



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国汽车4S店市 场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国汽车4S店市场分析及投资策略研究报告》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/276609.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

4S店是集汽车销售、维修、配件和信息服务为一体的销售店。4S店是一种以"四位一体"为核心的汽车特许经营模式，包括整车销售（Sale）、零配件（Sparepart）、售后服务（Service）、信息反馈（Survey）等。它拥有统一的外观形象，统一的标识，统一的管理标准，只经营单一的品牌的特点。汽车4S店是一种个性突出的有形市场，具有渠道一致性和统一的文化理念，4S店在提升汽车品牌、汽车生产企业形象上的优势是显而易见的。

4S店是1998年以后才逐步由欧洲传入中国的。由于它与各个厂家之间建立了紧密的产销关系，具有购物环境优美、品牌意识强等优势，一度被国内诸多厂家效仿。4S店一般采取一个品牌在一个地区分布一个或相对等距离的几个专卖店，按照生产厂家的统一店内外设计要求建造，投资巨大，动辄上千万，甚至几千万，豪华气派。

4S店是集汽车销售、维修、配件和信息服务为一体的销售店，一家投资2500万元左右建立起来的4S店在5-10年之内都不会落后。在中国，4S店还有很长一段路要走。4S店模式这几年在国内发展极为迅速。汽车行业的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。4S店的核心含义是"汽车终身服务解决方案"。

2014年汽车产销量超过2300万辆，创全球历史新高，连续六年领跑全球。汽车产销双双超过2300万辆，分别是2372.29万辆和2349.19万辆，同比增长7.26%和6.86%，增幅与上年相比较有所回落。但值得注意的是，2014年12月，汽车产销环比和同比均呈一定增长，月度产销量均创历史新高。2009-2014年汽车产销量数据统计（单位：万辆）

年份	产量	销量
2009年	1379.10	1364.48
2010年	1826.47	1806.19
2011年	1841.89	1850.51
2012年	1927.18	1930.64
2013年	2211.68	2198.41
2014年	2372.29	2349.19

数据来源：艾凯咨询网整理

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。

报告揭示了汽车4S店行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国汽车4S店做了重点企业经营状况分析，并分析了中国汽车4S店行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 汽车4S店的基本概述1

第一节 4S意义阐述1

- 一、Sale（整车销售）1
- 二、Sparepart（零配件）1
- 三、Service（售后服务）1
- 四、Survey（信息反馈）1

第二节 汽车4S店的发展历程1

第三节 汽车4S店优势解析2

- 一、信誉度方面2
- 二、专业方面2
- 三、售后服务保障方面3
- 四、人性化方面3

第二章 2015年中国汽车4S店的经营环境分析4

第一节 2015年中国反垄断法的实施的优势分析4

- 一、4S店将有更大优惠幅度的权利4
- 二、4S店将引进副厂件来增强竞争力4
- 三、4S店异地售车成为可能4
- 四、4S店将不再局限于只经营个别品牌困局5
- 五、4S店将逐步改变其与厂家的"从属"地位5
- 六、4S店将不再是"千篇一律"5
- 七、4S的优胜劣汰主推大型汽车经销商集团出现5
- 八、汽车4S店功能将发生变化6

第二节 中国宏观经济环境分析6

- 一、GDP历史变动轨迹分析6
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析13
- 三、2016年中国宏观经济发展预测分析16

第三节 2014-2015年中国汽车4S店行业政策环境分析23

- 一、《汽车产业调整和振兴规划》23
- 二、汽车服务细分行业管理体制24
- 三、2014-2015年汽车补贴优惠政策26
- 四、2015年节能与新能源汽车发展相关政策29

五、2012年中国制定车船税法38
六、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁39
七、2015年中国汽车行业政策环境综述39
第四节 2015年中国汽车4S店社会环境分析41
一、人口环境分析41
二、教育环境分析42
三、科技环境分析46
四、生态环境分析50
五、消费环境分析51
第三章 2015年中国汽车市场运行动态分析56
第一节 中国汽车制造业主要数据监测分析56
一、2015年中国汽车制造行业发展概况56
二、2015年中国汽车制造业规模分析65
三、2015年中国汽车制造业结构分析66
四、2007-2015年中国汽车制造业产值分析68
五、2007-2015年中国汽车制造业成本费用分析69
六、2007-2015年中国汽车制造业盈利能力分析70
第二节 2007-2015年中国汽车产量统计分析71
一、2007-2015年全国汽车产量分析71
二、2015年全国及主要省份汽车产量分析71
三、2015年汽车产量集中度分析73
第三节 2015年中国部分汽车销售情况分析74
一、2015年上半年中国汽车产业总体产销情况74
二、2015年上半年中国轿车市场销售情况75
三、2015年上半年中国轿车品牌销量分析76
四、2015年上半年中国六大地区客车销售状况77
五、2013年中高档城市SUV增长迅速77
第四节 2011-2015年中国汽车市场价格变化分析80
一、2011年中国汽车市场价格走势分析80
二、2012年中国汽车市场价格变化浅析81
三、2013年国内汽车市场价格变化分析82

