



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国汽车经销商市 场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2023年中国汽车经销商市场需求及投资前景分析报告》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/286515.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

报告目录：

第一章汽车经销商资金链条不容乐观

第一节汽车销量与经销商资金链条关系分析

第二节银行信贷与经销商资金链条关系分析

第三节汽车经销商授信动态分析

一、浅谈汽车经销商授信审查

二、光大银行预警汽车经销商风险

三、首家汽车经销商集团获中信银行综合授信

第二章汽车经销商授信风险的主要来源

第一节授信客体风险

一、汽车经销行业与市场竞争风险

二、汽车经销商的经营与道德风险

三、潜藏第二还款来源风险

第二节授信主体风险

一、操作风险

二、“同业竞争”风险

第三章汽车经销商授信风险防范与控制对策研究

第一节实行严格准入与退出机制

第二节采取复合担保方式规避第二还款来源风险

一、规范库存车辆质押行为

二、以汽车提单作为授信质押物

三、扣留合格证作为促使按时还款的手段

第三节加强授信后期跟踪管理

第四节加强授信业务人员队伍建设

第五节建立银行同业公会通报制度

第四章 中国汽车流通行业分析

第一节中国汽车流通行业综合分析

一、中国汽车流通的发展历程

二、我国汽车流通行业逐渐发展成熟

三、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演

四、中国汽车流通领域业态分析

五、我国汽车流通体制向品牌营销转变

第二节汽车流通的渠道分析

一、我国汽车流通渠道酝酿变局

二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌

三、我国轿车流通渠道分析

四、2016年2季度汽车流通渠道新模式

第二章中国汽车经销业务模式

第一节经销简介

一、经销的特点

二、经销分类

三、经销协议

四、经销方式的利弊

五、经销方式的问题

第二节中国汽车经销发展总况

一、发展历程

二、发展特色

三、中国汽车经销商分布区域特征明显

四、中国各类汽车经销业务发展浅析

第三节经销模式

一、主要营销模式

二、营销模式特点

三、进口汽车经销模式

四、营销渠道发展特点

第五章2016年2季度中国汽车经销商发展分析

第一节2016年2季度中国汽车经销商发展概况

一、中国汽车经销商生存环境

二、中国汽车经销商发展特点

三、中国汽车经销商数据统计

四、中国汽车4S店数量统计及增加情况

第二节2016年2季度中国汽车经销商盈利能力分析

一、利润率

二、盈利结构

第三节市场份额

一、汽车经销商排名

二、汽车经销商市场份额

第四节汽车经销商地域特征

第六章 中国汽车销售分析

第一节中国汽车销售概况

一、中国汽车分网销售分析

二、我国汽车销售业面临多业态转型

三、我国汽车销售市场面临洗牌

四、多家汽车企业变革销售网络促销

五、汽车销售服务新法规的优势分析

第二节2013-2016年2季度汽车销售市场状况

一、2013年我国汽车销售状况

二、2014年全国汽车销量创新高

三、2015年我国汽车销量分析

四、2015年汽车产销分析

四、2016年2季度汽车产销分析

第三节2016年2季度各品牌汽车销售状况

一、宝马

二、奥迪

三、奔驰

四、大众

五、奇瑞

第四节汽车销售模式分析

一、汽车销售4S店集群新模式介绍

二、二、三线城市青睐"超市式巡展"模式

三、汽车销售模式有待变革

四、汽车销售4S店存在的问题分析

五、我国汽车销售必须打破传统模式

五、"总量控制"或将改变汽车销售模式

第五节汽车销售中存在的问题及对策

一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展

二、我国汽车销售价格战原因及对策解析

三、提高汽车销售服务水平的措施

第七章中国新车销售业务现状及前景预测

第一节新车销量特点

一、总销量

二、乘用车销量特点

三、商用车销量特点

第二节新车价格特点

一、整体价格

二、乘用车价格

三、商用车价格

第三节经销模式

一、乘用车经销模式

二、商用车经销模式

第四节经销商经营现状

一、新车销售盈利情况

二、盈利模式

三、建设成本

第八章中国二手车业务现状及前景预测

第一节销售情况

一、销售量

二、主要车型

三、销售价格

第二节经销模式

第三节市场前景预测

一、发展趋势预测

二、市场规模预测

第九章中国主要汽车生产企业经销网络

第一节一汽丰田

第二节广汽本田

第三节东风日产

第四节上海大众

第五节上海通用

第六节长安福特

第十章2016年2季度中国汽车经销商龙头企业分析

第一节庞大集团

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第二节物产中大

一、公司简介

二、经营情况

三、经销网络

第三节中升控股

一、公司简介

二、经营情况

三、经销网络

第四节大昌行集团

一、公司简介

二、经营情况

三、经销网络

第五节正通汽车

一、公司简介

二、经营情况

三、公司扩张

第六节大东方

一、经营情况

二、业务规划

第七节开元汽车

一、公司简介

二、经营情况

