

2020-2026年中国汽车销售 行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国汽车销售行业分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/173383.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

汽车销售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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国汽车销售行业分析与投资战略报告》共十章。首先介绍了汽车销售相关概念及发展环境，接着分析了中国汽车销售规模及消费需求，然后对中国汽车销售市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车销售面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车销售有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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家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：中国汽车销售行业发展综述	21
1.1 汽车销售行业的相关概述	21
1.1.1 汽车销售的概念	21
1.1.2 汽车销售的流程	21
1.1.3 汽车销售的步骤	23
1.1.4 行业在国民经济中的地位	24
1.2 汽车销售行业投资特性分析	24
1.2.1 汽车销售行业进入壁垒分析	24
1.2.2 汽车销售行业盈利模式分析	26
1.2.3 汽车销售行业盈利因素分析	27
1.3 汽车销售物流模式分析	29
1.3.1 中国汽车销售物流发展历程	29
1.3.2 中国汽车销售物流模式状况	29
1.3.3 汽车销售物流发展存在的问题	30

1.3.4 汽车销售物流发展趋势分析 31

第2章：中国汽车销售行业发展环境分析 33

2.1 汽车销售行业政策环境分析 33

2.1.1 汽车销售产业相关政策动向 33

2.1.2 汽车销售产业发展规划解读 37

2.2 汽车销售行业经济环境分析 43

2.2.1 国际宏观经济环境分析 43

2.2.2 国家宏观经济环境分析 54

2.2.3 行业宏观经济环境分析 60

2.3 汽车销售行业贸易环境分析 62

2.3.1 行业贸易环境发展现状 62

2.3.2 行业贸易环境发展趋势 63

2.4 汽车销售行业社会环境分析 64

2.4.1 城镇化进程发展加快 64

2.4.2 居民的消费结构升级 65

2.4.3 “绿色出行”生活方式 67

2.4.4 城市交通容量发展分析 67

2.4.5 汽车消费与社会协调分析 68

第3章：国内外汽车销售市场营销策略分析 69

3.1 国外汽车市场营销策略分析 69

3.1.1 国外汽车营销市场发展现状分析 69

3.1.2 国际汽车市场主要营销模式分析 70

3.1.3 国际汽车销售体系的特点分析 71

3.1.4 国外主要国家汽车营销模式分析 72

(1) 欧洲汽车市场营销模式分析 72

(2) 美国汽车市场营销模式分析 75

(3) 日本汽车市场营销模式分析 76

3.1.5 国外汽车营销市场发展趋势分析 78

3.2 中国汽车市场营销策略分析 80

3.2.1 汽车营销市场发展现状分析 80

3.2.2 汽车营销体系发展历程分析	82
3.2.3 汽车市场主要营销模式分析	83
3.2.4 汽车市场分销渠道模式分析	84
3.2.5 汽车产品市场营销策略分析	87
(1) 时尚营销策略分析	87
(2) 文化营销策略分析	88
(3) 展会营销策略分析	88
(4) 体育营销策略分析	88
(5) 网络营销策略分析	89
(6) 事件营销策略分析	89
(7) 概念营销策略分析	89
(8) 体验营销策略分析	90
3.2.6 国内汽车市场网络营销模式分析	90
(1) 汽车行业网络广告投放规模	90
(2) 汽车行业媒体广告投放情况	91
(3) 汽车经销商网络广告投放情况	93
(4) 汽车网站流量监测情况分析	94
(5) 广告主广告投放策略对比分析	96
(6) 汽车经销商网络广告投放优势	97
(7) 汽车行业网络营销发展对策分析	99
(8) 汽车经销商网络广告投放趋势分析	100
3.2.7 国内汽车企业经销商营销网络建设分析	102
3.3 中国汽车4S店营销策略分析	103
3.3.1 中国汽车4S店营销发展概况	103
(1) 汽车4S店概念及发展历程	103
(2) 汽车4S店的发展现状分析	104
(3) 汽车4S店的区域分布情况	106
(4) 汽车4S店的售后服务现状	106
3.3.2 国外汽车4S店营销模式分析	108
(1) 美国汽车4S店营销模式	108
(2) 英国汽车4S店营销模式	108
(3) 日本汽车4S店营销模式	109