四、2014年中国汽车市场价格分析82

第五节 2015年中国汽车零售业发展概况83

一、中国汽车零售渠道发展阶段83

二、中国汽车零售渠道模式分析84

三、中国汽车零售渠道的新变化86

四、厂商与零售商集团关系变化87

五、中国汽车零售市场现状与趋势88

第四章 2015年中国汽车4S店的经营现状分析89

第一节 2015年中国汽车4S店的经营模式89

一、横向发展的多品牌经营模式89

二、纵向发展的单品牌的经营模式89

第二节 2015年中国汽车4S店的行业状况分析89

一、30家汽车4S专营店落户天津汽贸街89

二、产权式品牌汽车4S店聚集区亮相昆明89

三、佛山汽车4S店数激增91

四、比亚迪抛出新型营销模式"移动4S店"93

五、汽车4S店变革经销方式扩大利润空间95

第三节 2015年中国汽车4S店经营状况分析96

一、4S轿车专卖店流程96

二、中国汽车4S店数量分析99

三、中国汽车4S店经营规模100

四、中国汽车4S店经营形态101

五、中国汽车4S店利润构成105

第四节 2015年中国汽车4S店销售与消费情况分析105

一、整车的销售状况分析105

二、汽车用品销售额分析107

三、汽车用品伴随整车销售情况108

四、汽车用品的消费额分析108

五、汽车用品消费类别分析109

第五节 2015年中国汽车4S店汽车用品采购状况109

一、汽车用品采购体系109

- 二、汽车用品结算体系110
- 三、供应商选择和产品采购标准112
- 四、汽车用品经营满意度调查113
- 五、汽车用品经营障碍调查114
- 第六节 中国汽车4S店经营趋势分析115
 - 一、产品新颖性质优利高将成为关注因素115
 - 二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎116
 - 三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径116
 - 四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎118

第五章 2015年国内外汽车4S店营销模式对比分析120

第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴120

- 一、美国汽车营销模式分析120
- 二、英国汽车营销模式分析122
- 三、日本汽车营销模式分析123
- 四、德国汽车营销模式分析124

第二节 中国汽车4S店营销模式分析124

- 一、汽车品牌专卖店124
- 二、汽车交易市场126
- 三、汽车工业园126
- 四、汽车连锁销售业127
- 五、电子商务模式128

第六章 2015年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析131

第一节 2015年中国汽车售后服务现状131

- 一、汽车售后服务概述131
 - 一、汽车售后服务成新竞争模式134
 - 三、汽车售后服务现状分析134

第二节 中国4S店售后服务营销策略分析135

- 一、实施客户满意战略135
- 二、实施服务差异化策略136
- 三、实施适时扩张策略140

第三节 中国4S店客户满意战略分析140

- 一、实施内部整合营销策略140
- 二、实施客户关系管理策略143
- 三、实施服务流程优化策略144
- 四、实施优秀服务品质策略149

第七章 2015年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析151

第一节 汽车4S店整体市场分析151

- 一、利润151
- 二、选址153
- 三、品牌154
- 四、服务155

第二节 2015年中国汽车4S店市场竞争状况分析156

- 一、与二手车市场的竞争状况分析156
- 二、与汽车大卖场的竞争状况分析157
- 三、4S店之间的竞争状况分析159

第三节 2015年中国汽车4S店SWOT分析160

- 一、中国汽车4S店总体SWOT分析160
- 二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析161
- 三、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT分析164
- 四、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析165

