



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国汽车销售行业市场专项调研及投资前景分析报告

一、调研说明

《2018-2024年中国汽车销售行业市场专项调研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/293558.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

汽车销售（Auto Sales）是消费者支出的重要组成部分，同时能很好地反映出消费者对经济前景的信心。通常，汽车销售情况是我们了解一个国家经济循环强弱情况的第一手资料，早于其他个人消费数据的公布。因此，汽车销售为随后公布的零售额和个人消费支出提供了很好的预示作用，汽车销售额占零售额的 25% 和整个消费总额的 8%。另外，汽车销售还可以作为预示经济衰退和复苏的早期信号。

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1章：中国汽车销售行业运行环境分析

1.1 汽车销售行业的相关概述

1.1.1 汽车销售的概念

1.1.2 汽车销售的流程

1.1.3 汽车销售的步骤

1.1.4 行业在国民经济中的地位

1.2 行业政策环境分析

1.2.1 汽车产业相关政策动向

1.2.2 汽车产业发展规划解读

1.3 行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

（1）国际宏观经济现状

（2）国际宏观经济预测

1.3.2 中国宏观经济环境分析

（1）宏观经济增长反映良好发展环境

（2）工业企业利润增长发展势头良好

（3）企业景气指数趋好预示发展前景

（4）居民收入增加带动汽车消费市场

1.3.3 产业宏观经济环境分析

1.4 行业社会环境分析

1.4.1 城镇化进程发展加快

1.4.2 居民的消费结构升级

1.4.3 "绿色出行"生活方式

1.4.4 城市交通容量发展分析

1.4.5 汽车消费与社会协调分析

1.5 市场消费环境分析

1.5.1 汽车销售市场影响因素分析

1.5.2 中国汽车市场消费特点分析

1.5.3 汽车销售行业集中度分析

1.5.4 汽车销售市场竞争现状

1.5.5 中国国产汽车市场均价分析

第2章：国外汽车销售行业运行及营销模式分析

2.1 国际汽车市场销售情况分析

2.2 国外汽车销售市场分析

2.2.1 北美汽车销售市场分析

(1) 美国

(2) 加拿大

(3) 墨西哥

2.2.2 欧洲汽车销售市场分析

(1) 德国

(2) 法国

(3) 英国

(4) 俄罗斯

(5) 意大利

2.2.3 亚洲汽车销售市场分析

(1) 日本

(2) 韩国

(3) 印度

2.2.4 其他地区汽车销售市场分析

(1) 巴西

(2) 阿根廷

(3) 南非

(4) 澳大利亚

2.3 国外汽车市场营销策略分析

2.3.1 国外汽车企业在华营销现状分析

2.3.2 国际汽车市场主要营销模式分析

2.3.3 国际汽车销售体系的特点分析

2.3.4 国外主要国家汽车营销模式分析

(1) 欧洲汽车市场营销模式分析

(2) 美国汽车市场营销模式分析

(3) 日本汽车市场营销模式分析

(4) 英国汽车市场营销模式

2.3.5 国外汽车营销市场发展趋势分析

2.4 国外汽车4S店营销模式分析

2.4.1 美国汽车4S店营销模式

2.4.2 日本汽车4S店营销模式

2.4.3 德国汽车4S店营销模式

第3章：国际汽车销售在华竞争及销售模式分析

3.1 国际汽车销售企业在华竞争分析

3.1.1 国际主要汽车企业汽车销售分析

(1) 雷诺-日产

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(2) 美国通用汽车公司

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(3) 德国大众汽车集团

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(4) 日本丰田汽车公司

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(5) 日本本田汽车公司

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(6) 标致雪铁龙

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(7) 现代起亚汽车公司

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(8) 菲亚特-克莱斯勒汽车公司

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(9) 伏尔加公司

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(10) 豪车制造商销量情况

1) 劳斯莱斯

2) 宾利

3) 梅赛德斯-奔驰

4) 奥迪

5) 沃尔沃

6) 捷豹路虎

7) 宝马

8) 法拉利

3.1.2 国际汽车销售市场发展趋势分析

3.2 汽车销售企业销售模式案例分析

3.2.1 丰田混合销售模式分析

3.2.2 通用全新经营模式分析

第4章：中国汽车销售市场运行及营销策略分析

4.1 中国汽车销售市场分析

4.1.1 市场规模分析

4.1.2 行业市场分析

（1）乘用车销售市场分析

（2）商用车销售市场分析

4.1.3 汽车保有量及增长情况

4.1.4 汽车市场上牌数量分析

4.2 中国汽车市场营销策略分析

4.2.1 汽车营销市场发展现状分析

4.2.2 汽车营销体系发展历程分析

4.2.3 汽车市场主要营销模式分析

4.2.4 汽车市场分销渠道模式分析

4.2.5 汽车产品市场营销策略分析

（1）时尚营销策略分析

（2）文化营销策略分析

（3）展会营销策略分析

（4）体育营销策略分析

（5）网络营销策略分析

（6）事件营销策略分析

（7）概念营销策略分析

（8）体验营销策略分析

4.2.6 国内汽车企业经销商营销网络建设分析

4.3 中国汽车4S店营销策略分析

4.3.1 中国汽车4S店营销发展概况

（1）汽车4S店概念简要分析

（2）汽车4S店的发展现状分析

（3）汽车4S店的区域分布情况

（4）汽车4S店的售后服务现状

(5) 汽车4S店的经营模式发展

4.3.2 汽车4S店市场竞争分析

(1) 与二手车市场的竞争分析

(2) 与汽车大卖场的竞争分析

(3) 汽车4S店间的竞争分析

4.3.3 汽车4S店的SWOT分析

(1) 汽车4S店的优势分析

(2) 汽车4S店的劣势分析

(3) 汽车4S店的机会分析

(4) 汽车4S店的威胁分析

4.3.4 汽车4S店营销模式的机制创新

4.4 国内汽车市场网络营销模式分析

4.4.1 网络广告

(1) 网络广告投放规模(汽车企业)

(2) 网络广告投放情况(经销商)