- (4) 德国汽车4S店营销模式 110
- 3.3.3 中国汽车4S店经营模式分析 110
 - (1) 横向发展——多品牌的经营模式 110
 - (2) 纵向发展——做单一品牌的经营 110
- 3.3.4 中国汽车4S店营销模式分析 111
 - (1) 汽车品牌专卖店营销模式 111
 - (2) 汽车交易市场营销模式 112
 - (3) 汽车工业园区营销模式 112
 - (4) 汽车连锁销售营销模式 113
 - (5) 电子商务模式营销模式 113
- 3.3.5 汽车4S店市场竞争格局分析 115
 - (1) 与二手车市场的竞争分析 115
 - (2) 与汽车大卖场的竞争分析 116
 - (3) 汽车4S店间的竞争分析 117
- 3.3.6 主要汽车4S店经营策略分析 117
 - (1) 北京现代4S店经营策略 117
 - (2) 东风日产4S店经营策略 118
 - (3) 广州本田4S店经营策略 119
 - (4) 奇瑞汽车4S店经营模式 119
- 3.3.7 汽车4S店的SWOT分析 120
 - (1) 汽车4S店的优势分析 121
 - (2) 汽车4S店的劣势分析 121
 - (3) 汽车4S店的机会分析 123
 - (4) 汽车4S店的威胁分析 123
- 3.3.8 汽车4S店营销模式的机制创新 124
- 3.4 中国汽车细分市场营销策略分析 125
 - 3.4.1 轿车市场营销策略分析 125
 - (1) 轿车市场营销模式分析 125
 - (2) 轿车市场营销策略分析 126
 - 3.4.2 客车市场营销策略分析 127
 - (1) 客车产品策略分析 127
 - (2) 客车营销渠道分析 128

- (3) 客车价格策略分析 130
- (4) 客车促销策略分析 130
- 3.4.3 国内客车企业营销策略分析 132
 - (1) 宇通客车营销策略分析 132
 - (2) 金龙客车营销策略分析 135
 - (3) 黄海客车营销策略分析 137
 - (4) 申龙客车营销策略分析 137
- 3.5 中国汽车营销策略发展趋势分析 138
 - 3.5.1 汽车市场营销模式存在的问题 138
 - 3.5.2 汽车市场营销模式的影响因素 139
 - 3.5.3 国内外汽车营销模式比较分析 140
 - 3.5.4 国内汽车营销模式发展对策分析 141
 - 3.5.5 汽车市场营销渠道发展趋势分析 142
 - 3.5.6 汽车市场营销模式未来趋势分析 144

第4章：中国汽车销售行业细分车型市场分析 147

- 4.1 汽车销售行业市场状况分析 147
 - 4.1.1 汽车整车车型分类分析 147
 - 4.1.2 汽车销售总体市场分析 148
 - (1) 乘用车销售市场分析 149
 - (2) 商用车销售市场分析 152
 - 4.1.3 汽车市场上牌数量分析 154
 - 4.1.4 汽车销售市场影响因素分析 154
- 4.2 汽车整车销售细分市场分析 154
 - 4.2.1 轿车销售市场分析 154
 - (1) 轿车销售规模分析 154
 - (2) 轿车市场发展趋势 157
 - 4.2.2 MPV销售市场分析 157
 - (1) MPV销售规模分析 157
 - (2) MPV市场发展趋势 159
 - 4.2.3 SUV销售市场分析 159
 - (1) SUV销售规模分析 159

(2) SUV市场发展趋势	161
4.2.4 交叉型乘用车销售市场分析	162
(1) 交叉型乘用车产销规模分析	162
(2) 交叉型乘用车市场发展趋势	163
4.2.5 重卡销售市场分析	164
(1) 重卡销售规模分析	164
(2) 重卡市场发展趋势	166
4.2.6 中卡销售市场分析	168
(1) 中卡销售规模分析	168
(2) 中卡市场发展趋势	169
4.2.7 轻卡销售市场分析	170
(1) 轻卡销售规模分析	170
(2) 轻卡市场发展趋势	172
4.2.8 微卡销售市场分析	173
(1) 微卡销售规模分析	173
(2) 微卡市场发展趋势	174
4.2.9 大客销售市场分析	176
(1) 大客销售规模分析	176
(2) 大客市场发展趋势	177
4.2.10 中客销售市场分析	178
(1) 中客销售规模分析	178
(2) 中客市场发展趋势	178
4.2.11 轻客销售市场分析	179
(1) 轻客销售规模分析	179
(2) 轻客市场发展趋势	179
4.3 新能源汽车销售市场分析	181
4.3.1 新能源汽车市场现状分析	181
(1) 新能源汽车销售市场	181
(2) 私人购车成长空间分析	182
4.3.2 产业链关键环节 发展分析	182
4.3.3 新能源汽车示范运营效果分析	183
4.3.4 新能源汽车市场应用情况分析	184

