

2015-2020年中国汽车销售 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国汽车销售市场现状分析及投资前景研究报告》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/jiaotong1411/L31618BHM7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国汽车销售市场现状分析及投资前景研究报告》共二十五章。介绍了汽车销售行业相关概述、中国汽车销售产业运行环境、分析了中国汽车销售行业的现状、中国汽车销售行业竞争格局、对中国汽车销售行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车销售产业发展前景与投资预测。您若想对汽车销售产业有个系统的了解或者想投资汽车销售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2012年，中国国产新车销售1930万辆，同比增长4.3%；二手车交易479万辆增长10.6%。2012年度，汽车经销商百强营业收入进一步增长，达到9664.1亿元，同比增长13.5%；销售汽车483.8万辆，增长23.5%，百亿级经销商集团已达25家。2014年1-8月，汽车产销1401.22万辆和1394.76万辆，同比增长12.36%和11.81%。截至目前，我国汽车保有量已达到1.3亿辆，为汽车后市场的规模和发展提供了广阔的空间，2012年我国汽车后市场规模已经达到4600亿元。预计未来几年我国汽车售后服务占汽车经销商净利润的比重将逐渐上升，售后市场规模将保持20%左右增速。

新车及售后服务市场空间广阔，在中国经济平稳增长的背景下，汽车刚性需求仍将保证较高自然增速，预计未来10年中国新车销量CAGR(复合年均增长率)约8-10%；快速增长的保有量规模以及车龄持续老化，两维度保证售后服务市场成长空间，2015年的汽车后服务市场规模有望增长至约1万亿元，对应5年CAGR(复合年均增长率) 27%以上。三四线城市将是中国未来几年最具增长潜力的汽车销售市场。商务部对外公布了《关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》显示，十二五期间，汽车流通领域集中度将进一步提高，出现收入超过千亿的经销商集团。汽车零售百强企业营业额占行业营业总量的比重要超过30%，同时培育30家主营业务超过100亿元的区域性汽车流通企业，3-5家超过1000亿元的大型汽车流通企业，重点汽车经销商在“十二五”期间将具有较大的发展空间。

