

2016-2022年中国汽车现代 流通体系行业分析及发展前景评估报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2016-2022年中国汽车现代流通体系行业分析及发展前景评估报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201608/20-211264.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一部分 行业发展运行分析

第一章 汽车行业总体情况

第一节 汽车流通产业基本介绍

- 一、汽车流通产业的定义
- 二、汽车流通产业的市场特点
- 三、汽车流通产业的模式介绍
- 四、汽车流通产业对汽车产业的重要性

第二节 中国汽车流通体制的发展过程

- 一、品牌与品牌营
- 二、从非品牌经营向品牌营销转变
- 三、品牌营销取得成绩
- 四、对品牌营销的几点政策建议
- 五、对国内汽车流通体制改革看法

第二章 中国汽车流通产业运行环境分析

第一节 2014-2016年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）

第二节 2014-2016年中国汽车流通产业政策环境分析

- 一、《中国汽车流通行业发展报告》（中国汽车流通行业蓝皮书）
- 二、2014-2016年行业相关政策分析

第三节 2014-2016年中国汽车流通产业社会环境分析

- 一、汽车流通产业进入“微利时代”；
- 二、汽车工业的发展对零部件及配件产业的影响
- 三、居民的各种消费观念和习惯

第三章 我国汽车流通产业运行现状

第一节 我国汽车产业流通的历史回顾

一、汽车销售流通体系的演变过程

二、高度计划的分配流通阶段(1978年以前)

三、自销体系的建立阶段(1979 ~ 1993年)

1、国营主渠道方面做了重大调整

2、企业自销体系的发展壮大

四、以汽车生产企业为主导的销售流通体系的确立(1994年至今)

1、汽车工业销售流通渠道分析

2、汽车生产企业自建的销售渠道分析

3、国有大型汽车销售公司

4、各地的汽车交易市场

5、其它销售渠道

第二节 汽车金融、保险行业发展分析

一、汽车金融、保险行业发展现状分析

二、汽车金融、保险行业存在的问题分析

三、汽车金融、保险行业风险与收益分析

第三节 2014-2016年世界主要汽车金融企业经营情况分析

一、福特汽车信贷公司 (FordMotorCreditCompanyLLC)

二、大众汽车金融服务公司 (VolkswagenFinancialServicesAG)

三、通用汽车金融服务公司 (GMAC)

第四节 汽车4S店概述

一、汽车4S店的发展历程

二、汽车4S店优势解析

1、信誉度方面

2、专业方面

3、售后服务保障方面

4、人性化方面

第五节 汽车零部件及配件行业概述

一、中国汽车零部件产业运行分析

1、中国汽车零部件体系总体综述

2、中国汽车零部件产业发展现状

3、中国汽车零部件的市场格局分析

4、中国汽车零部件企业突围策略

二、进出口市场

1、2014-2016年汽车零部件进出口概况

2、2014-2016年汽车零部件进出口数据分析

三、行业发展模式

1、我国汽车零部件行业组织结构模式发展阶段

2、中国汽车零部件行业发展模式现状

3、国外汽车零部件行业模式比较

4、我国汽车零部件行业模式的发展方向

五、汽车零部件再制造市场

1、发展状况

2、运营模式

3、突出问题

4、发展建议

第四章 2014-2016年中国汽车行业进出口分析

第一节 2014-2016年中国汽车行业进出口分析

一、2014-2016年我国汽车产业进出口总体走势

二、2014-2016年我国汽车整车进出口特征分析

三、2014-2016年中国汽车热点车型进出口数据分析

第二节 2014-2016年中国汽车行业进出口分析

一、2014-2016年中国汽车进出口贸易形势

二、2014-2016年中国汽车产业进出口目的地分析

三、2014-2016年中国汽车整车进口来源地分析

四、2014-2016年中国汽车进出口贸易逆差分析

第三节 2014-2016年中国汽车行业进出口分析

一、2014-2016年中国汽车进出口贸易简析

二、2016年中国汽车进出口数量金额

三、2016年中国汽车出口变化趋势

第四节 2014-2016年部分区域汽车出口概况

一、2016年湖北省汽车出口概况

- 二、2016年河南省汽车出口量大幅增长
- 三、2016年新疆口岸汽车出口量大幅增长
- 四、2016年安徽汽车出口量平稳增长
- 五、2016年河北省汽车出口贸易特征
- 六、2016年宁波口岸汽车出口状况