- 4.3.5 新能源客车销售市场分析 185
 - (1) 2016年新能源客车市场特点剖析 185
 - (2) 2016年各省市电动公交车拥有计划 190
- 4.3.6 国外新能源汽车销售市场分析 191
 - (1) 国外新能源汽车市场规模 191
 - (2) 国外新能源汽车推广分析 193
- 4.3.7 新能源汽车与国外的差距比较 193
- 4.3.8 新能源汽车销售市场趋势分析 195
- 4.4 二手车销售市场发展分析 196
 - 4.4.1 二手汽车销售市场现状分析 196
 - 4.4.2 二手汽车销售市场竞争分析 198
 - 4.4.3 二手汽车销售区域市场分析 200
 - 4.4.4 二手车交易市场价格变化分析 204
 - 4.4.5 二手车交易市场经营模式分析 205
 - 4.4.6 二手车经营的盈利模式分析 207
 - 4.4.7 二手汽车销售市场趋势分析 208

第5章：中国汽车销售行业重点区域市场分析 210

- 5.1 汽车销售市场区域分布特征 210
- 5.2 北京汽车销售市场发展分析 211
 - 5.2.1 北京汽车市场发展基础分析 211
 - (1) 常住人口分析 211
 - (2) 市政设施情况 212
 - (3) 公共交通情况 212
 - (4) 交通运营状况 213
 - (5) 相关政策分析 214
 - 5.2.2 北京汽车市场规模分析 215
 - (1) 汽车总销量分析 215
 - (2) 汽车保有量分析 216
 - (3) 汽车上牌量分析 216
 - 5.2.3 奥运会对北京汽车市场的影响 217
 - 5.2.4 北京市汽车销售市场前景分析 217

5.3 上海汽车销售市场发展分析	218
5.3.1 上海汽车市场发展基础分析	218
(1) 常住人口分析	218
(2) 市政设施情况	219
(3) 公共交通情况	220
(4) 交通运营状况	220
(5) 相关政策分析	221
5.3.2 上海汽车市场规模分析	222
(1) 汽车总销量分析	222
(2) 汽车保有量分析	223
(3) 汽车上牌量分析	223
5.3.3 世博会对上海汽车市场的影响	224
5.3.4 上海市汽车销售市场前景分析	224
5.4 广州汽车销售市场发展分析	225
5.4.1 广州汽车市场发展基础分析	225
(1) 常住人口分析	225
(2) 市政设施情况	225
(3) 公共交通情况	226
(4) 交通运营状况	227
(5) 相关政策分析	227
5.4.2 广州汽车市场规模分析	227
(1) 汽车总销量分析	227
(2) 汽车保有量分析	228
(3) 汽车上牌量分析	228
5.4.3 亚运会对广州汽车市场的影响	229
5.4.4 广州市汽车销售市场前景分析	230
5.5 深圳汽车销售市场发展分析	230
5.5.1 深圳汽车市场发展基础分析	230
(1) 常住人口分析	230
(2) 市政设施情况	231
(3) 公共交通情况	231
(4) 交通运营状况	232

- (5) 相关政策分析 233
- 5.5.2 深圳汽车市场规模分析 233
 - (1) 汽车总销量分析 233
 - (2) 汽车保有量分析 234
 - (3) 汽车上牌量分析 234
- 5.5.3 大运会对深圳汽车市场的影响 235
- 5.5.4 深圳市汽车销售市场前景分析 236
- 5.6 其它地区汽车销售市场分析 237
 - 5.6.1 天津汽车销售市场发展分析 237
 - 5.6.2 重庆汽车销售市场发展分析 237
 - 5.6.3 杭州汽车销售市场发展分析 238
 - 5.6.4 南京汽车销售市场发展分析 238
 - 5.6.5 武汉汽车销售市场发展分析 239
 - 5.6.6 成都汽车销售市场发展分析 240
 - 5.6.7 厦门汽车销售市场发展分析 240
 - 5.6.8 长沙汽车销售市场发展分析 241