报告目录：

第一章 汽车销售行业发展综述

第一节 汽车销售行业相关概述

一、汽车销售行业相关概念

(一) 汽车销售

(二) 汽车销售平台

二、汽车销售行业的业务结构

三、各国汽车销售业经营业态

四、汽车消费与经济协调发展分析

五、经济及货币变化对车市的影响

六、汽车行业在国民经济中的地位

第二节 汽车销售行业政策环境

一、汽车销售行业管理体制概述

二、汽车销售行业主要政策汇总

（一）汽车流通服务业主要政策

（二）二手汽车流通业相关政策

（三）老旧汽车报废更新补贴标准

三、汽车销售行业发展相关规划

（一）《汽车流通业“十二五”发展意见》

（二）《中华人民共和国车船税法实施条例》

（三）《节能与新能源汽车发展规划（2011-2020）》

（四）《关于促进战略性新兴产业国际化发展的指导意见》

四、汽车销售行业政策变化趋势

第三节 中国汽车投诉情况分析

一、汽车销售投诉情况统计分析

二、汽车细分车型投诉情况分析

（一）豪华车投诉情况分析

（二）中级车投诉情况分析

（三）微型车投诉情况分析

（四）小型车投诉情况分析

（五）紧凑车投诉情况分析

三、SUV汽车销售投诉情况分析

（一）SUV汽车投诉总体情况

（二）SUV汽车投诉车价属性

（三）SUV汽车投诉诉求方向

（四）SUV汽车投诉质量问题

（五）SUV汽车投诉区域情况

（六）SUV汽车投诉处理效率

四、中国主要省市汽车投诉情况分析

(一) 北京市汽车销售投诉情况

(二) 上海市汽车销售投诉情况

(三) 广东省汽车销售投诉情况

(四) 山东省汽车销售投诉情况

(五) 江苏省汽车销售投诉情况

(六) 浙江省汽车销售投诉情况

(七) 四川省汽车销售投诉情况

(八) 湖北省汽车销售投诉情况

(九) 河南省汽车销售投诉情况

(十) 河北省汽车销售投诉情况

(十一) 辽宁省汽车销售投诉情况

第二章 国际汽车销售市场运营分析

第一节 国际汽车销售市场发展分析

一、国外汽车销售市场发展分析

二、金砖四国汽车销售市场分析

三、国外主要国家汽车保有量情况

第二节 美国汽车销售市场发展分析

一、美国汽车销售体系发展历程

二、美国汽车后市场的发展历程

三、美国汽车销售市场发展现状

第三节 日本汽车销售市场发展分析

一、日本汽车销售市场发展现状

二、日本汽车销售市场现状分析

三、日本汽车销售市场发展趋势

第四节 欧洲汽车销售市场发展分析

一、德国汽车销售市场发展分析

二、法国汽车销售市场发展分析

三、英国汽车销售市场发展分析

四、意大利汽车销售市场发展分析

五、西班牙汽车销售市场发展分析

第五节 新兴市场汽车销售市场分析

一、俄罗斯汽车销售市场发展分析

二、巴西汽车销售市场发展分析

三、印度汽车销售市场发展分析

第六节 亚洲汽车销售市场发展分析

一、韩国汽车销售市场发展分析

二、印尼汽车销售市场发展分析

三、土耳其汽车销售市场发展分析

第七节 其他国家汽车销售市场分析

一、澳大利亚汽车销售市场分析

二、南非汽车销售市场发展分析

第三章 中国汽车行业生产情况分析

第一节 汽车行业产业链分析

一、汽车行业产业链概述

二、上游行业对汽车市场的影响

三、下游行业对汽车市场的影响

第二节 汽车行业经济运行分析

一、汽车制造行业发展概况

二、汽车行业工业产值分析

三、汽车总体生产情况分析

四、汽车工业的发展策略分析

第三节 乘用车总体生产情况分析

一、乘用车生产总情况

二、轿车生产情况分析

三、SUV生产情况分析

四、MPV生产情况分析

五、交叉型乘用车生产情况

第四节 商用车总体生产情况分析

一、商用车生产总情况

二、卡车生产情况分析

三、客车生产情况分析

四、微客生产情况分析

第四章 中国汽车市场车辆保值率分析

第一节 汽车市场车辆保值率概况

一、汽车保值率研究意义

二、乘用车分类标准分析

（一）A00级（微型车）

（二）A0级（小型车）

（三）A级（紧凑型车或经济型车）

（四）B级（中级车）

