

# 2015-2020年中国汽车4S 店行业分析与投资前景研究调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国汽车4S店行业分析与投资前景研究调查报告》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.bosidata.com/jiaotong1502/5012851H4H.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告目录：

## 第一章 汽车4S店的基本概述

### 第一节 4S意义阐述

- 一、Sale（整车销售）
- 二、Sparepart（零配件）
- 三、Service（售后服务）
- 四、Survey（信息反馈）

### 第二节 汽车4S店的发展历程

### 第三节 汽车4S店优势解析

- 一、信誉度方面
- 二、专业方面
- 三、售后服务保障方面
- 四、人性化方面

## 第二章 2014年中国汽车4S店的经营环境分析

### 第一节 2014年中国反垄断法的实施的优势分析

- 一、4S店将有更大优惠幅度的权利
- 二、4S店将引进副厂件来增强竞争力
- 三、4S店异地售车成为可能
- 四、4S店将不再局限于只经营个别品牌困局
- 五、4S店将逐步改变其与厂家的“从属”地位
- 六、4S店将不再是“千篇一律”
- 七、4S的优胜劣汰主推大型汽车经销商集团出现
- 八、汽车4S店功能将发生变化

### 第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

### 第三节 2014年中国汽车4S店行业政策环境分析

- 一、《2015-2020年中国汽车4S店行业分析与投资前景研究调查报告》

- 二、汽车服务细分行业管理体制
  - 三、2013-2014年汽车补贴优惠政策
  - 四、2014年节能与新能源汽车发展相关政策
  - 五、2014年中国制定车船税法
  - 六、《2015-2020年中国汽车4S店行业分析与投资前景研究调查报告》的变迁
  - 七、2014年中国汽车行业政策环境综述
- 第四节 2014年中国汽车4S店社会环境分析
- 一、人口环境分析
  - 二、教育环境分析
  - 三、科技环境分析
  - 四、生态环境分析
  - 五、消费环境分析

### 第三章 2014年中国汽车市场运行动态分析

#### 第一节 中国汽车制造业主要数据监测分析

- 一、2014年中国汽车制造行业发展概况
- 二、2014年中国汽车制造业规模分析
- 三、2014年中国汽车制造业结构分析
- 四、2004-2014年中国汽车制造业产值分析
- 五、2004-2014年中国汽车制造业成本费用分析
- 六、2004-2014年中国汽车制造业盈利能力分析

#### 第二节 2013-2014年中国汽车产量统计分析

- 一、2013-2014年全国汽车产量分析
- 二、2014年全国及主要省份汽车产量分析
- 三、2014年汽车产量集中度分析

#### 第三节 2014年中国部分汽车销售情况分析

- 一、2014年中国汽车产业总体产销情况
- 二、2014年中国轿车市场销售情况
- 三、2014年中国轿车品牌销量分析
- 四、2014年中国六大地区客车销售状况
- 五、2014年中高档城市SUV增长迅速

#### 第四节 2013-2014年中国汽车市场价格变化分析

- 一、2013年中国汽车市场价格走势分析
- 二、2013年中国汽车市场价格变化浅析
- 三、2014年国内汽车市场价格变化分析
- 四、2014年中国汽车市场价格预测分析
- 第五节 2014年中国汽车零售业发展概况
  - 一、中国汽车零售渠道发展阶段
  - 二、中国汽车零售渠道模式分析
  - 三、中国汽车零售渠道的新变化
  - 四、厂商与零售商集团关系变化
  - 五、中国汽车零售市场现状与趋势

#### 第四章 2014年中国汽车4S店的经营现状分析

##### 第一节 2014年中国汽车4S店的经营模式

- 一、横向发展的多品牌经营模式
- 二、纵向发展的单品牌的经营模式

##### 第二节 2014年中国汽车4S店的行业状况分析

- 一、30家汽车4S专营店落户天津汽贸街
- 二、产权式品牌汽车4S店聚集区亮相昆明
- 三、佛山汽车4S店数激增有望近百
- 四、比亚迪抛出新型营销模式“移动4S店”
- 五、汽车4S店变革经销方式扩大利润空间