第6章：中国汽车销售行业进出口市场分析 243

- 6.1 中国汽车进出口市场综述 243
- 6.2 中国汽车出口市场分析 244
 - 6.2.1 中国出口汽车市场分析 244
 - 6.2.2 出口汽车分车型市场分析 246
 - (1) 轿车出口市场情况分析 246
 - (2) 大中客车出口市场情况 248
 - (3) 轻客出口市场情况分析 249
 - (4) 重卡出口市场情况分析 249
 - (5) 轻卡出口市场情况分析 250
 - (6) 汽车零部件出口市场情况 251
- 6.3 中国汽车进口市场分析 252
 - 6.3.1 中国进口汽车市场分析 252
 - 6.3.2 进口汽车分车型市场分析 253
 - (1) 轿车进口市场情况分析 253

(2) 大中客车进口市场情况	255
(3) 轻客进口市场情况分析	255
(4) 重卡进口市场情况分析	256
(5) 轻卡进口市场情况分析	257
(6) 汽车零部件进口市场情况	257
6.4 中国汽车进出口前景及建议	258
6.4.1 汽车销售行业出口前景及建议	258
6.4.2 汽车销售行业进口前景及建议	258
第7章：汽车销售行业市场竞争格局分析	260
7.1 国际汽车销售市场竞争格局分析	260
7.1.1 国际汽车销售市场发展状况分析	260
7.1.2 国外主要汽车企业汽车销售分析	261
7.1.3 国外主要国家地区汽车销售市场	264
(1) 北美汽车销售市场发展分析	264
(2) 欧洲汽车销售市场发展分析	267
(3) 亚洲汽车销售市场发展分析	269
(4) 其他地区汽车销售市场分析	270
7.1.4 跨国汽车销售企业在华投资布局	271
(1) 跨国汽车销售企业在华投资布局	271
(2) 跨国汽车销售企业在华投资趋势	273
7.1.5 国际汽车销售市场发展趋势分析	273
7.2 中国汽车销售市场竞争格局分析	274
7.2.1 中国汽车销售市场竞争现状	274
7.2.2 中国汽车市场消费特点分析	277
7.2.3 中国汽车销售行业集中度分析	279
7.2.4 中国汽车保有量及增长情况	281
7.2.5 中国汽车销售市场规模分析	283
7.2.6 汽车经销服务公司优劣分析	286
7.2.7 中国国产汽车市场均价分析	288
7.3 汽车销售行业投资兼并与重组整合	289
7.3.1 汽车销售行业投资兼并与重组概况	289