（五）C级（行政级或准豪华车）

（六）D级（豪华车）

三、汽车保值率发展特征分析

（一）汽车保值率形成的基础分析

（二）汽车保有量对汽车保值率影响

（三）汽车价格对汽车保值率的影响

（四）政策及地域差异对汽车保值率影响

第二节 A00级汽车保值率排名

一、A00级汽车品牌保值率排名

二、A00级汽车系列保值率排名

三、A00级汽车款式保值率排名

第三节 A0级汽车

第四节 A级汽车

第五节 B级汽车

第六节 C级汽车

第七节 D级汽车

第八节 SUV汽车

第九节 进口汽车

第五章 中国汽车市场车型关注度分析

第一节 汽车市场关注度分析

一、汽车市场关注指数分析

二、汽车车型关注度分析

三、汽车品牌关注度分析

（一）整体品牌

（二）进口品牌

（三）合资品牌

（四）自主品牌

四、汽车品牌关注度走势

（一）进口品牌

（二）合资品牌

（三）自主品牌

五、汽车厂商关注度分析

（一）汽车厂商关注排行

（二）汽车厂商关注走势

六、汽车价位关注度分析

（一）汽车价位关注分布

（二）汽车价位关注走势

七、汽车车型特征关注度

（一）车型类别关注状况

（二）车体结构关注状况

八、汽车区域关注度分析

第二节 跑车关注度分析

第三节 豪车关注度分析

第四节 大中型车关注度分析

第五节 中型车关注度分析

第六节 小型车关注度分析

第七节 微型车关注度分析

第八节 紧凑型车关注度分析

第九节 SUV汽车关注度分析

第十节 MPV汽车关注度分析

第六章 中国汽车用户消费调查情况分析

第一节 汽车市场汽车消费特点调查

一、汽车市场汽车消费特点

二、汽车消费观念地理差异

三、汽车消费偏好地理分布

四、消费者购车的影响因素

第二节 汽车用户计划购车调查分析

一、汽车用户计划购车准备情况

（一）汽车用户购车用途选择情况

（二）汽车用户汽车资讯获得渠道

二、汽车用户计划购车方式分析

（一）汽车用户购车途径选择情况

（二）汽车用户汽车付款方式分析

三、汽车用户养车费用情况分析

四、汽车用户二手车购买的意愿

五、汽车用户再购车计划情况分析

第三节 汽车用户购车选择情况调查

一、汽车用户购车价格选择情况

二、汽车用户购车厂商选择情况

三、汽车用户购车车型选择情况

第七章 中国汽车经销商市场运营状况分析

第一节 中国汽车经销市场发展概况

一、汽车销售市场特征分析

二、汽车销售市场运营模式分析

（一）汽车销售业务模式

（二）汽车销售市场经营模式

（三）汽车销售公司经营模式对比

三、汽车经销商经营业务转向分析

四、汽车销售体系的建设重点

五、汽车消费市场汽车售价指数分析

（一）汽车销售价格指数分析

（二）客车销售市场价格分析

（三）石油价格对汽车经销市场影响

六、汽车销售行业重组兼并分析

（一）汽车销售行业重组兼并现状

（二）汽车销售行业重组兼并趋势

第二节 汽车经销市场消费结构分析

一、二次购车需求的崛起

二、一二线城市消费显著

三、汽车消费重心西移

第三节 汽车经销商市场运营状况分析

一、汽车经销商企业数量情况

二、汽车经销商发展状况分析

三、汽车经销商新车购置成本

四、汽车经销商新车销售收入

五、汽车经销商业务收入结构

六、汽车经销商业务毛利率分析

第四节 中国汽车经销商风险调查分析

一、汽车经销商营运资本需求分析

二、汽车经销商的融资渠道分析

三、汽车经销商的融资成本分析

四、汽车经销商现金流管理分析

五、汽车经销商的库存管理分析

六、汽车经销商的厂商支持分析

第八章 中国汽车销售市场运营状况分析

第一节 汽车销售市场发展状况分析

一、中国汽车销售总情况分析

二、中国乘用车销售情况分析

（一）乘用车销售规模分析

（二）品牌乘用车销售规模

三、中国商用车销售情况分析

四、中国民用汽车注册数量分析

五、中国汽车市场购车需求结构

第二节 轿车销售市场发展状况分析

一、轿车市场发展概况分析

二、轿车市场经营模式分析

