



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国汽车4S店经营态势与投资前景分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国汽车4S店经营态势与投资前景分析报告》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/37195.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

自从上海通用和广州本田率先引进4S模式之后，中国各种品牌汽车厂商纷纷仿效，在近五六年时间里，中国的4S店的数量已跃居全球前列，汽车作为消费品迅速走入家庭的十年，也是汽车产业以及汽车市场迅速壮大的十年。2002年，汽车消费呈现井喷式增长，同时与汽车消费相关的行业尤其是4S店也如雨后春笋般兴起。近两年各大车企掀起扩张网点的热潮，2008年以来原材料价格和油价攀升等因素也没能减慢厂商布点的速度。北京地区的东风日产店达到13家、广本从13家扩张到16家、一汽大众多达33家，至今北京市场上已经有300多家4S店，这些散布在北京各个地区的4S店各自独立又互相依存。

未来几年，4S店模式仍然是汽车销售的主流。然而，随着新车频繁入市以及消费者对服务质量的期望值越来越高，4S店先天的许多“短板”开始凸显：投资大、运营成本高、营销同质化、盈利捉襟见肘等，这些都增加了4S店的销售压力。相关数据显示，目前北京地区的4S店，只有三分之一盈利，三分之一处于亏损边缘，另外有三分之一是负盈利运营。市场多变的今天，无论是摊贩式还是4S式，无论是大卖场模式还是汽车园区模式，都没有一种万能的汽车营销模式可以套用复制。虽然“4S”是目前被认可的最先进的汽车营销模式，但并非用在所有的车型、品牌上都奏效。

就目前国内汽车4S店集团化的现状来看，模式基本为两种。一种是横向发展，即多品牌的经营模式，这种也是目前在同一区域市场中常见的。形成这种现象的主要原因是，生产厂家在授权经销商时，考虑到同一区域市场的网络安全、经销商实力以及对于区域市场的管控能力等方面，极少在同一区域市场授予同一经销商第二家以上的网络。可以说是担心网络受制于人而不把所有的鸡蛋放在一个篮子里。纵向发展，即做单一品牌的经营，这种情况多出现在不同的区域市场。相对于第一种方式来讲，这无疑是一种进步，集团化过程中遇到的问题也相对较少，对于品牌的熟悉程度和管理运作相对也容易些，厂家对于网络安全的担心也小一点。这是顺应市场发展的需要，从近几年的发展趋势上看，汽车销售将逐步摆脱集散式，而走向集群式，汽车大道、汽车园区将成为主流。集中建店、统一规划，形成集群效应。

目前国内汽车市场已经进入异常激烈竞争时期，现在市场上存在较多的销售服务型企业有4S店、3S店等，而3S店又是一个刚刚发展的销售服务企业类型，所以汽车4S店在汽车销售市场上扮演着重要的角色，同时也面临着激烈的竞争。总结和分析世界各国正常经营的汽车

销售商利润构成，整车销售占10%，售后服务高达50%，零部件销售占10%，二手车经营占20%。面对激烈的市场竞争，中国轿车4s店必须顺势而为，把服务作为企业最重要的核心竞争力。目前中国大多数4s店经销商着眼于销售较多，对售后服务的管理和从企业内部挖掘提高客户满意度、加强售后服务、技术的力度不足。在整个汽车获利的过程中，整车销售、配件、维修的比例结构为2:4:1，维修服务获利是汽车获利的主要部分。目前，汽车售后服务市场上的竞争主要在4S店和维修厂之间展开，4S店的服务比较完善，而维修厂则方便省钱。随着汽车销售市场的进一步成熟、各个品牌产品差异化较少，经销商的利润主要将来源于售后服务。因此，做好售后服务各项工作，不断提高品牌客户满意度，培养客户忠诚度，是许多4s店面临的重要课题。

本报告详尽描述了中国汽车4S店行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对汽车4S店需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对汽车4S店行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助***企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国汽车行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后,由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目 录 】

第一章 汽车4S店的基本概述

第一节 4S的含义

- 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

第二章 2007-2008年中国汽车4S店的经营环境分析

第一节 2008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一个品牌困局
- 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的优胜劣汰将有助于大型汽车经销商集团的出现
- 八、4S店“销售、配件、信息反馈和维修”的功能将发生变化