(3) 媒体广告投放情况

(4) 网络媒体对汽车网民的影响分析

(5) 经销商网络广告投放趋势分析

4.4.2 汽车网络营销模式分析

4.4.3 汽车网络消费者行为分析

(1) 汽车网民消费不同阶段及媒体影响

(2) 汽车网民对不同网络媒体的看法

(3) 网民购车时主动获取信息的网络渠道

(4) 汽车网民关注信息特点及信赖渠道

4.4.4 企业网络广告投放策略案例分析

(1) 奥迪上市的营销策略

(2) 奇瑞汽车的网络营销

(3) 奔驰Smart的营销策略

4.5 中国汽车营销模式发展趋势分析

4.5.1 汽车市场营销模式的影响因素

4.5.2 国内外汽车营销模式分析

4.5.3 国内汽车营销模式发展对策分析

4.5.4 汽车市场营销渠道发展趋势分析

4.5.5 汽车市场营销模式未来趋势分析

第5章：中国汽车销售细分市场及销售策略分析

5.1 乘用车销售细分市场分析

5.1.1 轿车销售市场分析

(1) 轿车销售规模分析

(2) 轿车市场发展趋势

5.1.2 MPV销售市场分析

(1) MPV销售规模分析

(2) MPV市场发展趋势

5.1.3 SUV销售市场分析

(1) SUV销售规模分析

(2) SUV市场发展趋势

5.1.4 交叉型乘用车销售市场分析

(1) 交叉型乘用车产销规模分析

(2) 交叉型乘用车市场发展趋势

5.2 商用汽车销售细分市场分析

5.2.1 大客销售市场分析

(1) 大客销售规模分析

(2) 大客市场发展趋势

5.2.2 中客销售市场分析

(1) 中客销售规模分析

(2) 中客市场发展趋势

5.2.3 轻客销售市场分析

(1) 轻客销售规模分析

(2) 轻客市场发展趋势

5.2.4 重卡销售市场分析

(1) 重卡销售规模分析

(2) 重卡市场发展趋势

5.2.5 中卡销售市场分析

(1) 中卡销售规模分析

(2) 中卡市场发展趋势

5.2.6 轻卡销售市场分析

(1) 轻卡销售规模分析

(2) 轻卡市场发展趋势

5.2.7 微卡销售市场分析

(1) 微卡销售规模分析

(2) 微卡市场发展趋势

5.3 新能源汽车销售市场分析

5.3.1 新能源汽车行业的运行态势分析

5.3.2 新能源汽车市场应用情况分析

5.3.3 新能源汽车示范运营效果分析

5.3.4 国外新能源汽车销售市场分析

(1) 国外新能源汽车市场规模

(2) 国外新能源汽车推广分析

5.3.5 中国新能源汽车产销情况分析

5.3.6 中国新能源客车销售市场分析

(1) 新能源客车销售情况分析

(2) 新能源客车销售区域分析

(3) 新能源客车销售车型分析

(4) 新能源客车市场瓶颈分析

(5) 新能源客车各地发展规划

(6) 新能源公交车拥有情况分析

5.3.7 新能源汽车销售市场前景预测

5.4 中国二手车销售市场分析

