



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国汽车4S店市场运行态势及投资策略报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国汽车4S店市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/246859.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 汽车4S店的基本概述

#### 第一节 4S意义阐述

- 一、Sale（整车销售）
- 二、Sparepart（零配件）
- 三、Service（售后服务）
- 四、Survey（信息反馈）

#### 第二节 汽车4S店的发展历程

#### 第三节 汽车4S店优势解析

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

### 第二章 2014年中国汽车4S店的经营环境分析

#### 第一节 2014年中国反垄断法的实施的优势分析

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

#### 第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

#### 第三节 2014年中国汽车4S店行业政策环境分析

- 一、《汽车产业调整和振兴规划》
- 二、汽车服务细分行业管理体制

- 三、2013-2014年汽车补贴优惠政策
- 四、2014年节能与新能源汽车发展相关政策
- 五、2014年中国制定车船税法
- 六、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁
- 七、2014年中国汽车行业政策环境综述
- 第四节 2014年中国汽车4S店社会环境分析
  - 一、人口环境分析
  - 二、教育环境分析
  - 三、科技环境分析
  - 四、生态环境分析
  - 五、消费环境分析

### 第三章 2014年中国汽车市场运行动态分析

#### 第一节 中国汽车制造业主要数据监测分析

- 一、2014年中国汽车制造行业发展概况
- 二、2014年中国汽车制造业规模分析
- 三、2014年中国汽车制造业结构分析
- 四、2004-2014年中国汽车制造业产值分析
- 五、2004-2014年中国汽车制造业成本费用分析
- 六、2004-2014年中国汽车制造业盈利能力分析

#### 第二节 2013-2014年中国汽车产量统计分析

- 一、2013-2014年全国汽车产量分析
- 二、2014年全国及主要省份汽车产量分析
- 三、2014年汽车产量集中度分析

#### 第三节 2014年中国部分汽车销售情况分析

- 一、2014年中国汽车产业总体产销情况
- 二、2014年中国轿车市场销售情况
- 三、2014年中国轿车品牌销量分析
- 四、2014年中国六大地区客车销售状况
- 五、2014年中高档城市SUV增长迅速

#### 第四节 2013-2014年中国汽车市场价格变化分析

- 一、2013年中国汽车市场价格走势分析

- 二、2013年中国汽车市场价格变化浅析
- 三、2014年国内汽车市场价格变化分析
- 四、2014年中国汽车市场价格预测分析
- 第五节 2014年中国汽车零售业发展概况
  - 一、中国汽车零售渠道发展阶段
  - 二、中国汽车零售渠道模式分析
  - 三、中国汽车零售渠道的新变化
  - 四、厂商与零售商集团关系变化
  - 五、中国汽车零售市场现状与趋势

#### 第四章 2014年中国汽车4S店的经营现状分析

##### 第一节 2014年中国汽车4S店的经营模式

- 一、横向发展的多品牌经营模式
- 二、纵向发展的单品牌的经营模式

##### 第二节 2014年中国汽车4S店的行业状况分析

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

##### 第三节 2014年中国汽车4S店经营状况分析

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

##### 第四节 2014年中国汽车4S店销售与消费情况分析

- 一、整车的销售状况分析
- 二、汽车用品销售额分析
- 三、汽车用品伴随整车销售情况
- 四、汽车用品的消费额分析
- 五、汽车用品消费类别分析

## 第五节 2014年中国汽车4S店汽车用品采购状况

- 一、汽车用品采购体系
- 二、汽车用品结算体系
- 三、供应商选择和产品采购标准
- 四、汽车用品经营满意度调查
- 五、汽车用品经营障碍调查

## 第六节 中国汽车4S店经营趋势分析

- 一、产品新颖性质优利高将成为关注因素
- 二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎
- 三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径
- 四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎

## 第五章 2014年国内外汽车4S店营销模式对比分析

### 第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴

- 一、美国汽车营销模式分析
- 二、英国汽车营销模式分析
- 三、日本汽车营销模式分析
- 四、德国汽车营销模式分析

### 第二节 中国汽车4S店营销模式分析

- 一、汽车品牌专卖店
- 二、汽车交易市场
- 三、汽车工业园
- 四、汽车连锁销售业
- 五、电子商务模式

## 第六章 2014年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析

### 第一节 2014年中国汽车售后服务现状

- 一、汽车售后服务概述
- 一、汽车售后服务成新竞争模式
- 三、汽车售后服务现状分析

### 第二节 中国4S店售后服务营销策略分析

- 一、实施客户满意战略

二、实施服务差异化策略

三、实施适时扩张策略

### 第三节 中国4S店客户满意战略分析

一、实施内部整合营销策略

二、实施客户关系管理策略

三、实施服务流程优化策略

四、实施优秀服务品质策略

## 第七章 2014年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析

### 第一节 汽车4S店整体市场分析

一、利润

二、选址

三、品牌

四、服务

### 第二节 2014年中国汽车4S店市场竞争状况分析

一、与二手车市场的竞争状况分析

二、与汽车大卖场的竞争状况分析

三、4S店之间的竞争状况分析

### 第三节 2014年中国汽车4S店SWOT分析

一、中国汽车4S店总体SWOT分析

二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析

三、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT分析

四、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析

## 第八章 2014年中国汽车4S店竞争力经营策略

### 第一节 汽车销售模式异化

一、4S + 2S模式

二、汽车大卖场内设点 + 4S店

三、"汽车大道"上的4S店

### 第二节 整体行销制胜

### 第三节 建立公司的门户网站

### 第四节 转变经营重心销售与售后并举

## 第五节 提升整体服务水平

## 第六节 建立企业人才储备

## 第七节 打造优质服务品牌

## 第八节 实行客户CRM系统管理

# 第九章 2013-2014年北京现代汽车4S店服务营销研究

## 第一节 2013-2014年北京现代汽车4S店运行综述

### 一、2014年北京汽车4S店广东省扩张计划

### 二、2014年北京限购政策影响4S店

### 三、北京汽车4S店售后服务用户满意企业

## 第二节 2014年北京现代汽车4S店战略分析

### 一、品牌根据地

### 二、以知识管理促创新

### 三、服务创新带来高客户满意度

## 第三节 2014年北京现代三四线城市发展策略

### 一、产品差异化

### 二、渠道差异化

## 第四节 北京现代汽车4S店服务营销策略的实施

### 一、服务品质策略

### 二、服务价格策略

### 三、服务形象策略

### 四、服务管理策略

## 第五节 北京现代汽车4S店服务营销策略的改进

### 一、北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势

### 二、提高员工满意度的策略

### 三、降低零配件价格

### 四、服务流程的优化

# 第十章 2014年东风日产4S店发展战略分析

## 第一节 2014年中国东风日产4S店动态分析

### 一、东风日产北京4S店达26家

### 二、2014年东风日产销售目标分析



三、2014年东风日产产品销量分析

四、2014年东风日产销量目标及措施

第二节 东风日产4S店的盈利模式分析

一、东风日产4S店盈利模式

二、东风日产4S店盈利特点

第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析

一、东风日产4S店顾客盈利性分析

二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析

三、东风日产4S店的顾客层次分析

第四节 东风日产4S店发展实施策略

一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义

二、从品牌资产到顾客资产的战略转换

第十一章 2014年广州本田4S店的经营之道解析

第一节 四位一体的品牌专营销售

第二节 广州本田的售后服务理念

一、基本理念

二、特约店销售服务的运营方针

第三节 双赢才会长久

一、选择经销商

二、投资回报"钱"景美好

三、广州本田品牌--值得打造

四、管理培训--利益挂钩

第四节 广州本田选择经销商原则

一、必须有资金的保障

二、经销商资产结构应比较紧密和合理

三、必须有合法的经营场地和场所

四、要有先进的服务理念

第十二章 2014年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析

第一节 2014年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析

一、规划布局不合理带来恶性竞争

- 二、硬件良好软件水准有待提高
- 三、运营成本过高销售利润偏低
- 四、依赖汽车品牌缺乏自身品牌
- 五、收入渠道狭窄亟待拓宽业务范围
- 六、营销队伍专业化程度较低

## 第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析

- 一、合理布局开创多样化营销模式
- 二、提升管理理念加强经营管理
- 三、打造自身服务品牌和形象
- 四、转变经营观念谋求长期发展
- 五、行业整合和联盟化集团化道路
- 六、发挥政府调控作用促进企业发展

## 第十三章 2015-2020年中国汽车4S店产业投资战略研究

### 第一节 2015-2020年中国汽车4S店行业投资概况

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

### 第二节 2015-2020年中国汽车4S店投资机会分析

- 一、汽车4S店投资热点
- 二、汽车4S店投资吸引力分析

### 第三节 2015-2020年中国汽车4S店投资风险及防范

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

### 第四节 投资建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/246859.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。