

# 2021-2027年中国汽车经销商 市场研究与行业竞争对手分析报告

## 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

《2021-2027年中国汽车经销商市场研究与行业竞争对手分析报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/202012/22-378093.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

2019年车市下行导致豪华车价格下探，是毛利率下降的主要原因之一。另外，去年进口关税下调，导致消费者持币观望，经销商库存积压严重，在折价促销之后，中升、永达、广汇受此影响最明显，毛利率分别下滑至3.1%、2.37%、2.2%。正通有选择性的拓展豪华及超豪华品牌经销网络，代理品牌进入新的生命周期，着力提高盈利能力优异品牌占比，加之东正金融带来利息收入的迅速增长，18年新车收入毛利率高达6.1%，而美东的“单城单店”则使得排名在第二，达到4.6%。

售后服务毛利率远高于整车销售，强力支撑各经销商盈利结构。各经销商售后服务毛利率在45%-50%的区间内，维持在行业合理范畴内。中升和美东达到了48.7%和48.2%的高水平，得益于其持续发掘售后市场的潜力，美东更是促成各店实现“售后吸收费用”的策略，即要达到仅售后服务的毛利就足以支付门店运营开支的总和。尽管新车收入在总收入中占到85%以上的绝对比重，但各经销商更为重视售后服务对盈利体系的重要性，其比重不断提高将是未来趋势。汽车经销商新车收入毛利率 汽车经销商售后服务收入毛利率 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国汽车经销商市场研究与行业竞争对手分析报告》共七章。首先介绍了中国汽车经销商行业市场发展环境、汽车经销商整体运行态势等，接着分析了中国汽车经销商行业市场运行的现状，然后介绍了汽车经销商市场竞争格局。随后，报告对汽车经销商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车经销商行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车经销商产业有个系统的了解或者想投资中国汽车经销商行业，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 中国汽车经销业务模式

#### 1.1 发展历程

#### 1.2 经销模式

##### 1.2.1 主要营销模式

##### 1.2.2 营销模式特点

##### 1.2.3 进口汽车经销模式 1.2.4 营销渠道发展特点

## 第二章 中国主要汽车经销商发展现状

中升股价和市值领先同行，行业最新PB、PE估值有所回升，现时中升、广汇和美东PE估值较同行高。从市值来看，中升477亿元为永达的3.56倍，永达和正通分别为134.57亿和111.33亿，和谐与美东市值体量相近，分别只有52亿元和42.5亿元。美东、中升和广汇的最新PE估值相近，分别为12.56、11.49和11.24倍的PE，行业平均为9.7倍PE，高于18年的6.6倍。美东、中升和永达最新PB估值分别为3.30、2.29和1.31倍PB，其余经销商PB估值不足1倍。行业平均PB为1.5倍，高于18年的1.2倍，低于17年的2倍。汽车经销商估值情况\*至4月26日股

股票代码

股票名称

股价

市值（亿元）

EPS18

PE16

PE17

PE18

PE最新

PB16

PB17

PB18

PB最新

0881.HK

中升控股

21

477.06

1.6

16.65

13.48

7.76

11.49

1.14

2.45

1.76

2.29

3669.HK

永达汽车

7.3

134.57

0.68

8.54

12.78

4.66

9.41

1.1

2.31

0.87

1.31

1728.HK

正通汽车

4.5

111.33

0.5

8.13

20.58

6.97

7.97

0.49

1.69

0.81

0.8

1293.HK

广汇宝信

2.6

72.64

0.2

35.76

12.79

6.93

11.24

0.85

1.53

0.76

0.9

3836.HK

和谐汽车

2.8

42.45

0.45

6.34

67.92

4.36

5.44

0.62

1.3

0.57

0.54

1268.HK

美东汽车

4.5

52.02

0.32

9.26

11.8

8.85

12.56

1.36

2.58

2.36

3.3

行业平均

7.1

148.3

0.6

2.2

0.6

6.6

9.7

0.9

2

1.2

1.5

-

2.1 经销商数量

2.2 盈利情况

2.2.1 利润率

2.2.2 盈利结构

2.3 市场份额

2.3.1 汽车经销商排名

2.3.2 汽车经销商市场份额

2.4 汽车经销商地域特征

### 第三章 中国新车销售业务现状及前景预测

3.1 新车销量特点

3.1.1 总销量

3.1.2 乘用车销量特点

3.1.3 商用车销量特点

3.2 新车价格特点

- 3.2.1 整体价格
- 3.2.2 乘用车价格
- 3.2.3 商用车价格
- 3.3 经销模式
  - 3.3.1 乘用车经销模式
  - 3.3.2 商用车经销模式
- 3.4 经销商经营现状
  - 3.4.1 新车销售盈利情况
  - 3.4.2 盈利模式
  - 3.4.3 建设成本
- 3.5 发展趋势预测

## 第四章 中国二手车业务现状及前景预测

- 4.1 销售情况
  - 4.1.1 销售量
  - 4.1.2 主要车型
  - 4.1.3 销售价格
- 4.2 经销模式
- 4.3 市场前景预测
  - 4.3.1 发展趋势预测
  - 4.3.2 市场规模预测

