

# 2017-2023年中国汽车经销商 市场分析预测及战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国汽车经销商市场分析预测及战略咨询报告》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/R0505/201711/24-245069.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](mailto: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：

### 第一章汽车经销商资金链条不容乐观

#### 第一节汽车销量与经销商资金链条关系分析

#### 第二节银行信贷与经销商资金链条关系分析

#### 第三节汽车经销商授信动态分析

##### 一、浅谈汽车经销商授信审查

##### 二、光大银行预警汽车经销商风险

##### 三、首家汽车经销商集团获中信银行综合授信

### 第二章汽车经销商授信风险的主要来源

#### 第一节授信客体风险

##### 一、汽车经销行业与市场竞争风险

##### 二、汽车经销商的经营与道德风险

##### 三、潜藏第二还款来源风险

#### 第二节授信主体风险

##### 一、操作风险

##### 二、“同业竞争”风险

### 第三章汽车经销商授信风险防范与控制对策研究

#### 第一节实行严格准入与退出机制

#### 第二节采取复合担保方式规避第二还款来源风险

##### 一、规范库存车辆质押行为

##### 二、以汽车提单作为授信质押物

##### 三、扣留合格证作为促使按时还款的手段

#### 第三节加强授信后期跟踪管理

#### 第四节加强授信业务人员队伍建设

#### 第五节建立银行同业公会通报制度

### 第四章 中国汽车流通行业分析

#### 第一节中国汽车流通行业综合分析

- 一、中国汽车流通的发展历程
- 二、我国汽车流通行业逐渐发展成熟
- 三、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演
- 四、中国汽车流通领域业态分析
- 五、我国汽车流通体制向品牌营销转变

## 第二节汽车流通的渠道分析

- 一、我国汽车流通渠道酝酿变局
- 二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌
- 三、我国轿车流通渠道分析
- 四、2016年2季度汽车流通渠道新模式