三、轿车市场消费需求分析

（一）轿车市场需求结构

（二）轿车市场销售情况

四、轿车经销行业进入壁垒

（一）资本壁垒-融资能力

（二）信息壁垒-市场反应与应对能力

（三）技术壁垒-服务能力

五、轿车市场发展的不利因素

（一）规模小及组织化程度低

（二）轿车经销商议价能力较低

（三）高级专业人才缺乏

六、上下游行业对轿车市场影响

（一）上游行业对轿车市场影响

（二）下游行业对轿车市场影响

七、轿车消费市场前景预测分析

第三节 SUV汽车销售市场发展分析

一、SUV市场消费需求特征

二、SUV市场销售规模分析

三、SUV行业的集中度分析

四、SUV细分价格市场分析

五、SUV市场深层战略启示

第四节 MPV汽车销售市场发展分析

一、MPV市场消费需求特征

二、MPV市场销售规模分析

三、MPV细分价格市场分析

四、MPV市场深层战略启示

第五节 卡车销售市场发展状况分析

第六节 客车销售市场发展状况分析

第七节 交叉型乘用车销售市场分析

第八节 校车销售市场发展状况分析

第九章 中国新能源汽车销售市场发展分析

第一节 新能源汽车销售市场发展分析

一、新能源汽车市场发展概况分析

二、各国新能源汽车政策情况分析

三、新能源汽车补助政策情况分析

（一）十米以上城市公交的政策

（二）公共服务领域汽车的政策

（三）私人购买新能源汽车的政策

四、新能源汽车推广的市场瓶颈

（一）新能源汽车推广的壁垒

（二）充电设施建设进程情况

（三）新能源汽车购置成本分析

五、新能源汽车市场销售规模分析

六、新能源汽车发展关键性问题分析

第二节 重大活动新能源汽车运营分析

一、北京奥运会新能源汽车运营情况

二、上海世博会新能源汽车运营情况

三、广州亚运会新能源汽车运营情况

四、深圳大运会新能源汽车运营情况

第三节 新能源客车销售市场发展分析

一、新能源客车市场销售规模

二、新能源客车发展的关键因素

三、新能源客车的未来发展方向

四、新能源客车市场存在的问题

五、“十二五”新能源客车发展前景

第四节 新能源汽车“十城千辆”城市示范工程

第十章 中国二手汽车销售市场发展分析

第一节 二手汽车销售市场发展状况分析

一、二手汽车市场发展状况分析

（一）二手汽车市场发展历程

（二）二手汽车市场发展现状

(三) 二手汽车市场运行特征

(四) 品牌二手汽车市场现状

二、二手汽车市场交易规模分析

(一) 二手汽车市场交易数量

(二) 二手汽车市场交易金额

(三) 全国新旧车交易量对比

三、二手汽车交易平均价格分析

四、二手汽车评估鉴定市场分析

(一) 二手汽车评估鉴定资质

(二) 二手汽车评估市场现状

五、二手汽车品牌认证市场分析

(一) 二手车品牌认证市场现状

(二) 二手车品牌认证车企情况

第二节 二手汽车交易市场SWOT分析

一、二手汽车市场优势分析

二、二手汽车市场劣势分析

三、二手汽车市场机会分析

四、二手汽车市场威胁分析

第三节 二手汽车区域交易市场情况分析

一、北京市

二、上海市

三、深圳市

四、广州市

五、东莞市

六、杭州市

七、苏州市

八、成都市

九、南京市

十、郑州市

十一、沈阳市

十二、青岛市

第十一章 中国汽车品牌销售市场发展分析

第一节 汽车主要品牌情况分析

一、汽车进口品牌情况分析

- (一) 德系品牌
- (二) 日韩品牌
- (三) 美系品牌
- (四) 欧系其他品牌

二、汽车合资品牌情况分析

- (一) 一汽集团
- (二) 东风汽车
- (三) 上海汽车集团
- (四) 北京汽车集团
- (五) 广州汽车集团
- (六) 华晨汽车集团
- (七) 长安汽车集团
- (八) 江铃汽车

三、汽车自主品牌情况分析

- (一) 比亚迪
- (二) 奇瑞汽车
- (三) 长安汽车
- (四) 长城汽车
- (五) 第一汽车集团
- (六) 上海汽车集团
- (七) 东风
- (八) 广州汽车集团
- (九) 北汽集团
- (十) 吉利汽车