第五章 主要流通领域市场分析

第一节 2014-2016年中国汽车消费信贷市场运行动态

一、2014-2016年中国汽车消费信贷状况分析

- 1、我国汽车消费信贷发展特征
- 2、国外汽车信贷对我国汽车信贷市场的影响
- 3、我国汽车信贷存在的问题
- 4、我国汽车消费信贷市场的发展趋势

二、2014-2016年中国汽车消费信贷模式分析

- 1、我国汽车消费信贷业务模式分析
- 2、我国汽车消费信贷模式风险分析
- 3、我国汽车消费信贷运营模式趋势

三、2014-2016年中国汽车消费信贷市场存在问题与对策

- 1、汽车信贷市场问题的原因
- 2、我国汽车消费信贷市场存在的问题
- 3、我国汽车消费信贷市场发展的对策
- 4、我国汽车消费贷款产业链完善路径
- 5、我国汽车信贷主要障碍及对策分析
- 6、我国汽车信贷市场发展建议

四、2014-2016年中国汽车保险市场状况解析

- 1、汽车保险市场特点
- 2、中国汽车保险改革发展分析
- 3、保险公司与汽车金融公司比较分析

五、2014-2016年中国汽车保险市场问题与对策分析

- 1、我国汽车保险市场存在的问题
- 2、我国汽车保险市场建设对策
- 3、我国汽车保险市场信息不对称问题及对策

第二节 2014-2016年中国汽车金融服务主体运营情况分析

一、银行汽车金融服务

- 1、中国工商银行股份有限公司
- 2、中国银行股份有限公司
- 3、招商银行股份有限公司
- 4、深圳发展银行股份有限公司

二、外资及合资汽车金融公司

- 1、上汽通用汽车金融公司
- 2、大众汽车（中国）金融服务公司
- 3、丰田汽车金融（中国）有限公司
- 4、福特汽车金融（中国）有限公司
- 5、戴-克汽车金融公司
- 6、沃尔沃汽车金融（中国）有限公司
- 7、东风标致雪铁龙汽车金融公司

三、本土汽车金融公司

- 1、奇瑞徽银汽车金融有限公司
- 2、北京今日新概念工贸有限责任公司

第三节 2014-2016年中国汽车融资租赁市场运行态势分析

一、2014-2016年中国汽车融资租赁简介

- 1、汽车融资租赁的定义
- 2、汽车融资租赁业务流程
- 3、汽车融资租赁的特点
- 4、汽车融资租赁的优势
- 5、汽车融资租赁和汽车消费信贷比较分析

二、2014-2016年中国汽车融资租赁市场分析

- 1、我国汽车融资租赁发展历程
- 2、租赁担保业参战汽车金融市场
- 3、租赁业涉足汽车金融面临政策缺乏

三、2014-2016年中国汽车融资租赁的问题与对策

- 1、我国汽车融资租赁业务面临的问题
- 2、发展我国汽车融资租赁业的对策
- 3、汽车融资租赁公司规避风险的措施

第四节 中国汽车电子行业概况

- 一、中国汽车电子产业发展特色
- 二、中国汽车电子产业发展所处的阶段
- 三、国内汽车电子高端市场发展情况
- 四、中国汽车电子企业的产品定位分析

第五节 2014-2016年中国导航市场发展现状

- 一、2014-2016年GPS导航消费市场整体现状和预测
- 二、2014-2016年中国GPS导航仪市场现状分析
- 三、2014-2016年运营商全面介入导航市场之争
- 五、2014-2016年中国GPS市场发展面临的问题