5.4.1 二手汽车销售市场现状分析

5.4.2 全国新旧车交易量对比分析

5.4.3 二手汽车销售区域市场分析

5.4.4 二手车交易市场价格变化分析

5.4.5 二手车市场消费者调查分析

5.4.6 二手汽车销售市场趋势分析

5.5 中国汽车细分市场营销策略分析

5.5.1 轿车市场营销策略分析

(1) 轿车市场营销模式分析

(2) 轿车市场营销策略分析

5.5.2 客车市场营销策略分析

(1) 客车产品策略分析

(2) 客车营销渠道分析

(3) 客车价格策略分析

(4) 客车促销策略分析

5.5.3 国内客车企业营销策略分析

(1) 宇通客车营销策略分析

(2) 黄海客车营销策略分析

(3) 申龙客车营销策略分析

5.5.4 二手车市场营销策略分析

(1) 整车置换业务策略分析

(2) 汽车金融业务策略分析

(3) 售后服务业务策略分析

第6章：中国汽车销售重点区域及营销策略分析

6.1 汽车销售市场区域分布特征

6.2 重点城市汽车销售市场分析

6.2.1 北京

(1) 汽车相关政策分析

(2) 汽车市场规模分析

(3) 二手汽车市场发展分析

(4) 汽车销售市场前景分析

6.2.2 上海

(1) 汽车相关政策分析

(2) 汽车市场规模分析

(3) 二手汽车市场发展分析

(4) 汽车销售市场前景分析

6.2.3 广州

(1) 汽车相关政策分析

(2) 汽车市场规模分析

(3) 二手汽车市场发展分析

(4) 汽车销售市场前景分析

6.2.4 深圳

(1) 汽车相关政策分析

(2) 汽车市场规模分析

(3) 二手汽车市场发展分析

(4) 汽车销售市场前景分析

6.3 其他城市汽车销售市场分析

6.3.1 天津汽车销售市场发展分析

6.3.2 重庆汽车销售市场发展分析

6.3.3 杭州汽车销售市场发展分析

6.3.4 南京汽车销售市场发展分析

6.3.5 武汉汽车销售市场发展分析

6.3.6 成都汽车销售市场发展分析

6.3.7 厦门汽车销售市场发展分析

6.3.8 长沙汽车销售市场发展分析

6.4 中国豪车市场营销模式分析

6.4.1 中国豪车市场现状分析

6.4.2 中国豪车市场特点分析

6.4.3 中国豪车市场销售案例分析

(1) 宝马营销策略分析

(2) 奥迪营销策略分析

6.4.4 中国豪车销售市场动态分析

6.5 中国汽车农村市场营销策略分析

6.5.1 农村汽车市场分析

6.5.2 农村汽车销售特点分析

6.5.3 农村汽车销售新模式分析

第7章：中国汽车销售主要经营及策略分析

7.1 中国汽车销售行业主要经营情况分析

7.1.1 联拓集团有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2 中国汽车销售企业经营模式案例分析

