

2018-2024年中国汽车4S 店服务市场调查与投资战略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国汽车4S店服务市场调查与投资战略报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201805/30-262644.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

2015年我国汽车经销商总数为22900家，2014年约23820家。由于新增市场的需求，经销商网络扩张依然是各主机厂家发展的重中之重。2006-2015年中国汽车4S店数量情况 数据来源：公开资料、中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国汽车4S店服务市场调查与投资战略报告》共十三章。首先介绍了汽车4S店服务行业市场发展环境、汽车4S店服务整体运行态势等，接着分析了汽车4S店服务行业市场运行的现状，然后介绍了汽车4S店服务市场竞争格局。随后，报告对汽车4S店服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车4S店服务行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车4S店服务产业有个系统的了解或者想投资汽车4S店服务行业，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：

第一章汽车4S店的基本概述	16
第一节 4S意义阐述	16
一、Sale（整车销售）	16
二、Sparepart（零配件）	16
三、Service（售后服务）	16
四、Survey（信息反馈）	16
第二节汽车4S店的发展历程	17
第三节汽车4S店优势解析	17
一、信誉度方面	17
二、专业方面	18
三、售后服务保障方面	18
四、人性化方面	18
第二章2017年中国汽车4S店的经营环境分析	20
第一节2017年中国反垄断法的实施的优势分析	20
一、4S店将有更大优惠幅度的权利	20
二、4S店将引进副厂件来增强竞争力	20
三、4S店异地售车成为可能	20
四、4S店将不再局限于只经营一个品牌困局	21
五、4S店将逐步改变其与厂家的“从属”地位	21
六、4S店将不在是“千篇一律”	21
七、4S的优胜劣汰将有助于大型汽车经销商集团的出现	22
八、4S店的功能将发生变化	22
第二节2017年中国宏观经济环境分析	22
一、2017年中国GDP增长情况分析	22
二、2017年中国工业经济发展形势分析	24
三、2017年中国全社会固定资产投资分析	33
四、2017年中国社会消费品零售总额分析	37
五、2017年中国城乡居民收入与消费分析	39
六、2017年中国对外贸易发展形势分析	40
七、2017年中国宏观经济运行情况	41
第三节2017年中国汽车4S店行业政策环境分析	43
一、汽车服务细分行业管理体制	43
二、2015-2017年汽车补贴优惠政策	43
三、2017年节能与新能源汽车发展相关政策	45
四、中国制定车船税法	46
五、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁	47
六、2017年中国汽车行业政策环境综述	53
第四节2017年中国汽车4S店社会环境分析	57
一、人口	

环境分析 57二、教育环境分析 58三、科技环境分析 59四、生态环境分析 60五、消费环境分析 61

第三章 2017年中国汽车市场运行动态分析 62第一节 2014-2017年中国汽车制造业主要数据监测分析 62一、2017年中国汽车制造行业发展概况 62二、2014-2017年中国汽车制造业规模分析 62三、2017年中国汽车制造业结构分析 63四、2014-2017年中国汽车制造业产值分析 63五、2014-2017年中国汽车制造业成本费用分析 63六、2014-2017年中国汽车制造业盈利能力分析 64第二节 2014-2017年中国汽车产量统计分析 64一、2014-2017年全国汽车产量分析 64二、2017年全国及主要省份汽车产量分析 64第三节 2017年中国部分汽车销售情况分析 67一、2017年中国汽车产业总体产销情况 67二、2017年中国轿车市场销售情况 68三、2017年中国轿车品牌销量分析 682017年6月轿车销量前十车型(单位:辆)数据来源:公开资料、中国产业研究报告网整理四、2017年中国六大地区客车销售状况 68五、2017年中高档城市SUV增长迅速 69第四节 2014-2017年中国汽车市场价格变化分析 69一、2014年中国汽车市场价格走势分析 69二、2015年中国汽车市场价格变化浅析 70三、2016年国内汽车市场价格变化分析 70四、2017年中国汽车市场价格预测分析 70第五节 2017年中国汽车零售业发展概况 71一、中国汽车零售渠道发展阶段 71二、中国汽车零售渠道模式分析 72三、中国汽车零售渠道的新变化 73四、厂商与零售商集团关系变化 76五、中国汽车零售市场现状与趋势 77

