



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国汽车经销市场发展现状及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国汽车经销市场发展现状及投资战略研究报告》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/260433.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.icandata.com/view/260433.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）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专业提供投资咨询报告、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。