

2022-2028年中国授权汽车 经销商行业发展趋势与投资前景分析报告

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

《2022-2028年中国授权汽车经销商行业发展趋势与投资前景分析报告》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/202203/272557.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

授权汽车经销商的几个主要收入来源包括：新车销售、二手车销售、售后服务与配件销售，其中新车和二手车销售的收入也包含了金融保险代理的佣金收入，因为金融保险绝大部分依托于新车或者二手车销售。

2018年全美授权经销商总营业收入分为：新车销售（占营业收入比例为57%），二手车销售（31%），售后服务与配件销售（12%）。按照毛利贡献，以上三项主要业务的占比分别为26%、25%和50%。由此可见，授权汽车经销商主要通过新车销售的方式获取客户，主要通过后续的维修保养服务来获取利润，盈利模式跟中国市场的4S店基本一样。

按照利润率来看，新车销售利润率最低，不含金融保险佣金的情况下，2018年毛利率为2.6%（含金融保险的话为5.5%）。二手车毛利率为7.6%（含金融保险的话为11.4%）。毛利率最高的业务为售后维修保养服务，毛利率为46.3%。2018年美国授权汽车经销商收入与利润分布2018年美国授权汽车经销商各业务毛利率数据来源：公开资料整理

美国市场上，获得汽车整车制造商授权的汽车经销商既可以从事新车销售，也可以从事后市场的各种服务，包括维修保养、零配件销售等，称之为授权经销商（authorizeddealership），相当于中国的汽车4S店。授权经销商是主要的汽车销售渠道，也是美国汽车后市场主要力量之一，2018占据了后市场大约39%的市场份额。

2018年，美国全部授权经销商售后维修保养（包含零配件销售）的收入为1165亿美元，金额占全市场的39%。平均每个门店每年售后维修保养业务收入为695万美元。由于美国新车销量市场规模没有增长，授权汽车经销商总数呈下降趋势，其在美国售后市场的份额总体呈下降趋势，从2003年的46%下降在2018年的39%美国授权汽车经销商：2016-2018年有所回升数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国授权汽车经销商行业发展趋势与投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了授权汽车经销商行业市场发展环境、授权汽车经销商整体运行态势等，接着分析了授权汽车经销商行业市场运行的现状，然后介绍了授权汽车经销商市场竞争格局。随后，报告对授权汽车经销商做了重点企业经营状况分析，最后分析了授权汽车经销商行业发展趋势与投资预测。您若想对授权汽车经销商产业有个系统的了解或者想投资授权汽车经销商行业，本报告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：

第一章 授权汽车经销商行业发展综述

1.1 授权汽车经销商行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 授权汽车经销商行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 授权汽车经销商行业在国民经济中的地位

1.2.3 授权汽车经销商行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 授权汽车经销商行业生命周期

1.3 最近3-5年中国授权汽车经销商行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 授权汽车经销商行业运行环境分析

2.1 授权汽车经销商行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 授权汽车经销商行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

美国授权汽车经销商行业总体集中度不高，大多数为单店运营模式，集团化的汽车经销商企业不多。截至2018年底，全美国1.7万家授权经销商中，4941家是独立的单店运营模式（门店

数量占比28.8%)，拥有2家店的经销商企业数量为1278家(门店数量占比15%)，拥有3家店的经销商企业数量为553家(门店数量占比9.8%)。只有10家经销商集团拥有50家以上的门店。过去10年美国汽车经销商行业集中度略提升，门店数量在5家以上的经销商集团占比从2009年的3%上升到2018年的6%，但多数汽车经销商门店数依然在5个以下。

美国汽车经销商行业比较分散的主要原因是美国的法律对以中小企业为主的汽车经销商的保护和支持力度很强，使得独立汽车经销商的运营和财务状况较好，其股东或者创立者的出售动力不强。比如为了解决因为规模和实力不对等带来的启程制造商对经销商的垄断和不正当竞争行为(比如滥用市场支配地位等行为)，美国国会1956年通过了“联邦汽车经销商特许经营法”(AutomobileDealers’FranchiseAct)，对特许经营双方的权利、义务、行为方式等进行了详细的规定，比如汽车制造商在现有经销商门店一定范围内，设立新的经销商时需要取得现有经销商的同意等。另外，汽车经销商承担较多的服务功能，规模效应不明显，大企业集团比单个经销商门店综合竞争力提升有限。考虑到美国新车需求没有增长空间，加上以上多种原因，导致汽车经销商集团扩张动力不足，行业集中度不高。美国授权汽车经销商集团规模分布：多数经销商为单店模式数据来源：公开资料整理

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 授权汽车经销商行业社会环境分析

2.3.1 授权汽车经销商产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 授权汽车经销商产业发展对社会发展的影响

2.4 授权汽车经销商行业技术环境分析

2.4.1 授权汽车经销商技术分析

2.4.2 授权汽车经销商技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国授权汽车经销商行业运行分析

3.1 我国授权汽车经销商行业发展状况分析

3.1.1 我国授权汽车经销商行业发展阶段

3.1.2 我国授权汽车经销商行业发展总体概况

3.1.3 我国授权汽车经销商行业发展特点分析

3.2 2015-2019年授权汽车经销商行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国授权汽车经销商行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国授权汽车经销商行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国授权汽车经销商企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 授权汽车经销商细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 授权汽车经销商产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年授权汽车经销商价格走势