第四章 2017年中国汽车4S店的经营现状分析 79第一节 2017年中国汽车4S店的经营模式 79一、横向发展的多品牌经营模式 79二、纵向发展的单品牌的经营模式 79第二节 中国汽车4S店的行业状况分析 80一、30家汽车4S专营店落户天津汽贸街 80二、产权式品牌汽车4S店聚集区亮相昆明 80三、佛山汽车4S店数激增有望近百 82四、比亚迪抛出新型营销模式“移动4S店” 82五、汽车4S店变革经销方式扩大利润空间 84第三节 2017年中国汽车4S店经营状况分析 84一、4S轿车专卖店流程 84二、中国汽车4S店数量分析 84三、中国汽车4S店经营规模 85四、中国汽车4S店经营形态 86五、中国汽车4S店利润构成 87第四节 2017年中国汽车4S店销售与消费情况分析 90一、整车的销售状况分析 90二、汽车用品销售额分析 91三、汽车用品伴随整车销售情况 91四、汽车用品的消费额分析 91五、汽车用品消费类别分析 93第五节 2017年中国汽车4S店汽车用品采购状况 94一、汽车用品采购体系 94二、汽车用品结算体系 95三、供应商选择和产品采购标准 97四、汽车用品经营满意度调查 98五、汽车用品经营障碍调查 99第六节 中国汽车4S店经营趋势分析 100一、产品新颖性质优利高将成为关注因素 100二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎 100三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径 101四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎 102

第五章 2017年国内外汽车4S店营销模式对比分析 104第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴 104一、美国汽车营销模式分析 104二、英国汽车营销模式分析 105三、日本汽车营销模式分析

106四、德国汽车营销模式分析 106第二节中国汽车4S店营销模式分析 109一、汽车品牌专卖店 109二、汽车交易市场 109三、汽车工业园 110四、汽车连锁销售业 111五、电子商务模式 111第六章 2017年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析 113第一节 2017年中国汽车售后服务现状 113一、汽车售后服务概述 113一、汽车售后服务成新竞争模式 113三、汽车售后服务现状分析 114第二节中国4S店售后服务营销策略分析 114一、实施客户满意战略 114二、实施服务差异化策略 115三、实施适时扩张策略 115第三节中国4S店客户满意战略分析 115一、实施内部整合营销策略 115二、实施客户关系管理策略 116三、实施服务流程优化策略 116四、实施优秀服务品质策略 117

第七章 2017年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析 118第一节汽车4S店整体市场分析 118一、利润 118二、选址 120三、品牌 121四、服务 122第二节 2017年中国汽车4S店市场竞争状况分析 123一、与二手车市场的竞争状况分析 123二、与汽车大卖场的竞争状况分析 124三、4S店之间的竞争状况分析 126第三节 2017年中国汽车4S店SWOT分析 127一、中国汽车4S店总体SWOT分析 127二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析 130

第八章 2017年中国汽车4S店竞争力经营策略 132第一节汽车销售模式异化 132一、4S + 2S模式 132二、汽车大卖场内设点 + 4S店 132三、“汽车大道”上的4S店 133第二节整体行销制胜 133第三节建立公司的门户网站 134第四节经营重心从仅仅关注新车销售到销售与售后并举 134第五节提升整体服务水平 135第六节建立自己企业的人才储备 135第七节打造自己的服务品牌 136第八节实行客户CRM系统管理 136

第九章 2014-2017年北京现代汽车4S店服务营销研究 138第一节 2014-2017年北京现代汽车4S店运行综述 138第二节 2017年北京现代汽车4S店战略分析 139一、品牌根据地 139二、以知识管理促创新 140三、服务创新带来高客户满意度 141第三节 2017年北京现代三四线城市发展策略 142一、产品差异化 142二、渠道差异化 143第四节北京现代汽车4S店服务营销策略的实施 144一、服务品质策略 144二、服务价格策略 146三、服务形象策略 147四、服务管理策略 149第五节北京现代汽车4S店服务营销策略的改进 151一、北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势 151二、提高员工满意度的策略 153三、降低零配件价格 155四、服务流程的优化 157

