



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国汽车4S店发展分析及管理 咨询报告（2008）

一、调研说明

《中国汽车4S店发展分析及管理咨询报告（2008）》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/38007.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）、信息反馈等（Survey）。4S店可以说是汽车市场激烈竞争下的产物。随着用户消费心理的不断成熟，用户需求日益多样化，对产品、服务的要求也越来越趋于严格，原有的代理销售体制已不能适应市场与用户的需求。4S店的出现，恰好能满足用户的各种需求，它可以提供装备精良、整洁干净的维修区、现代化的设备和服务管理、高度职业化的气氛、良好的服务设施、充足的零配件供应、迅速及时的跟踪服务体系等。通过4S店的服务，可以让用户对品牌产生信赖感和忠诚度，从而扩大汽车的销售量。同国外发展多年的汽车市场相比较，我国的汽车市场显得还不是那么成熟，市场的发展水平较低，市场中还存在不少不规范的行为。在这种特定的汽车市场状况下，我国的汽车品牌专卖在发展的过程中出现了一些需要解决的问题。为此，本报告在分析我国汽车4S店现状、问题的基础上，提出其解决对策和营销策略。

【 目录 】

前言

第1篇：现状分析篇

第1章：中国汽车行业的现状分析

第1节：中国汽车行业总体分析

第2节：中国汽车售后服务市场现状分析

第3节：中国汽车4S店售后服务现状分析

第2章：中国汽车4S店售后服务市场竞争与SWOT分析

第1节：中国汽车4S店售后服务市场竞争分析

第2节：中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析

第2篇：营销策略篇

第1章：国外汽车营销模式的发展现状分析

第1节：国外汽车营销模式及其借鉴

1.美国汽车营销模式分析

2.英国汽车营销模式分析

3.日本汽车营销模式分析

第2节：中国汽车营销模式分析

1.汽车品牌专卖店

2.汽车交易市场

3.汽车工业园

4.汽车连锁销售业

5.电子商务模式

第3节：中国国汽车4S店存在的问题

1.汽车4S店模式分析

2.中国汽车4S店的存在的问题

第2章：售后服务营销策略及管理对策

第1节：实施客户满意战略

第2节：实施服务差异化策略

第3节：实施适时扩张策略

第3章：实施客户满意战略的具体措施

第1节：实施内部营销策略

第2节：实施客户关系管理策略

第3节：实施服务流程优化策略

第4节：实施优秀服务品质策略

第3篇：销售模式篇

第1章：汽车4S销售模式存在的问题及影响因素

第1节：汽车4S销售模式存在的问题

第2节：汽车4S店销售的影响因素

第2章：汽车销售4S店的发展对策

第1节：实施汽车销售4S店内部建设策略

第2节：实施汽车销售4S店品牌建设策略

第3节：实施汽车销售4S店准确定位策略

第4节：实施厂商联盟合作策略

第5节：汽车营销多样化

第4篇：案例篇

第1章：北京现代汽车4S店服务营销研究

第1节：北京现代汽车4S店服务营销策略的实施

- 1.服务品质策略
- 2.服务价格策略
- 3.服务形象策略
- 4.服务管理策略

第2节：北京现代汽车4S店服务营销策略的改进

- 1.北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势
- 2.提高员工满意度的策略
- 3.降低零配件价格
- 4.服务流程的优化

第2章：东风日产4S店发展策略

第1节：东风日产4S店的盈利模式及问题分析

第2节：东风日产4S店盈利重点分析

第3节：东风日产4S店发展实施策略

结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38007.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。