第二节 汽车品牌市场销售分析

一、汽车品牌市场发展状况分析

- (一) 汽车品牌市场价值排行
- (二) 品牌汽车市场竞争情况

二、进口品牌汽车市场分析

(一) 进口品牌汽车销售量

(二) 进口品牌汽车市场价格

三、合资品牌汽车市场分析

(一) 合资品牌汽车销售量

(二) 合资品牌汽车市场价格

四、自主品牌汽车市场分析

(一) 自主品牌汽车销售量

(二) 自主品牌汽车市场价格

(三) 自主品牌汽车市场竞争

五、各级别汽车市场销售情况分析

(一) A00级汽车市场销售情况

(二) A0级汽车市场销售情况

(三) A级汽车市场销售情况

(四) B级汽车市场销售情况

(五) C级汽车市场销售情况

第三节 客车品牌销售市场分析

一、客车主要品牌情况分析

二、大型客车品牌销售情况

三、中型客车品牌销售情况

四、轻型客车品牌销售情况

第四节 轿车品牌销售市场分析

一、轿车主要品牌情况分析

二、品牌轿车销售情况分析

三、德系轿车销售情况分析

四、日系轿车销售情况分析

五、美系轿车销售情况分析

六、韩系轿车销售情况分析

七、法系轿车销售情况分析

第五节 卡车品牌销售市场分析

一、卡车主要品牌情况分析

二、重卡品牌销售情况分析

三、中卡品牌销售情况分析

四、轻卡品牌销售情况分析

第六节 豪华车品牌市场发展分析

一、豪华车市场发展状况分析

（一）豪华车市场销售情况

（二）豪华车市场竞争情况

二、奔驰市场销售情况分析

（一）奔驰市场价格情况

（二）奔驰销售数量情况

三、宝马市场销售情况分析

（一）宝马市场价格情况

（二）宝马销售数量情况

四、奥迪市场销售情况分析

（一）奥迪市场价格情况

（二）奥迪销售数量情况

五、路虎市场销售情况分析

（一）路虎市场价格情况

（二）路虎销售数量情况

六、捷豹市场销售情况分析

（一）捷豹市场价格情况

（二）捷豹销售数量情况

第十二章 中国汽车进出口市场情况分析

第一节 中国汽车进口市场情况分析

一、汽车进口市场数量情况

二、汽车进口市场金额分析

三、汽车零部件进口市场分析

四、汽车进口市场发展前景分析

第二节 中国汽车出口市场情况分析

一、汽车出口市场数量情况

二、汽车出口市场金额分析

三、汽车零部件出口市场分析

四、汽车出口市场发展前景分析

第三节 中国汽车分车型进出口市场分析

一、细分车型汽车进口市场分析

（一）轿车进口市场情况分析

（二）大中客车进口市场情况

（三）轻客进口市场情况分析

（四）重卡进口市场情况分析

（五）轻卡进口市场情况分析

二、细分车型汽车出口市场分析

（一）轿车出口市场情况分析

（二）大中客车出口市场情况

（三）轻客出口市场情况分析

（四）重卡出口市场情况分析

（五）轻卡出口市场情况分析

第十三章 中国汽车后市场发展状况分析

第一节 中国汽车保有量情况分析

一、中国民用汽车保有量情况

二、中国私人汽车保有量情况

三、各省市汽车的保有量情况

四、汽车千人保有量情况分析

第二节 汽车后市场发展状况分析

一、汽车后市场发展概况分析

二、汽车后市场阶段竞争优势分析

（一）初期阶段竞争优势特征

（二）成熟阶段竞争优势特征

三、汽车后市场销售规模分析

四、汽车售市场竞争状况分析

第三节 汽车后市场经营模式分析

一、汽车4S店模式

二、汽车连锁经营模式

三、汽车独立售后模式

第十四章 中国汽车维修养护市场发展分析

第一节 汽车维修养护市场发展分析

一、汽车维修养护市场发展状况分析

二、汽车维修养护市场经营模式

三、上下游行业对汽车维修市场影响

四、汽车维修养护市场进入壁垒

五、维修养护连锁市场竞争优势

六、汽车维修养护市场前景趋势

第二节 汽车快修市场发展状况分析