第十章 2017年东风日产4S店发展战略分析 162第一节 2017年中国东风日产4S店动态分析 162一、东风日产北京4S店达26家 162二、2017年东风日产销售目标分析 162三、2017年东风日产产品销量分析 162第二节东风日产4S店的盈利模式分析 163一、东风日产4S店盈利模式 163二、东风日产4S店盈利特点 163第三节东风日产4S店的重点盈利顾客分析 165一、东风日产4S店顾客盈利性分析 165二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析 166三、东风日产4S店的顾客层次分析 168第四节东风日产4S店发展实施策略 169一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义 169二

、从品牌资产到顾客资产的战略转换 171

第十一章 2017年广州本田4S店的经营之道解析 173 第一节四位一体的品牌专营销售 173 第二节 广州本田的售后服务理念 174 一、基本理念 174 二、特约店销售服务的运营方针 174 第三节 双赢才会长久 175 一、选择经销商 175 二、投资回报“钱”景美好 176 三、广州本田品牌——值得打造 177 四、管理培训——利益挂钩 178 第四节 广州本田选择经销商原则 179

第十二章 2017年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析 182 第一节 2017年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析 182 一、规划布局不尽科学，恶性竞争时有发生 182 二、硬件良好软件水准有待提高 182 三、运营成本过高销售利润偏低 183 四、依赖汽车品牌缺乏自身品牌 183 五、收入渠道狭窄亟待拓宽业务范围 184 六、营销队伍专业化程度较低 184 第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析 185 一、合理布局开创多样化营销模式 185 二、提升管理理念加强经营管理 185 三、打造自身服务品牌和形象 186 四、转变经营观念谋求长期发展 186 五、行业整合和联盟化集团化道路 187 六、发挥政府调控作用促进企业发展 188

第十三章 2018-2024年中国汽车4S店产业投资战略研究 189 (ZY LII) 第一节 2018-2024年中国汽车4S店行业投资概况 189 一、汽车4S店行业投资特性 189 二、汽车4S店具有良好的投资价值 189 三、汽车4S店投资环境利好 192 第二节 2018-2024年中国汽车4S店投资机会分析 194 一、汽车4S店投资热点 194 (ZY LII) 二、汽车4S店投资吸引力分析 195 第三节 2018-2024年中国汽车4S店投资风险及防范 195 第四节 投资建议 200

图表目录：图表 1 2016年GDP初步核算数据 22 图表 2 2016年GDP环比和同比增长速度 23 图表 3 2017年GDP初步核算数据 24 图表 4 2017年GDP同比增长速度 24 图表 5 2015-2017年规模以上工业增加值同比增长速度 25 图表 6 2017年规模以上工业生产主要数据 26 图表 7 2015-2017年钢材日均产量及同比增速 28 图表 8 2015-2017年水泥日均产量及同比增速 29 图表 9 2015-2017年十种有色金属日均产量及同比增速 29 图表 10 2015-2017年乙烯日均产量及同比增速 30 图表 11 2015-2017年汽车日均产量及同比增速 30 图表 12 2015-2017年轿车日均产量及同比增速 31 图表 13 2015-2017年发电量日均产量及同比增速 31 图表 14 2015-2017年原油加工量日均产量及同比增速 32 图表 15 2015-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速 33 图表 16 2015-2017年固定资产投资到位资金同比增速 34 图表 17 2017年固定资产投资（不含农户）主要数据 35 图表 18 2015-2017年社会消费品零售总额分月同比增长速度 37 图表 19 2017年社会消费品零售总额主要数据 38 图表 20 2013-2020 年新能源汽车补贴标准（单位：万元/辆） 45 略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201805/30-262644.html>