第八节联拓集团

第九节亚夏汽车

第十节漳州发展

第十一节特力集团

第十二节G.A.控股

第十一章汽车经销商的融资现状及融资模式

第一节汽车经销商融资现状

一、股权融资

二、汽车销售金融服务网络银行信贷、

第二节汽车经销商融资模式的延伸

一、仓单质押模式

二、买方信贷模式

三、授信融资模式

四、三种融资模式的对比分析

第三节汽车经销商融资最新动态现金池融资

第十二章汽车经销商信贷风险分析

第一节国际突发事件

一、日本地震

二、利比亚地缘政治引发的石油危机

第二节国内相关政策的变动

一、购置税鼓励政策退出

二、部分城市汽车限购

第三节信贷紧缩给汽车经销商带来较大困扰

一、融资成本高企

二、信贷紧缩的痛楚

三、银行信贷规模趋势分析

第四节汽车经销商在产业链中的弱势地位

第五节汽车经销商自身的经营风险分析

第六节汽车经销商授信模式风险分析

一、汽车销售金融服务模式下的汽车合格证质押风险

二、汽车经销商融资延伸模式风险分析

第十三章2017-2023年中国汽车经销商授信风险防控建议(AKWZY)

第一节加强汽车未来销售的走势分析

一、短期内汽车销售情况不容乐观

二、着眼于国内汽车销售市场新动态变化及发展趋势

第二节进行全面风险排查

一、关注经销商的自身情况及应对之策

二、排查范围为经销商项下除低风险以外的全部授信业务

第三节加强风险防范举措

一、实行严格准入与退出机制

二、采取复合担保方式，规避第二还款来源风险

三、加强授信后期跟踪管理，及时调整授信控制总量

四、加强授信业务人员队伍建设，提高业务人员素质

五、建立银行同业公会通报制度

第四节调整授信策略

一、无厂家担保汽车经销商授信政策

二、厂商整体授信模式下授信政策调整

部分图表目录：

图表：中国汽车经销主要方式

图表：中国各类汽车营销模式特点对比

图表：进口与国产汽车经营模式对比

图表：2008-2015年中国汽车4S店数量

图表：2015年中国汽车4S店地区分布

图表：2015年中国主要汽车经销商毛利率对比

图表：中国汽车经销服务范围

图表：中美汽车经销商利润构成对比

图表：2015年中国排名前20位汽车经销商

图表：2015年美国前10名汽车经销商市场份额

图表：2015年中国营业收入排名前10汽车经销商市场份额

图表：2015年中国销量排名前10汽车制造商市场份额

图表：中国主要汽车经销商4S店布局区域特点

图表：2006-2016年2季度中国汽车销量

图表：2006-2016年2季度中国乘用车销量

图表：2006-2016年2季度中国基本型乘用车及SUV占乘用车销量的比重

图表：2006-2016年2季度中国排量1.0-1.6L乘用车占乘用车销量比重

图表：2015年中国各乘用车企业销售目标完成率

图表：2006-2016年2季度中国商用车销量

图表：2006-2016年2季度中国3类型客车销量比重

图表：2006-2016年2季度中国4类型货车销量比重

图表：2007-2016年2季度中国汽车价格指数

图表：2007-2016年2季度中国轿车价格指数

图表：2007-2016年2季度中国货车价格指数

图表：中国乘用车4S店建设流程

图表：经销商各类型汽车盈利能力对比

图表：中国经销商新车销售业务盈利模式

图表：汽车4S店建设成本构成

图表：中、日、韩汽车保有量与新车销量对比

图表：工信部及中汽协2016年中国汽车销量预测

图表：2017-2023年中国新车销量预测

图表：2005-2015年中国中、东、西部地区民用汽车保有量

图表：2005-2015年中国中、东、西部地区民用汽车保有量增长速度

图表：2007-2016年2季度中国二手车销售量

图表：各国二手车与新车销量比例对比

图表：2010-2016年2季度中国二手车成交车型构成

图表：2000-2015年中国二手车平均交易价格

图表：中美二手车保值率对比

图表：中国二手车主要交易模式

图表：主要国家二手车交易模式

图表：2015年中国交易的二手车使用年限分布

图表：中国消费者预期更换车辆年限分布

图表：2017-2023年中国二手车销量预测

图表：中国汽车售后服务盈利模式

图表：中国汽车维修经营模式

图表：汽车部分零部件更新周期

图表：2015年各国汽车贷款比例对比

图表：2001-2015年中国汽车信贷规模

图表：中美汽车经销商提供金融服务对比

图表：2004-2015年中国车险保费收入

图表：中美汽车经销商提供金融服务对比
图表：2015年一汽丰田汽车经销商分布
图表：广汽本田汽车经销商分布
图表：东风日产汽车经销商分布
图表：上海大众汽车经销商分布
图表：上海大众斯柯达汽车经销商分布
图表：上海通用别克汽车经销商分布
图表：上海通用雪佛兰汽车经销商分布
图表：上海通用凯迪拉克汽车经销商分布
图表：2008-2015年庞大集团汽车销量
图表：2008-2015年庞大集团汽车分品牌销量情况
图表：2007-2016年2季度庞大集团主营收入及净利润
图表：2008-2015年庞大集团分业务收入构成
图表：2008-2015年庞大集团新车销售业务收入
图表：2008-2015年庞大集团售后业务收入
图表：2007-2016年2季度萨博在华销量
图表：2006-2016年2季度物产中大主营收入及毛利率
图表：2009-2016年2季度物产中大新车销量
图表：物产元通在浙江各地市销售网点分布

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286515.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。