3.5.2 影响授权汽车经销商价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年授权汽车经销商产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要授权汽车经销商企业价位及价格策略

第四章 我国授权汽车经销商所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国授权汽车经销商所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国授权汽车经销商所属行业产销情况分析

4.2.1 我国授权汽车经销商所属行业工业总产值

4.2.2 我国授权汽车经销商所属行业工业销售产值

4.2.3 我国授权汽车经销商所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国授权汽车经销商所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国授权汽车经销商行业供需形势分析

5.1 授权汽车经销商行业供给分析

5.1.1 2015-2019年授权汽车经销商行业供给分析

5.1.2 2022-2028年授权汽车经销商行业供给变化趋势

5.1.3 授权汽车经销商行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国授权汽车经销商行业需求情况

5.2.1 授权汽车经销商行业需求市场

5.2.2 授权汽车经销商行业客户结构

5.2.3 授权汽车经销商行业需求的地区差异

5.3 授权汽车经销商市场应用及需求预测

5.3.1 授权汽车经销商应用市场总体需求分析

(1) 授权汽车经销商应用市场需求特征

(2) 授权汽车经销商应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年授权汽车经销商行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年授权汽车经销商行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年授权汽车经销商行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业授权汽车经销商产品/服务需求分析预测

第六章 授权汽车经销商行业产业结构分析

6.1 授权汽车经销商产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国授权汽车经销商行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国授权汽车经销商行业产业链分析

7.1 授权汽车经销商行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 授权汽车经销商上游行业分析

7.2.1 授权汽车经销商产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对授权汽车经销商行业的影响

7.3 授权汽车经销商下游行业分析

7.3.1 授权汽车经销商下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对授权汽车经销商行业的影响

第八章 我国授权汽车经销商行业渠道分析及策略

8.1 授权汽车经销商行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对授权汽车经销商行业的影响

8.1.3 主要授权汽车经销商企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 授权汽车经销商行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 授权汽车经销商行业营销策略分析

8.3.1 中国授权汽车经销商营销概况

8.3.2 授权汽车经销商营销策略探讨

8.3.3 授权汽车经销商营销发展趋势

第九章 我国授权汽车经销商行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 授权汽车经销商行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

9.1.2 授权汽车经销商行业企业间竞争格局分析

9.1.3 授权汽车经销商行业集中度分析

9.1.4 授权汽车经销商行业SWOT分析

9.2 中国授权汽车经销商行业竞争格局综述

9.2.1 授权汽车经销商行业竞争概况

- (1) 中国授权汽车经销商行业竞争格局
- (2) 授权汽车经销商行业未来竞争格局和特点
- (3) 授权汽车经销商市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国授权汽车经销商行业竞争力分析

- (1) 我国授权汽车经销商行业竞争力剖析
- (2) 我国授权汽车经销商企业市场竞争的优势
- (3) 国内授权汽车经销商企业竞争能力提升途径

9.2.3 授权汽车经销商市场竞争策略分析

第十章 授权汽车经销商行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营现状

- 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 B公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况
 - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 C公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 公司经营状况
 - 10.3.5 公司发展规划
- 10.4 D公司
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 公司经营状况
 - 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 E公司
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 公司经营状况
 - 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 F公司
 - 10.6.1 企业概况
 - 10.6.2 企业优势分析
 - 10.6.3 产品/服务特色
 - 10.6.4 公司经营状况
 - 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年授权汽车经销商行业投资前景

11.1 2022-2028年授权汽车经销商市场发展前景

11.1.1 2022-2028年授权汽车经销商市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年授权汽车经销商市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年授权汽车经销商细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年授权汽车经销商市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年授权汽车经销商行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年授权汽车经销商市场规模预测

11.2.3 2022-2028年授权汽车经销商行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

11.3 2022-2028年中国授权汽车经销商行业供需预测

11.3.1 2022-2028年中国授权汽车经销商行业供给预测

11.3.2 2022-2028年中国授权汽车经销商行业需求预测

11.3.3 2022-2028年中国授权汽车经销商供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年授权汽车经销商行业投资机会与风险

12.1 授权汽车经销商行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2022-2028年授权汽车经销商行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2022-2028年授权汽车经销商行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

- 12.3.2 技术风险及防范
- 12.3.3 供求风险及防范
- 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5 关联产业风险及防范
- 12.3.6 产品结构风险及防范
- 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 授权汽车经销商行业投资战略研究

- 13.1 授权汽车经销商行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国授权汽车经销商品牌的战略思考
 - 13.2.1 授权汽车经销商品牌的重要性
 - 13.2.2 授权汽车经销商实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 授权汽车经销商企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国授权汽车经销商企业的品牌战略
 - 13.2.5 授权汽车经销商品牌战略管理的策略
- 13.3 授权汽车经销商经营策略分析
 - 13.3.1 授权汽车经销商市场细分策略
 - 13.3.2 授权汽车经销商市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 授权汽车经销商新产品差异化战略
- 13.4 授权汽车经销商行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年授权汽车经销商行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年授权汽车经销商行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

14.1 授权汽车经销商行业研究结论

14.2 授权汽车经销商行业投资价值评估

14.3 授权汽车经销商行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/272557.html>