##### 第三节 2014年中国汽车4S店经营状况分析

- 一、4S轿车专卖店流程
- 二、中国汽车4S店数量分析
- 三、中国汽车4S店经营规模
- 四、中国汽车4S店经营形态
- 五、中国汽车4S店利润构成

##### 第四节 2014年中国汽车4S店销售与消费情况分析

- 一、整车的销售状况分析
- 二、汽车用品销售额分析
- 三、汽车用品伴随整车销售情况
- 四、汽车用品的消费额分析

## 五、汽车用品消费类别分析

### 第五节 2014年中国汽车4S店汽车用品采购状况

- 一、汽车用品采购体系
- 二、汽车用品结算体系
- 三、供应商选择和产品采购标准
- 四、汽车用品经营满意度调查
- 五、汽车用品经营障碍调查

### 第六节 中国汽车4S店经营趋势分析

- 一、产品新颖性质优利高将成为关注因素
- 二、汽车用品供需见面会将受到普遍欢迎
- 三、汽车用品采购联盟将成为主流采购途径
- 四、汽车用品销售方面的相关培训将受到欢迎

## 第五章 2014年国内外汽车4S店营销模式对比分析

### 第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴

- 一、美国汽车营销模式分析
- 二、英国汽车营销模式分析
- 三、日本汽车营销模式分析
- 四、德国汽车营销模式分析

### 第二节 中国汽车4S店营销模式分析

- 一、汽车品牌专卖店
- 二、汽车交易市场
- 三、汽车工业园
- 四、汽车连锁销售业
- 五、电子商务模式

## 第六章 2014年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析

### 第一节 2014年中国汽车售后服务现状

- 一、汽车售后服务概述
- 一、汽车售后服务成新竞争模式
- 三、汽车售后服务现状分析

### 第二节 中国4S店售后服务营销策略分析

- 一、实施客户满意战略
- 二、实施服务差异化策略
- 三、实施适时扩张策略

### 第三节 中国4S店客户满意战略分析

- 一、实施内部整合营销策略
- 二、实施客户关系管理策略
- 三、实施服务流程优化策略
- 四、实施优秀服务品质策略

## 第七章 2014年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析

### 第一节 汽车4S店整体市场分析

- 一、利润
- 二、选址
- 三、品牌
- 四、服务

### 第二节 2014年中国汽车4S店市场竞争状况分析

- 一、与二手车市场的竞争状况分析
- 二、与汽车大卖场的竞争状况分析
- 三、4S店之间的竞争状况分析

### 第三节 2014年中国汽车4S店SWOT分析

- 一、中国汽车4S店总体SWOT分析
- 二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析
- 三、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT分析
- 四、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析

## 第八章 2014年中国汽车4S店竞争力经营策略

### 第一节 汽车销售模式异化

- 一、4S + 2S模式
- 二、汽车大卖场内设点 + 4S店
- 三、“汽车大道”上的4S店

### 第二节 整体行销制胜

### 第三节 建立公司的门户网站

#### 第四节 转变经营重心销售与售后并举

#### 第五节 提升整体服务水平

#### 第六节 建立企业人才储备

#### 第七节 打造优质服务品牌

#### 第八节 实行客户CRM系统管理

### 第九章 2013-2014年北京现代汽车4S店服务营销研究

#### 第一节 2013-2014年北京现代汽车4S店运行综述

##### 一、2014年北京汽车4S店广东省扩张计划

##### 二、2014年北京限购政策影响4S店

##### 三、北京汽车4S店售后服务用户满意企业

#### 第二节 2014年北京现代汽车4S店战略分析

##### 一、品牌根据地

##### 二、以知识管理促创新

##### 三、服务创新带来高客户满意度

#### 第三节 2014年北京现代三四线城市发展策略

##### 一、产品差异化

##### 二、渠道差异化

#### 第四节 北京现代汽车4S店服务营销策略的实施

##### 一、服务品质策略

##### 二、服务价格策略

##### 三、服务形象策略

##### 四、服务管理策略

#### 第五节 北京现代汽车4S店服务营销策略的改进

##### 一、北京现代汽车4S店必须具备双品牌优势

##### 二、提高员工满意度的策略

##### 三、降低零配件价格

##### 四、服务流程的优化

### 第十章 2014年东风日产4S店发展战略分析

#### 第一节 2014年中国东风日产4S店动态分析

##### 一、东风日产北京4S店达26家

- 二、2014年东风日产销售目标分析
- 三、2014年东风日产产品销量分析
- 四、2014年东风日产销量目标及措施

## 第二节 东风日产4S店的盈利模式分析

- 一、东风日产4S店盈利模式
- 二、东风日产4S店盈利特点

## 第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析

- 一、东风日产4S店顾客盈利性分析
- 二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析
- 三、东风日产4S店的顾客层次分析