一、汽车快修连锁市场发展分析

二、汽车快修市场经营形式分析

三、汽车快修连锁主要载体分析

四、汽车快修连锁发展优势分析

五、汽车车漆快修市场发展分析

六、汽车快修市场发展趋势分析

第三节 汽车美容养护市场发展分析

一、汽车美容养护市场现状分析

二、汽车美容养护市场规模分析

三、汽车养护业连锁经营优劣势

四、汽车美容养护市场趋势分析

第十五章 中国汽车物流市场发展状况分析

第一节 中国汽车物流市场发展分析

第二节 汽车物流市场配送模式分析

第三节 中国汽车物流园区运营分析

第四节 汽车物流市场SWOT分析

第五节 汽车物流市场发展战略分析

第十六章 中国汽车金融保险市场发展分析

第一节 汽车消费金融市场发展状况分析

一、汽车金融市场发展状况分析

二、汽车金融市场融资方法分析

三、汽车金融服务市场盈利模式

四、汽车金融公司与银行车贷的比较

五、国内外汽车经销商金融服务比较

六、国外汽车金融服务的盈利模式

七、汽车金融市场发展对策分析

第二节 汽车消费信贷市场发展状况分析

一、汽车信贷市场发展现状分析

二、汽车信贷放贷主体结构分析

二、汽车消费信贷方式发展分析

三、汽车消费信贷市场发展分析

四、汽车信贷发展的制约因素分析

五、汽车信贷市场发展的建议分析

第三节 汽车消费保险市场发展状况分析

一、汽车保险市场发展状况分析

二、汽车保险市场竞争格局分析

三、汽车保险直接营销模式

四、汽车保险间接营销模式

五、汽车保险微信服务模式分析

第十七章 中国汽车销售4S店投资运营状况分析

第一节 中国汽车销售4S店发展分析

一、汽车经销4S店发展概况分析

（一）汽车4S店概念及发展历程

（二）4S店模式与其他模式区别

二、汽车销售4S店运营状况分析

（一）汽车销售4S店区域分布

（二）汽车销售4S店收入分析

（三）汽车4S店建设成本构成

（四）汽车4S店建设规模情况

三、汽车4S店市场竞争情况分析

四、汽车4S店发展战略趋势分析

第二节 汽车4S店市场竞争结构分析

一、现有竞争者的威胁分析

二、潜在竞争者的威胁分析

三、替代品的威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、顾客的议价能力分析

第三节 汽车4S店服务市场SWOT分析

一、汽车4S店服务市场优势

二、汽车4S店服务市场劣势

三、汽车4S店服务市场机会

四、汽车4S店服务市场威胁

第十八章 中国汽车销售行业市场竞争格局分析

第一节 汽车销售市场竞争格局分析

一、汽车销售市场竞争现状分析

二、汽车销售市场的集中度分析

三、汽车销售市场竞争趋势分析

第二节 汽车销售企业竞争因素分析

一、汽车质量

二、汽车品牌

三、汽车价格

四、售后服务

第三节 汽车经销企业竞争策略分析

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

三、整合优质资源

四、提升经营能力

五、树立品牌形象

六、调整市场策略

第十九章 中国汽车销售行业分区域市场发展分析

第一节 汽车销售区域市场分布特征分析

第二节 各省市汽车销售市场发展分析

一、北京市

(一) 北京市汽车保有量情况

(二) 北京市汽车销售市场现状

(三) 北京市汽车售后市场现状

(四) 北京市汽车销售市场前景

二、天津市

三、河北省

四、山东省

五、上海市

六、浙江省

七、江苏省

八、福建省

九、广东省

十、海南省

十一、辽宁省

十二、吉林省

十三、黑龙江省

十四、山西省

十五、安徽省

十六、江西省

十七、湖北省

十八、湖南省

十九、河南省

二十、广西

二十一、重庆市

二十二、四川省