## 第二章中国汽车经销业务模式

### 第一节经销简介

- 一、经销的特点
- 二、经销分类
- 三、经销协议
- 四、经销方式的利弊
- 五、经销方式的问题

### 第二节中国汽车经销发展总况

- 一、发展历程
- 二、发展特色
- 三、中国汽车经销商分布区域特征明显
- 四、中国各类汽车经销业务发展浅析

### 第三节经销模式

- 一、主要营销模式
- 二、营销模式特点
- 三、进口汽车经销模式
- 四、营销渠道发展特点

## 第五章2016年2季度中国汽车经销商发展分析

### 第一节2016年2季度中国汽车经销商发展概况

- 一、中国汽车经销商生存环境
- 二、中国汽车经销商发展特点

三、中国汽车经销商数据统计

四、中国汽车4S店数量统计及增加情况

第二节2016年2季度中国汽车经销商盈利能力分析

一、利润率

二、盈利结构

第三节市场份额

一、汽车经销商排名

二、汽车经销商市场份额

第四节汽车经销商地域特征

第六章 中国汽车销售分析

第一节中国汽车销售概况

一、中国汽车分网销售分析

二、我国汽车销售业面临多业态转型

三、我国汽车销售市场面临洗牌

四、多家汽车企业变革销售网络促销

五、汽车销售服务新法规的优势分析

第二节2013-2016年2季度汽车销售市场状况

一、2013年我国汽车销售状况

二、2014年全国汽车销量创新高

三、2015年我国汽车销量分析

四、2015年汽车产销分析

四、2016年2季度汽车产销分析

第三节2016年2季度各品牌汽车销售状况

一、宝马

二、奥迪

三、奔驰

四、大众

五、奇瑞

第四节汽车销售模式分析

一、汽车销售4S店集群新模式介绍

二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式

三、汽车销售模式有待变革

四、汽车销售4S店存在的问题分析

五、我国汽车销售必须打破传统模式

五、&ldquo;总量控制&rdquo;或将改变汽车销售模式

第五节汽车销售中存在的问题及对策

一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展

二、我国汽车销售价格战原因及对策解析

三、提高汽车销售服务水平的措施

第七章中国新车销售业务现状及前景预测

第一节新车销量特点

一、总销量

二、乘用车销量特点

三、商用车销量特点

第二节新车价格特点

一、整体价格

二、乘用车价格

三、商用车价格

第三节经销模式

一、乘用车经销模式

二、商用车经销模式

第四节经销商经营现状

一、新车销售盈利情况

二、盈利模式

三、建设成本

第八章中国二手车业务现状及前景预测

第一节销售情况

一、销售量

二、主要车型

三、销售价格

第二节经销模式

### 第三节市场前景预测

#### 一、发展趋势预测

#### 二、市场规模预测

## 第九章中国主要汽车生产企业经销网络

### 第一节一汽丰田

### 第二节广汽本田

### 第三节东风日产

### 第四节上海大众

### 第五节上海通用

### 第六节长安福特

## 第十章2016年2季度中国汽车经销商龙头企业分析

### 第一节庞大集团

#### 一、公司简介

#### 二、经营情况

#### 三、竞争优势

### 第二节物产中大

#### 一、公司简介

#### 二、经营情况

#### 三、经销网络

### 第三节中升控股

#### 一、公司简介

#### 二、经营情况

#### 三、经销网络

### 第四节大昌行集团

#### 一、公司简介

#### 二、经营情况

#### 三、经销网络

### 第五节正通汽车

#### 一、公司简介

#### 二、经营情况

### 三、公司扩张

#### 第六节大东方

##### 一、经营情况

##### 二、业务规划

#### 第七节开元汽车

##### 一、公司简介

##### 二、经营情况

#### 第八节联拓集团

#### 第九节亚夏汽车

#### 第十节漳州发展

#### 第十一节特力集团

#### 第十二节G.A.控股

### 第十一章汽车经销商的融资现状及融资模式

#### 第一节汽车经销商融资现状

##### 一、股权融资

##### 二、汽车销售金融服务网络银行信贷、

#### 第二节汽车经销商融资模式的延伸

##### 一、仓单质押模式

##### 二、买方信贷模式

##### 三、授信融资模式

##### 四、三种融资模式的对比分析

#### 第三节汽车经销商融资最新动态现金池融资

### 第十二章汽车经销商信贷风险分析

#### 第一节国际突发事件

##### 一、日本地震

##### 二、利比亚地缘政治引发的石油危机

#### 第二节国内相关政策的变动

##### 一、购置税鼓励政策退出

##### 二、部分城市汽车限购

#### 第三节信贷紧缩给汽车经销商带来较大困扰



一、融资成本高企

二、信贷紧缩的痛楚

三、银行信贷规模趋势分析

第四节汽车经销商在产业链中的弱势地位

第五节汽车经销商自身的经营风险分析

第六节汽车经销商授信模式风险分析

一、汽车销售金融服务模式下的汽车合格证质押风险

二、汽车经销商融资延伸模式风险分析

第十三章2017-2023年中国汽车经销商授信风险防控建议(ZYWZY)

第一节加强汽车未来销售的走势分析

一、短期内汽车销售情况不容乐观

二、着眼于国内汽车销售市场新动态变化及发展趋势

第二节进行全面风险排查

一、关注经销商的自身情况及应对之策

二、排查范围为经销商项下除低风险以外的全部授信业务

第三节加强风险防范举措

一、实行严格准入与退出机制

二、采取复合担保方式，规避第二还款来源风险

三、加强授信后期跟踪管理，及时调整授信控制总量

四、加强授信业务人员队伍建设，提高业务人员素质

五、建立银行同业公会通报制度

第四节调整授信策略

一、无厂家担保汽车经销商授信政策

二、厂商整体授信模式下授信政策调整

部分图表目录：

图表：中国汽车经销主要方式

图表：中国各类汽车营销模式特点对比

图表：进口与国产汽车经营模式对比

图表：2008-2015年中国汽车4S店数量

图表：2015年中国汽车4S店地区分布

图表：2015年中国主要汽车经销商毛利率对比

图表：中国汽车经销服务范围

图表：中美汽车经销商利润构成对比

图表：2015年中国排名前20位汽车经销商

图表：2015年美国前10名汽车经销商市场份额

图表：2015年中国营业收入排名前10汽车经销商市场份额

图表：2015年中国销量排名前10汽车制造商市场份额

图表：中国主要汽车经销商4S店布局区域特点

图表：2006-2016年2季度中国汽车销量

图表：2006-2016年2季度中国乘用车销量

图表：2006-2016年2季度中国基本型乘用车及SUV占乘用车销量的比重

图表：2006-2016年2季度中国排量1.0-1.6L乘用车占乘用车销量比重

图表：2015年中国各乘用车企业销售目标完成率

图表：2006-2016年2季度中国商用车销量

图表：2006-2016年2季度中国3类型客车销量比重

图表：2006-2016年2季度中国4类型货车销量比重

图表：2007-2016年2季度中国汽车价格指数

图表：2007-2016年2季度中国轿车价格指数

图表：2007-2016年2季度中国货车价格指数

图表：中国乘用车4S店建设流程

图表：经销商各类型汽车盈利能力对比

图表：中国经销商新车销售业务盈利模式

图表：汽车4S店建设成本构成

图表：中、日、韩汽车保有量与新车销量对比

图表：工信部及中汽协2016年中国汽车销量预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201711/24-245069.html>