## 第四节 东风日产4S店发展实施策略

- 一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义
- 二、从品牌资产到顾客资产的战略转换

## 第十一章 2014年广州本田4S店的经营之道解析

### 第一节 四位一体的品牌专营销售

### 第二节 广州本田的售后服务理念

- 一、基本理念
- 二、特约店销售服务的运营方针

### 第三节 双赢才会长久

- 一、选择经销商
- 二、投资回报“钱”景美好
- 三、广州本田品牌--值得打造
- 四、管理培训--利益挂钩

### 第四节 广州本田选择经销商原则

- 一、必须有资金的保障
- 二、经销商资产结构应比较紧密和合理
- 三、必须有合法的经营场地和场所
- 四、要有先进的服务理念

## 第十二章 2014年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析

### 第一节 2014年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析

- 一、规划布局不合理带来恶性竞争
- 二、硬件良好软件水准有待提高
- 三、运营成本过高销售利润偏低
- 四、依赖汽车品牌缺乏自身品牌
- 五、收入渠道狭窄亟待拓宽业务范围
- 六、营销队伍专业化程度较低

## 第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析

- 一、合理布局开创多样化营销模式
- 二、提升管理理念加强经营管理
- 三、打造自身服务品牌和形象
- 四、转变经营观念谋求长期发展
- 五、行业整合和联盟化集团化道路
- 六、发挥政府调控作用促进企业发展

## 第十三章 2015-2020年中国汽车4S店产业投资战略研究

### 第一节 2015-2020年中国汽车4S店行业投资概况

- 一、汽车4S店行业投资特性
- 二、汽车4S店具有良好的投资价值
- 三、汽车4S店投资环境利好

### 第二节 2015-2020年中国汽车4S店投资机会分析

- 一、汽车4S店投资热点
- 二、汽车4S店投资吸引力分析

### 第三节 2015-2020年中国汽车4S店投资风险及防范

- 一、投资回收风险
- 二、市场机制风险
- 三、政策风险分析
- 四、汽车品牌风险
- 五、竞争风险

### 第四节 投资建议

图表目录：

图表：2012-2014年世界经济增长趋势：%

图表：2012-2014年世界贸易增长趋势：%

图表：2013-2014年主要发达经济体失业率：%

图表：2012-2014年主要经济体政府债务率：%

图表：2008-2014年主要发达经济体消费物价增长率：%

图表：1995-2014年汽车4S店相关专利申请数量变化走势图：个

图表：1995-2014年汽车4S店相关专利申请数量年度统计表：个

图表：1995-2014年汽车4S店相关专利公开数量变化走势图：个

图表：1995-2014年汽车4S店相关专利公开数量年度统计表：个

图表：汽车4S店相关专利申请人构成表：个

图表：汽车4S店相关专利技术构成表：个

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012-2015年世界经济增长趋势：%

图表：2012-2015年中国GDP经济增长趋势：%

图表：1995-2014年汽车4S店相关专利申请数量变化走势图：个

图表：汽车4S店产业链结构示意图

图表：2009-2014年中国汽车4S店产量及其增速走势图

图表：2009-2014年中国汽车4S店消费量及其增速走势图

图表：2009-2014年中国汽车4S店市场规模及其增速走势图

图表：2009-2014年中国汽车4S店市场价格走势图

图表：2015-2022年中国汽车4S店产量及消费量预测

图表：2015-2022年中国汽车4S店市场价格走势预测

图表：2009-2014年我国汽车4S店市场规模分区域统计表

图表：2015-2022年我国汽车4S店行业企业集中度预测

图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业企业数量增长趋势图  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业资产规模增长分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业销售规模增长分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业利润规模增长分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业产成品增长分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业出口交货值分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业总产值分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业成本费用结构变动趋势  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业销售成本分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业销售费用分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业管理费用分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业财务费用分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业资产收益率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业销售利润率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业总资产周转率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业流动资产周转率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业销售增长率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业利润增长率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业资产负债率分析  
图表：2010-2014年中国汽车4S店所属行业流动比率分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1502/5012851H4H.html>