第六节 2014-2016年中国汽车音响产业运行概况

- 一、中国汽车音响业发展概况
- 二、我国汽车音响展露普及化苗头
- 三、我国汽车音响业的专用化分析
- 四、惠州成中国汽车音响生产中心
- 五、中国车载音响配置发展分析
- 六、中国汽车音响改装行业发展情况
 - 1、我国主要地区汽车音响改装行业概况
 - 2、汽车音响改装市场的人才问题及解决对策
 - 3、我国汽车音响改装市场发展空间广
- 七、中国汽车音响产业发展中存在的问题
 - 1、中国汽车音响行业发展不平衡
 - 2、中国中小汽车音响企业面临的困境
 - 3、汽车音响的销售困难分析
- 八、中国汽车音响业的发展策略
 - 1、汽车音响产业发展战略分析
 - 2、中国汽车音响产业的经营对策
 - 3、进入我国汽车音响业的发展建议
 - 4、完善中国汽车行业法律法规的思路

第七节 汽车美容

- 一、2016-2022年中国汽车美容行业发展趋势
 - 1、未来汽车工业发展六大趋势

2、未来汽车后市场发展趋势分析

3、汽车美容行业经营模式发展趋势

二、2016-2022年中国汽车美容行业发展前景

三、2016-2022年中国汽车美容行业发展预测

1、汽车市场规模预测

2、汽车后市场规模预测

3、汽车美容行业产值预测

四、中国行业投资机会分析

1、汽车美容行业高利润探秘

2、汽车美容行业吸引力分析

3、汽车美容行业增长动力分析

第八节 汽车专业维修行业

一、2014-2016年汽车后市场价格体系解析

1、汽车后市场企业的价格变动方式及幅度

2、消费者对价格变动的反应

3、竞争对手对价格变动的反应

4、企业对竞争对手变价的对策

二、汽车后市场面临的问题及对策

1、国内汽车后市场仍未成熟

2、中国汽车后市场存在的不足

3、制约我国汽车后市场发展的主要因素

4、中国汽车后市场的发展障碍

5、建立和完善汽车服务综合体系

6、汽车后市场产品质量问题突出

7、汽车后市场未来应注重高端路线

第九节 汽车租赁行业发展现状

一、汽车租赁业与出租汽车业同比分析

1、运作方式

2、管理成本

3、经营性质

4、管理方式

二、城市出租车租赁

1、2014-2016年国内出租车数量

(1)、全国出租车数量统计

(2)、2014-2016年各省出租车数量

2、城市出租车租赁重点城市发展分析

(1)、北京

(2)、上海

(3)、广州

3、城市出租车租赁市场前景预测

三、汽车租赁--会议租赁

1、会议租赁特点

2、会议租赁市场运营现状

3、汽车租赁--会议租赁市场前景预测

第十节 2014-2016年中国汽车文化与汽车运动产业

一、汽车售前咨询服务

二、汽车售后服务业务分析

三、汽车技术支持业务分析

四、汽车运动衍生经济分析

五、汽车俱乐部银企合作情况分析

六、汽车休闲活动衍生经济分析

七、俱乐部会员生活休闲衍生经济分析

第二部分 产业渠道及竞争分析

第六章 汽车行业市场及消费渠道分析

第一节 汽车市场特征分析

一、汽车市场消费特征

二、汽车消费者行为分析

三、汽车市场特征分析

第二节 汽车行业消费行为及心理分析

一、主要城市汽车市场调查

二、消费者对汽车品牌选择的调查

三、消费者对汽车消费满意度调查

第三节 2014-2016年汽车行业影响消费者选购因素分析

- 一、价格因素
- 二、质量因素
- 三、品牌的影响
- 四、广告的影响程度

第四节 2014-2016年汽车市场消费者费渠道分析

- 一、4S店
- 二、汽车综合卖场
- 三、汽车交易市场
- 四、汽车大道
- 五、网络渠道

第五节 2014-2016年我国汽车终端市场发展动态

一、上海汽车销售模式变革发展动态

- 1、上海国际汽车城汽车市场
- 2、闸北区的“汽车大道”建设情况
- 3、上海城区的东南角-上海车市建设情况
- 4、吴中路“实用性汽车消费街”的特色分析

二、广州汽车销售模式变革发展动态

- 1、黄石东路变革动态
- 2、白云大道变革动态
- 3、黄埔大道变革动态
- 4、新滘路、番禺大道变革动态
- 5、芳村汽车一条街

三、四川汽车市场的变革分析

- 1、成都车市利润普遍下滑
- 2、二手车市场面临大调整
- 3、综合卖场“风生水起”卖车“超市化”
- 4、巴中城区的专营店正加紧建设
- 5、混营大卖场体现超市化的优势