第八章 2015年中国汽车4S店竞争力经营策略172

第一节 汽车销售模式异化172

- 一、4S + 2S模式172
- 二、汽车大卖场内设点 + 4S店172
- 三、“汽车大道”上的4S店173

第二节 整体行销制胜173

第三节 建立公司的门户网站173

第四节 转变经营重心销售与售后并举174

第五节 提升整体服务水平174

第六节 建立企业人才储备175

第七节 打造优质服务品牌175

第八节 实行客户CRM系统管理176

第九章 2014-2015年北京现代汽车4S店服务营销研究178

第一节 2014-2015年北京现代汽车4S店运行综述178

一、2012年北京汽车4S店广东省扩张计划178

二、2012年北京限购政策影响4S店178

三、北京汽车4S店售后服务用户满意企业179

第二节 2014年北京现代汽车4S店战略分析180

一、品牌根据地180

二、以知识管理促创新180

三、服务创新带来高客户满意度181

第三节 2014年北京现代三四线城市发展策略182

一、产品差异化182

二、渠道差异化183

第四节 北京现代汽车4S店服务营销策略的实施184

一、服务品质策略184

二、服务价格策略186

三、服务形象策略187

四、服务管理策略189

第五节 北京现代汽车4S店服务营销策略的改进191

一、北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势191

二、提高员工满意度的策略192

三、降低零配件价格194

四、服务流程的优化196

第十章 2015年东风日产4S店发展战略分析200

第一节 2015年中国东风日产4S店动态分析200

一、东风日产北京4S店达26家200

二、2013年东风日产销售目标分析200

三、2012年东风日产产品销量分析201

四、2012年东风日产销量目标及措施201

第二节 东风日产4S店的盈利模式分析202

一、东风日产4S店盈利模式202

二、东风日产4S店盈利特点204

第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析204

一、东风日产4S店顾客盈利性分析204

二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析206

三、东风日产4S店的顾客层次分析208

第四节 东风日产4S店发展实施策略209

一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义209

二、从品牌资产到顾客资产的战略转换210

第十一章 2015年广州本田4S店的经营之道解析212

第一节 四位一体的品牌专营销售212

第二节 广州本田的售后服务理念213

一、基本理念213

二、特约店销售服务的运营方针213

第三节 双赢才会长久214

一、选择经销商214

二、投资回报"钱"景美好215

三、广州本田品牌--值得打造216

四、管理培训--利益挂钩216

第四节 广州本田选择经销商原则217

一、必须有资金的保障217

二、经销商资产结构应比较紧密和合理217

三、必须有合法的经营场地和场所218

四、要有先进的服务理念218

第十二章 2015年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析219

第一节 2015年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析219

一、规划布局不合理带来恶性竞争219

二、硬件良好软件水准有待提高219

三、运营成本过高销售利润偏低220

- 四、依赖汽车品牌缺乏自身品牌220
- 五、收入渠道狭窄亟待拓宽业务范围221
- 六、营销队伍专业化程度较低221
- 第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析221
 - 一、合理布局开创多样化营销模式221
 - 二、提升管理理念加强经营管理222
 - 三、打造自身服务品牌和形象222
 - 四、转变经营观念谋求长期发展223
 - 五、行业整合和联盟化集团化道路223
 - 六、发挥政府调控作用促进企业发展224

第十三章 2016-2022年中国汽车4S店产业投资战略研究225

第一节 2016-2022年中国汽车4S店行业投资概况225

- 一、汽车4S店行业投资特性225
- 二、汽车4S店具有良好的投资价值226
- 三、汽车4S店投资环境利好226

第二节 2016-2022年中国汽车4S店投资机会分析227

- 一、汽车4S店投资热点227
- 二、汽车4S店投资吸引力分析228

第三节 2016-2022年中国汽车4S店投资风险及防范230

- 一、投资回收风险230
- 二、市场机制风险230
- 三、政策风险分析230
- 四、汽车品牌风险230
- 五、竞争风险分析231
- 六、车辆维修风险231
- 七、现金流量风险231
- 八、库存积压风险232

第四节 投资建议232

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：汽车4S店行业产业链

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国汽车4S店行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年汽车4S店行业市场供给
图表：2011-2015年汽车4S店行业市场需求
图表：2011-2015年汽车4S店行业市场规模
图表：汽车4S店所属行业生命周期判断
图表：汽车4S店所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国汽车4S店行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国汽车4S店行业供给预测
图表：2016-2022年中国汽车4S店行业需求预测
图表：2016-2022年中国汽车4S店行业价格指数预测
图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276609.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。