第二节 2007-2008年中国经济环境分析

- 一、2007-2008年中国经济增长状况分析
- 二、2007-2008年中国居民人均可支配收入提高

第三节 2007-2008年中国各行业景气指数分析

第三章 2007-2008年中国汽车4S店的经营现状

第一节 2007-2008年中国汽车4S店的经营模式

- 一、横向发展，即多品牌的经营模式
- 二、纵向发展，即做单一品牌的经营

第二节 2007-2008年中国汽车4S店的行业状况分析

- 一、中国的4S店的数量已跃居全球前列
- 二、各品牌汽车的4S店基本上超过100家
- 三、卡车4S店呈现出雨后春笋般的生长势头
- 四、维修服务获利是汽车获利的主要部分
- 五、中国汽车4S店区域分布状况分析
- 五、汽车厂商与经销商矛盾分析

第四章 2007-2008年国内外汽车4S店营销模式的发展现状分析

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

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

第五章 2007-2008年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略的具体措施

第一节 中国4S店售后服务现状

第二节 提高汽车4S店服务管理的措施

一、抓各项服务流程建设，提高服务质量

二、建立健全各项规章制度并抓好执行力度

三、加强现场环境管理注重各服务环节的细节

四、注重企业文化建设与员工的素质培养

第六章 2007-2008年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析

第一节 2007-2008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

第二节 2007-2008年中国汽车4S店SWOT分析

第七章 北京现代汽车4S店服务营销研究

第一节 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

第二节 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

第八章 东风日产4S店发展策略

第一节 东风日产4S店的盈利模式及问题分析

一、注重后市场

二、以租代买业务

三、对比销售

四、静态模拟营销

第二节 东风日产4S店盈利重点分析

一、发展重点盈利顾客

二、增加售后服务收益

第三节 东风日产4S店发展实施策略

第九章 广州本田4S店的经营之道

第一节 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

第二节 广州本田销售网点的设立——用户群集中地

第三节 广州本田的返利政策

第十章 奇瑞汽车4S店的独特经营模式

第一节 奇瑞4S店的新模式——限区域独家特许连锁经营模式

第二节 奇瑞新模式的核心内容

一、兴建大型4S店即“旗舰店”

二、建设若干附属店即“社区店”

第三节 奇瑞4S店的建店原则

一、贴近购买力

二、贴近保有量

第十一章 2007-2008年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析

第一节 2007-2008年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析

- 一、规划布局不尽科学，恶性竞争时有发生
- 二、汽车4S店硬件过硬，软件水准有待提高
- 三、运营成本过高，销售利润偏低
- 四、依靠汽车品牌，缺乏自身的品牌形象
- 五、收入渠道狭窄，业务范围有待拓宽
- 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、合理规划网点布局，开创多样化的营销模式
- 二、提升管理理念，加强经营管理
- 三、打造自身服务品牌,树立企业新形象
- 四、转变4S店重卖轻修思想，树立长远发展观念
- 五、加快行业整合，走联盟化集团化之路
- 六、充分发挥政府调控作用，促进汽车4S企业发展
- 六、汽车经销商发展趋势

第十二章 2008-2010年中国汽车4S店经营态势预测及专家建议

第一节 2008-2010年中国汽车4S店经营态势预测分析

- 一、2008-2010年中国汽车4S店发展环境预测分析
- 二、2008-2010年中国汽车4S店投资机会预测分析

第二节 机构专家建议

图表目录部分

图表 1 2003-2008年中国GDP总量及增长情况

图表 2 2008年中国工业增加值及增幅对比图

图表 3 2008年中国宏观经济主要指标预测

图表 4 2003-2008年中国农村人均纯收入增长趋势图

图表 5 2003-2008年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 6 2003-2007年中国人均GDP增长趋势图

图表 7 2003-2008年我国城镇居民人均消费支出走势图

图表 8 2006 -2008年中国总体景气指数

图表 9 2006 -2008年中国主要行业景气指数

图表 10 2006 -2008年中国主要行业景气指数散点图

图表 11 中国汽车4S店主要分布情况

图表 12 2002-2007年全球汽车产量及同比增长率趋势图

图表 13 2005-2009年全球汽车保有量和新车产量增长统计及预测图

图表 14 2007年世界主要国家汽车千人拥有量

图表 15 2007年是俄主要国家新车统计量

图表 16 2007年国际汽车商标排行及在世界前百强排名

图表 17 2007年全球11大汽车公司销量排行 单位：万辆

图表 18 特许经销商销售收入结构图

图表 19 英国汽车交易市场新旧车交易量构成情况

图表 20 德国汽车集中度情况

图表 21 中国汽车销售商利润构成

图表 22 中国汽车4S店销售市场SWOT 分析

图表 23 国内外汽车市场销售比例对比图

图表 24 2003-2010年中国GDP总值预测

图表 25 略。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37195.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。