7.2.1 庞大汽贸经营模式分析

7.2.2 金华新能源汽车销售模式分析

7.3 中国汽车销售企业4S店经营策略分析

7.3.1 汽车4S店（中国）营销模式分析

（1）品牌专卖店模式

（2）汽车交易市场模式

（3）汽车工业园区模式

（4）汽车连锁销售模式

（5）电子商务模式

7.3.2 主要汽车4S店经营策略分析

（1）北京现代4S店经营策略

（2）东风日产4S店经营策略

（3）广州本田4S店经营策略

第8章：中国汽车销售行业并购与转型分析

8.1 中国汽车销售投资兼并与重组分析

8.1.1 汽车销售行业投资兼并与重组概况

8.1.2 汽车销售行业投资兼并与重组动向

8.1.3 汽车销售企业并购重点案例分析

（1）戴姆勒-奔驰和克莱斯勒并购案分析

（2）庞大汽车集团并购萨博汽车案例分析

8.2 美国汽车经销商集团化发展分析

8.2.1 美国汽车经销商集团化发展史

8.2.2 美国汽车经销商集团化后销售结构分析

8.2.3 美国汽车经销商集团化转换策略分析

8.2.4 美国汽车经销商集团化对中国企业的启示

8.2.5 国家汽车公司（Auto Nation）转型案例分析

第9章：汽车销售行业金融及保险市场分析

9.1 中国汽车消费金融市场发展分析

9.1.1 汽车消费金融市场发展现状

9.1.2 汽车消费金融市场发展特点

9.1.3 汽车消费金融公司发展分析

9.1.4 汽车消费金融盈利模式分析

- 9.1.5 汽车金融业发展的制约因素
- 9.1.6 汽车消费金融市场发展对策
- 9.1.7 汽车消费金融市场发展趋势
- 9.2 中国汽车消费信贷市场发展分析
 - 9.2.1 汽车消费信贷市场发展现状综述
 - 9.2.2 汽车消费信贷市场政策发展分析
 - 9.2.3 汽车消费信贷市场竞争状况分析
 - 9.2.4 汽车消费信贷市场存在问题分析
 - 9.2.5 国外汽车消费信贷服务借鉴分析
 - 9.2.6 汽车消费贷款市场主要风险分析
 - 9.2.7 汽车消费信贷市场发展建议分析
 - 9.2.8 汽车消费信贷市场发展前景及趋势
- 9.3 中国汽车消费保险市场发展分析
 - 9.3.1 中国汽车保险行业发展概况
 - 9.3.2 中国汽车保险市场规模分析
 - 9.3.3 汽车保险市场竞争格局分析
 - (1) 汽车保险市场区域竞争概况
 - (2) 汽车保险行业集中度分析
 - (3) 汽车保险潜在进入者威胁
 - 9.3.4 汽车保险行业营销模式分析
 - (1) 汽车保险营销模式结构分析
 - (2) 汽车保险直接营销模式分析
 - (3) 汽车保险间接营销模式分析
 - 9.3.5 汽车保险行业发展趋势分析
 - (1) 行业监管环境变化趋势分析
 - (2) 营销渠道模式发展趋势分析
 - (3) 车险险种结构变化趋势分析
 - (4) 企业经营理念转变趋势分析

第10章：中国汽车销售进出口及国际发展战略分析

- 10.1 中国汽车进出口市场分析
 - 10.1.1 中国汽车进出口市场综述
 - 10.1.2 中国汽车出口市场分析

(1) 中国出口汽车市场分析

(2) 出口汽车分车型市场分析

1) 轿车出口市场情况分析

2) 大中客车出口市场情况

3) 轻客出口市场情况分析

4) 重卡出口市场情况分析

5) 轻卡出口市场情况分析

10.1.3 中国汽车进口市场分析

(1) 中国进口汽车市场分析

(2) 进口汽车分车型市场分析

1) 轿车进口市场情况分析

2) 客车进口市场情况

3) 重卡进口市场情况分析

4) 轻卡进口市场情况分析

10.2 中国汽车企业走出去战略分析

10.2.1 中国汽车企业走出去现状分析

10.2.2 中国汽车企业走出去风险分析

10.2.3 中国汽车企业走出去策略分析

10.2.4 中国汽车企业走出去案例分析

第11章：中国汽车销售行业投资机会及策略分析（AKLT）

11.1 中国汽车销售行业投资风险分析

11.1.1 汽车销售行业政策风险分析

11.1.2 汽车销售行业经济风险分析

11.1.3 汽车销售行业供求风险分析

11.1.4 汽车销售行业区域风险分析

11.1.5 汽车销售行业经营风险分析

11.2 中国汽车销售行业投资策略分析

11.2.1 汽车销售行业进入壁垒分析

11.2.2 汽车销售行业盈利模式分析

11.2.3 汽车销售行业盈利因素分析

11.2.4 中国汽车销售行业投资机会分析

11.2.5 中国汽车销售最新投资动向分析

11.3 中国汽车销售市场发展前景分析

11.3.1 中国汽车销售市场发展趋势分析

11.3.2 中国汽车消费市场前景分析

11.3.3 中国汽车销售市场规模预测分析

11.3.4 中国汽车销售行业发展建议分析

11.3.5 中国汽车进出口发展前景及建议

(1) 汽车销售行业出口前景及建议

(2) 汽车销售行业进口前景及建议

图表目录：

图表1：汽车销售流程图

图表2：汽车销售流程各环节简要解析

图表3：汽车销售的主要步骤

图表4：2012-2017年中国汽车工业总产值与国民经济收入走势图（单位：亿元）

图表5：中国新能源汽车发展的主要政策汇总

图表6：部分地方政府新能源汽车补贴政策

图表7：<节能与新能源汽车产业规划>解读

图表8：<关于促进汽车流通业"十三五"发展的指导意见>解读

图表9：<电动汽车"十三五"科技发展规划>解读

图表10：2012-2017年欧元区部分国家GDP增速下滑（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/293558.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。