第七章 2014-2016年汽车流通产业竞争格局分析

第一节 汽车流通产业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 汽车流通产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国汽车流通产业竞争格局综述

一、汽车流通产业竞争概况

1、我国汽车市场迈入全面竞争阶段

2、我国汽车产业竞争形态分析

3、竞争加剧推动我国汽车业步入并购时代

4、我国汽车市场竞争持续升温

5、汽车市场竞争的主要手段

二、2014-2016年中国汽车市场竞争状况

1、2014-2016年国内主要汽车企业竞争动向

2、2014-2016年我国汽车品牌的企业经营情况分析

3、2014-2016年我国汽车企业在国外品牌高竞争下发展

三、中国汽车行业竞争力分析

1、我国汽车行业竞争力剖析

2、中国主流企规模迅速提升

3、我国中小汽车企业核心竞争力分析

4、国内汽车企业竞争能力提升途径

第四节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

1、汽车企业并购及盈利模式分析

2、国内外企业并购行为的差别比较

3、并购风险

4、并购模式

第五节 汽车行业并购重组分析

一、汽车行业进入并购重组新时代

- 1、全球化竞争加剧催生并购潮
- 2、国家政策推动汽车行业走向集中
- 3、大批车企需突破增长瓶颈

二、汽车行业并购重组案例解析

- 1、国外汽车行业并购重组案例
- 2、国内汽车行业并购重组案例

三、汽车行业并购重组趋势

- 1、不同所有制企业并购重组趋势
- 2、汽车商业并购重组趋势
- 3、企并购重组核心

第六节 2016-2022年年中国汽车企业竞争策略分析

- 一、加强我国汽车企业竞争力对策
- 二、国内汽车企业提升自身竞争力的对策
- 三、我国汽车企业应树立争当主角的信心
- 四、汽车企业应对价格竞争的策略

第八章 流通产业主要企业分析

第一节 国际主要汽车俱乐部企业分析

一、北美AAA汽车俱乐部

- 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

二、CAA大陆汽车俱乐部

- 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

三、北京越野者汽车俱乐部案例分析

- 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

四、苏友汽车俱乐部案例分析

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

第二节 世界主要汽车租赁企业

一、赫兹（Hertz）

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

二、安飞士·巴基特集团（AvisBudgetGroup）

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

第三节 国内主要汽车租赁企业

一、首汽（中国）汽车租赁有限公司

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

二、深圳市至尊汽车租赁股份有限公司

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

第三部分 产业发展规划及投资项目

第九章 中国汽车流通产业“十三五”规划

第一节 2014-2016年产业发展的总体目标

一、完善汽车营销和服务体系

二、积极培育二手车市场

三、促进和规范汽车配件流通

四、大力促进老旧汽车报废更新

五、加快报废汽车回收拆解业发展

六、提高汽车流通现代化水平

七、营造良好汽车流通环境

第二节 2014-2016年产业发展的阶段划分

一、从现阶段到完成调整过渡期

二、完成汽车工业调整阶段

三、产业快速增长阶段

第三节 2016-2022年产业相关的政策措施

第四节 2016-2022年中国汽车流通产业投资前景分析

一、2016年汽车市场增长潜力分析

二、2016年汽车主要潜力领域分析

第十章 2016-2022年汽车行业投资重点及风险

第一节 2016-2022年中国汽车流通产业发展SWOT分析

一、产业发展的优势

二、产业发展的劣势

三、产业发展的机会

四、产业发展的威胁

第二节 2014-2016年中国汽车流通领域环境分析

一、我国汽车保有量发展分析

1、历年我国汽车保有量情况

2、2016年我国保有量发展分析

二、2016-2022年我国用车环境发展状况分析

1、目前我国车主用车环境状况评估

2、2016-2022年影响汽车流通产业发展的有利因素分析

3、2016-2022年影响汽车流通产业发展的不利因素分析

第三节 2016-2022年中国汽车行业投资建议

一、农村地区市场潜力巨大

二、新能源汽车是投资的方向

三、加快自主品牌的提升

第四节 2016-2022年主要投资项目分析

一、新能源汽车的发展对策及战略