## 第五章 中国汽车售后服务现状及前景预测

- 5.1 售后服务发展现状
  - 5.1.1 盈利模式
  - 5.1.2 发展趋势
- 5.2 汽车维修
  - 5.2.1 经营模式
  - 5.2.2 汽车经销商维修业务竞争力
  - 5.2.3 市场需求
- 5.3 汽车金融
- 5.4 汽车保险



## 第六章 中国主要汽车生产企业经销网络

### 6.1 一汽丰田

### 6.2 广汽本田

### 6.3 东风日产

### 6.4 上海大众

### 6.5 上海通用

### 6.6 长安福特

## 第七章 中国主要汽车经销商研究

### 7.1 庞大集团

#### 7.1.1 公司简介

#### 7.1.2 经营情况

#### 7.1.3 竞争优势

### 7.2 物产中大

#### 7.2.1 公司简介

#### 7.2.2 经营情况

#### 7.2.3 经销网络

### 7.3 中升控股

#### 7.3.1 公司简介

#### 7.3.2 经营情况

#### 7.3.3 经销网络

### 7.4 大昌行集团

#### 7.4.1 公司简介

#### 7.4.2 经营情况

#### 7.4.3 经销网络

### 7.5 正通汽车

#### 7.5.1 公司简介

#### 7.5.2 经营情况

#### 7.5.3 公司扩张

### 7.6 大东方

#### 7.6.1 经营情况

#### 7.6.2 业务规划

7.7 开元汽车
7.7.1 公司简介
7.7.2 经营情况
7.8 联拓集团
7.9 亚夏汽车
7.10 漳州发展
7.11 特力集团
7.12 G.A.控股

## 图表目录：

图：中国汽车经销主要方式

表：中国各类汽车营销模式特点对比

图：进口与国产汽车经营模式对比

图：2013-2019年中国汽车4S店数量

图：2019年中国汽车4S店地区分布

图：2019年中国主要汽车经销商毛利率对比

图：中国汽车经销服务范围

图：中美汽车经销商利润构成对比

表：2019年中国排名前20位汽车经销商

图：2019年美国前10名汽车经销商市场份额

图：2019年中国营业收入排名前10汽车经销商市场份额

图：2019年中国销量排名前10汽车制造商市场份额

表：中国主要汽车经销商4S店布局区域特点

图：2006-2019年中国汽车销量

图：2006-2019年中国乘用车销量

图：2006-2019年中国基本型乘用车及SUV占乘用车销量的比重

图：2006-2019年中国排量1.0-1.6L乘用车占乘用车销量比重

表：2019年中国各乘用车企业销售目标完成率

图：2006-2019年中国商用车销量

图：2006-2019年中国3类型客车销量比重

图：2006-2019年中国4类型货车销量比重

图：2007-2019年中国汽车价格指数

图：2007-2019年中国轿车价格指数

图：2007-2019年中国货车价格指数

图：中国乘用车4S店建设流程

表：经销商各类型汽车盈利能力对比

图：中国经销商新车销售业务盈利模式

图：汽车4S店建设成本构成

表：中、日、韩汽车保有量与新车销量对比

表：工信部及中汽协2019年中国汽车销量预测

图：2021-2027年中国新车销量预测

图：2013-2019年中国中、东、西部地区民用汽车保有量

图：2013-2019年中国中、东、西部地区民用汽车保有量增长速度

图：2017-2019年中国二手车销售量

图：各国二手车与新车销量比例对比

图：2010-2019年中国二手车成交车型构成

图：2013-2019年中国二手车平均交易价格

图：中美二手车保值率对比

图：中国二手车主要交易模式

图：主要国家二手车交易模式

图：2019年中国交易的二手车使用年限分布

图：中国消费者预期更换车辆年限分布

图：2021-2027年中国二手车销量预测

图：中国汽车售后服务盈利模式

表：中国汽车维修经营模式

表：汽车部分零部件更新周期

图：2019年各国汽车贷款比例对比

图：2013-2019年中国汽车信贷规模

表：中美汽车经销商提供金融服务对比

图：2014-2019年中国车险保费收入

表：中美汽车经销商提供金融服务对比

表：2019年一汽丰田汽车经销商分布

表：广汽本田汽车经销商分布

表：东风日产汽车经销商分布

表：上海大众汽车经销商分布

表：上海大众斯柯达汽车经销商分布

表：上海通用别克汽车经销商分布

表：上海通用雪佛兰汽车经销商分布

表：上海通用凯迪拉克汽车经销商分布

表：长安福特汽车经销商分布

图：2013-2019年庞大集团汽车销量

图：2013-2019年庞大集团汽车分品牌销量情况

图：2007-2019年庞大集团主营收入及净利润

表：2013-2019年庞大集团分业务收入构成

表：2013-2019年庞大集团新车销售业务收入

表：2013-2019年庞大集团售后业务收入

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202012/22-378093.html>