7.3.2 汽车销售行业投资兼并与重组动向 290

7.4 中国汽车消费市场发展前景分析 293

7.4.1 汽车消费市场面临的挑战 293

7.4.2 汽车消费市场可持续发展 294

7.4.3 汽车消费市场发展前景分析 295

第8章：中国汽车销售行业主要企业经营分析 297

8.1 上海宝钢住商汽车贸易有限公司297

8.1.1 企业发展简况分析 297

8.1.2 企业主营业务分析 297

8.1.3 企业品牌专营店 297

8.1.4 企业品牌车型分析 298

8.2 广州汽车集团商贸有限公司301

8.2.1 企业发展简况分析 301

8.2.2 企业主营业务分析 301

8.2.3 企业品牌专营店 303

8.2.4 企业品牌车型分析 303

8.3 上海云峰集团汽车产业发展有限公司307

8.3.1 企业发展简况分析 307

8.3.2 企业主营业务分析 307

8.3.3 企业品牌专营店 308

8.3.4 企业品牌车型分析 308

8.4 庞大汽贸集团股份有限公司310

8.4.1 企业发展简况分析 310

8.4.2 企业主营业务分析 311

8.4.3 企业品牌专营店 312

8.4.4 企业经营情况分析 312

8.5 中升集团控股有限公司320

8.5.1 企业发展简况分析 320

8.5.2 企业主营业务分析 321

8.5.3 企业品牌专营店 321

8.5.4 企业品牌车型分析 321

第9章：汽车销售行业金融及保险市场分析 375

9.1 中国汽车消费金融市场发展分析 375

9.1.1 汽车消费金融市场发展现状 375

9.1.2 汽车消费金融市场发展特点 377

9.1.3 汽车消费金融公司发展分析 379

9.1.4 汽车金融公司与银行车贷比较 379

9.1.5 汽车消费金融盈利模式分析 380

9.1.6 汽车金融业发展的制约因素 382

9.1.7 汽车消费金融市场发展难点 383

9.1.8 汽车消费金融市场发展对策 385

9.1.9 汽车消费金融市场发展趋势 387

9.2 中国汽车消费信贷市场发展分析 388

9.2.1 汽车消费信贷市场发展现状综述 388

9.2.2 汽车消费信贷市场政策发展分析 390

9.2.3 汽车消费信贷市场竞争状况分析 391

9.2.4 汽车消费信贷市场存在问题分析 392

9.2.5 国外汽车消费信贷服务借鉴分析 393

9.2.6 汽车消费贷款市场主要风险分析 395

9.2.7 汽车消费信贷市场发展建议分析 397

9.2.8 汽车消费信贷市场发展前景及趋势 399

9.3 中国汽车消费保险市场发展分析 401

9.3.1 中国汽车保险市场规模分析 401

9.3.2 中国汽车保险行业发展特点 402

9.3.3 汽车保险市场竞争格局分析 402

(1) 汽车保险市场的竞争概况 402

(2) 汽车保险行业集中度分析 403

(3) 汽车保险市场发展驱动因素 404

(4) 汽车保险潜在进入者威胁 405

9.3.4 汽车保险市场竞争策略分析 406

(1) 差异化竞争策略分析 406

(2) 规模化经验策略分析 406

- (3) 资本化运作策略分析 407
- 9.3.5 汽车保险行业发展趋势分析 408
 - (1) 行业监管环境变化趋势分析 408
 - (2) 营销渠道模式发展趋势分析 408
 - (3) 车险险种结构变化趋势分析 409

第10章：中国汽车销售行业投资分析及前景预测 410 ()

- 10.1 中国汽车销售行业投资分析 410
 - 10.1.1 中国汽车销售行业投资风险分析 410
 - (1) 汽车销售行业政策风险分析 410
 - (2) 汽车销售行业经济风险分析 411
 - (3) 汽车销售行业供求风险分析 411
 - (4) 汽车销售行业区域风险分析 412
 - (5) 汽车销售行业经营风险分析 412
 - 10.1.2 中国汽车销售行业投资机会分析 413
 - 10.1.3 中国汽车销售最新投资动向分析 414
- 10.2 中国汽车销售市场前景预测分析 414
 - 10.2.1 中国汽车销售市场发展趋势分析 414
 - 10.2.2 中国汽车销售发展驱动因素分析 415
 - 10.2.3 中国汽车销售市场规模预测分析 415
 - 10.2.4 中国汽车销售行业发展建议分析 416

图表目录：

- 图表1：汽车销售流程图 23
- 图表2：4S店单月经营成本分析（单位：万元，万元/月，元/月，平方米） 25
- 图表3：中国汽车工业有关法律法规 33
- 图表4：汽车及零部件行业有关产业政策 34
- 图表5：我国汽车流通行业部分已出台和即将出台的政策 35
- 图表6：中国新能源汽车发展的主要政策汇总 36
- 图表7：部分地方政府新能源汽车补贴政策 37
- 图表8：2015-2019年美国GDP同比、环比折年率走势图（单位：%） 44
- 图表9：2015-2019年美国消费者信心指数走势图 44

图表10：2015-2019年美国初次申请失业金人数、持续领取失业金人数走势图45

图表11：2015-2019年欧洲PMI指数走势图（单位：%）45

图表12：2015-2019年欧元区消费者信心指数走势图 46

图表13：2015-2019年欧元区CPI指数走势图（单位：%）46

图表14：2019年欧元区CPI分项指数走势图（单位：%）47

图表15：2015-2019年欧元区M3同比走势图（单位：%）47

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/173383.html>