1、中国发展新能源汽车行业的对策措施

- 2、大力推进新能源汽车行业实现跨越式发展
- 3、加快我国新能源汽车市场发展的建议
- 4、中国新能源汽车发展的科技对策
- 5、新能源车市场导入策略分析

二、新能源汽车产业的发展前景及趋势

- 1、全球新能源汽车市场规模预测
- 2、中国新能源汽车发展空间广阔
- 3、中国新能源汽车产业机遇与挑战并存
- 4、中国新能源汽车未来发展趋势

第五节 2016-2022年新能源汽车行业投资风险及预防措施

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、预防风险的措施

第四部分 企业营销及发展的重点

第十一章 中国汽车行业营销案例分析

第一节 中国汽车营销的现状和特点

- 一、以产定销导致价格战
- 二、4S店是流通主体
- 三、政策市场
- 四、合资品牌主导
- 五、市场营销活动以厂家主导
- 六、以城市为营销主体
- 七、以新车营销为主导内容
- 八、汽车营销非信贷化
- 九、家庭为主要的营销对象
- 十、营销园区营销较少、潜力较大值得发掘

第二节 中国汽车营销成功案例分析

- 一、比亚迪F3的营销策略
- 二、大众集团营销渠道管理

三、开拓新市场案例-韩国汽车进入美国市场

- 1、时机有利
- 2、币值有利
- 3、员工素质有利

四、国内情感营销代表性案例-上海通用雪佛兰科鲁兹的《十一度青春》

五、网络营销代表性案例

- 1、SMART淘宝团购
- 2、东风悦达起亚微薄新车征名

六、电子商务趋势代表性案例

1、东风日产MARCH玛驰网上预订业务

- (1)、营销对象
- (2)、营销平台
- (3)、营销内容及表现方式

2、搜狐汽车推出车商宝

第三节 国外经典营销案例

一、手机汽车营销案例——美国雪佛兰经销商FoxChevrolet

二、微博互动营销案例——Kogi利用微博成美国知名流动餐馆之一

三、网上售车营销案例——通用汽车与eBay合作网上卖车

第四节 国内外营销方式特点总结

一、国内汽车营销特点

1、汽车厂家

- (1)、网络营销
- (2)、情感营销
- (3)、植入式营销

2、经销商

- (1)、常规营销手段
- (2)、网上售车
- (3)、电视购物、拍卖会
- (4)、汽车金融

二、国外汽车营销的特点

三、2016-2022年中国主流汽车营销方式预测

四、2016-2022年中国汽车渠道营销新趋势预测

- 1、有形市场繁荣发展
- 2、汽车电子商务雏形
- 3、二手车业务起步

第十二章 2016-2022年汽车企业发展重点分析

第一节 我国汽车市场投资建议

- 一、国内汽车企业的投资总况
- 二、我国汽车企业发展面临的瓶颈及应对方法
- 三、国内汽车企业与国外企业的差距

第二节 企业发展给予的措施和建议

- 一、企业不断进取的措施
- 二、企业逐步占有市场的关键

部分图表目录:

图表：2016年全球汽车产品市场占比

图表：2016年汽车整车制造行业出口交货值及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业应收账款净额及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业存货及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业产成品及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业资产合计及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业主营业务收入及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业主营业务成本及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业销售费用及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年汽车整车制造行业利润总额及增长全国及各省市数据统计

图表：2016年轿车产量全国及各省市统计

图表：2016年我国汽车进出口金额

图表：2016年我国汽车进出口数量

图表：2016-2022年全国汽车产量及市场规模预测

图表：2016-2022年天津市汽车制造行业市场规模预测

图表：2016-2022年天津汽车产量及销售预测

图表：2016-2022年上海汽车制造行业市场规模预测

图表：2016-2022年上海汽车产量及销售预测

图表：2016-2022年广东省汽车制造行业市场规模预测

图表：2016-2022年广东省汽车产量及销售预测

图表：2016-2022年江苏省汽车制造行业市场规模预测

图表：2016-2022年江苏汽车产量及销售预测

图表：2016-2022年浙江省汽车制造行业市场规模预测

图表：2016-2022年浙江省汽车产量及销售预测

图表：2016年国产轿车销量统计

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201608/20-211264.html>