总体现状调研

三、汽车经销商行业发展中存在的问题

四、2015-2019年我国汽车经销商行业发展回顾

第三章 汽车经销商行业所处生命周期

第一节 生命周期

第二节 汽车经销商行业技术变革与产品革新

一.技术变革可能会改变行业竞争格局

二.产品革新能力是竞争力的重要组成部分

第三节 差异化／同质化分析

一.目前市场竞争对产品差异化提出更高要求

二.产品个性化是行业远离战火的武器

三.汽车经销商产品的个性化空间很大

第四节 进入／退出难度分析

一.汽车经销商产品市场进入壁垒

二.可以选择不同方式进入

第四章 中国汽车经销商销售状况分析

第一节 汽车经销商国内营销模式分析

第二节 汽车经销商国内分销商形态分析

第三节 汽车经销商国内销售渠道分析

第四节 汽车经销商行业国际化营销模式分析

第五节 汽车经销商重点销售区域分析

第六节 2015-2019年市场供需现状分析

第七节 2020-2025年行业发展前景预测分析

第八节 2020-2025年行业投资质战略预测分析

第五章 汽车经销商的生产分析

第一节 行业生产规模及增长速度

第二节 产业地区分布状况分析

第三节 优势企业产品价格策略

第四节 行业生产所面临的几个问题

第五节 未来几年行业产量变化趋势预测分析

第六节 汽车经销商营销策略分析

第七节 汽车经销商行业广告与促销方式分析

一、「H·J 327」主要的广告媒体

二、主要的广告媒体的优/缺点分析

三、主要的广告媒体费用分析

第六章 汽车经销商市场渠道分析

第一节 渠道对行业至关重要

第二节 市场渠道格局

第三节 销售渠道形式

第四节 销售渠道要素对比

第五节 对竞争对手渠道策略的研究

第七章 汽车经销商行业品牌分析

第一节 品牌数量分析

第二节 品牌推广策略分析

第三节 品牌首要认知渠道分析

第四节 消费者对汽车经销商品牌认知度宏观调查

第五节 消费者对汽车经销商品牌偏好调查

第八章 汽车经销商用户分析

第一节 用户认知程度

第二节 用户关注的因素

一、用户对汽车经销商产品不同功能各有需求

二、用户普遍关注汽车经销商产品质量

三、价格与用户心理预期已比较接近

四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离

第九章 中国汽车经销商产品价格分析

第一节 中国汽车经销商历年平均价格回顾

第二节 中国汽车经销商当前市场价格

一、产品市场价格驱动因素分析

二、产品未来价格预测分析

第三节 中国汽车经销商价格影响因素分析

- 一、我国总体经济环境走势分析
- 二、国家宏观调控政策分析
- 三、汽车经销商市场国家宏观发展规划调控影响

第十章 行业运行状况分析

第一节 行业情况背景

- 一、参与调查企业及其分布状况分析
- 二、典型企业介绍

根据发布的2018年中国汽车经销商百强榜显示，广汇汽车服务股份有限公司、中升集团控股有限公司和利星行汽车三家公司分别排名前三，其中广汇汽车服务股份有限公司汽车销量最多，高达110万辆，远高于第二名中升集团的38万辆。

2018年中国汽车经销商百强榜TOP10

第二节 总体效益运行情况分析

- 一、总体销售效益
- 二、2015-2019年汽车经销商所属行业总体盈利能力
- 三、2015-2019年汽车经销商所属行业总体税收能力
- 四、2015-2019年汽车经销商所属行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

- 一、不同地区销售效益状况对比
- 二、不同地区行业盈利能力状况对比
- 三、不同地区行业税收能力状况对比
- 四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

- 一、行业不同类型销售效益状况对比
- 二、不同类型盈利能力状况对比
- 三、不同类型税收能力状况对比
- 四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

- 一、行业不同规模销售效益状况对比
- 二、不同规模盈利能力状况对比
- 三、不同规模税收能力状况对比
- 四、不同规模产值状况对比

第十一章 汽车经销商国内重点生产厂家分析

第一节 汽车经销商重点公司介绍

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

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析

第九节 亚夏汽车

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析

第十节 漳州发展

- 一、公司简介
- 二、经营状况分析

第十二章 2020-2025年汽车经销商行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前汽车经销商存在的问题

第二节 汽车经销商未来发展预测分析

一、中国汽车经销商发展方向分析

二、2020-2025年中国汽车经销商行业发展规模

三、2020-2025年中国汽车经销商行业投资发展趋势预测分析

第三节 2020-2025年中国汽车经销商行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入退出风险

第十三章 行业项目投资建议

第一节 汽车经销商技术应用注意事项

第二节 项目投资注意事项

第三节 汽车经销商生产开发注意事项

第四节 汽车经销商销售注意事项

第十四章 2020-2025年中国汽车经销商行业发展预测分析

第一节 2020-2025年国内汽车经销商产业宏观预测分析

一、2020-2025年我国汽车经销商行业宏观预测分析

1、2015-2019年中国固定资产投资预测分析

2、2015-2019年中国国际贸易预测分析

二、2020-2025年汽车经销商工业发展展望

三、2020-2025年汽车经销商业发展状况预测分析

第二节 2020-2025年中国汽车经销商市场趋势预测

一、2015-2019年汽车经销商市场趋势总结

二、2020-2025年汽车经销商企业资本结构发展趋势预测

1、汽车经销商企业国内资本市场的运作建议

2、汽车经销商企业海外资本市场的运作建议

三、2020-2025年汽车经销商市场发展空间

四、2020-2025年汽车经销商市场战略

1、战略综合规划

- 2、技术开发战略
- 3、区域战略规划
- 4、产业战略规划
- 5、营销品牌战略
- 6、竞争战略规划

第十五章 汽车经销商行业投资风险预警

第一节 影响汽车经销商行业发展的主要因素

- 一、2015-2019年影响汽车经销商行业运行的有利因素
- 二、2015-2019年影响汽车经销商行业运行的稳定因素
- 三、2015-2019年影响汽车经销商行业运行的不利因素
- 四、2015-2019年我国汽车经销商行业发展面临的挑战
- 五、2015-2019年我国汽车经销商行业发展面临的机遇

第二节 汽车经销商行业投资风险预警（AK LR）

- 一、2020-2025年汽车经销商行业市场风险及应对措施
- 二、2020-2025年汽车经销商行业政策风险及应对措施
- 三、2020-2025年汽车经销商行业经营风险及应对措施
- 四、2020-2025年汽车经销商同业竞争风险及应对措施
- 五、2020-2025年汽车经销商行业其他风险及应对措施

图表目录：

图表 我国汽车经销商行业所处生命周期示意图

图表 行业生命周期、战略及其特征

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业市场规模变化

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业销售收入变化

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业销售投资收益率变化

图表 中国主要营销模式结构图

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业潜在需求量变化

图表 2019年中国各种经销模式市场份额对比图

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业市场容量变化

图表 2015-2019年中国汽车经销商供给量变化

图表 2015-2019年中国汽车经销商供需平衡分析

图表 2015-2019年中国汽车经销商市场供需分析

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业产销分析

图表 2015-2019年中国汽车经销商行业利润率变化

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/494560.html>