二十三、云南省

二十四、贵州省

二十五、陕西省

第二十章 中国汽车销售行业百强汽车经销商运营分析

第一节 广汇汽车服务股份公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经营汽车品牌

四、企业营销网络分析

第二节 国机汽车股份有限公司

第三节 庞大汽贸集团股份有限公司

第四节 中升集团控股有限公司

第五节 利星行（北京）汽车有限公司

第六节 浙江物产元通机电（集团）有限公司

第七节 宝信汽车集团有限公司

第八节 湖北恒信德龙实业有限公司

第九节 上海永达集团股份有限公司

第十节 中国正通汽车服务控股有限公司

第十一节 广物汽贸股份有限公司

第十二节 天津市浩物机电汽车贸易有限公司

第十三节 广西长久汽车投资有限公司

第十四节 海南惠通嘉华投资有限公司

第十五节 润东汽车集团有限公司

第十六节 万帮金之星车业集团

第十七节 深圳市东风南方实业集团有限公司

第十八节 北京祥龙博瑞汽车服务（集团）有限公司

第十九节 山东远通汽车贸易集团有限公司

第二十节 北京运通国融投资有限公司

第二十一节 浙江金昌汽车集团有限公司

第二十二节 浙江宝利德控股集团有限公司

第二十三节 浙江康桥汽车工贸集团股份有限公司

第二十四节 贵州通源集团

第二十五节 上海汽车工业销售有限公司

第二十六节 远方汽车贸易集团有限公司

第二十七节 浙江和诚汽车有限公司

第二十八节 润华集团股份有限公司

第二十九节 云南万友汽车销售服务有限公司

第三十节 利泰集团有限公司

第三十一节 无锡商业大厦大东方股份有限公司

第三十二节 欧龙汽车贸易集团有限公司

第三十三节 江苏明都汽车集团有限公司

第三十四节 陕西新丰泰汽车有限责任公司

第三十五节 北京汇京投资有限公司

第三十六节 宁波轿辰集团股份有限公司

第三十七节 五洲汽车商贸集团有限公司

第三十八节 山西诺维兰（集团）有限公司

第三十九节 山东广潍集团有限公司

第四十节 广东鸿粤汽车销售集团有限公司

第四十一节 广州汽车集团商贸有限公司

第四十二节 湖南申湘汽车星沙商务广场有限公司

第四十三节 北京联拓机电集团有限公司

第四十四节 常州外事旅游汽车集团有限公司

第四十五节 红旭集团股份公司

第四十六节 上海绿地汽车服务（集团）有限公司

第四十七节 厦门建发汽车有限公司

第四十八节 成都三和企业集团有限公司

第四十九节 江苏宝尊投资集团有限公司

第五十节 湖南兰天汽车集团有限公司

第五十一节 厦门泰成集团有限公司

第五十二节 尊荣亿方集团有限公司

第五十三节 陕西省汽车贸易公司

第五十四节 湖南津湘投资有限责任公司

第五十五节 江西欧亚集团有限公司

第五十六节 芜湖亚夏汽车股份有限公司

第五十七节 重庆百事达汽车有限公司

第五十八节 湖北三环汽车投资有限公司

第五十九节 上海云峰集团汽车产业发展有限公司

第六十节 江西华宏汽车集团有限公司

第六十一节 蓝池集团有限公司

第六十二节 四川港宏企业管理有限公司

第六十三节 湖南九城投资集团有限公司

第六十四节 江苏省苏舜集团有限公司

第六十五节 吉林省融展投资（集团）有限公司

第六十六节 江西运通汽车技术服务有限公司

第六十七节 广东新协力集团有限公司

第六十八节 广州南菱汽车股份有限公司

第六十九节 宁波宁兴汽车投资有限公司

第七十节 福建吉诺集团有限公司

第七十一节 厦门国贸汽车股份有限公司

第七十二节 沈阳业乔投资发展有限公司

第七十三节 苏州华成集团有限公司

第七十四节 中乒投资集团有限公司

第七十五节 山东金阳光汽车集团有限公司

第七十六节 品信汽车集团销售服务有限公司

第七十七节 浙江禾众汽车企业管理集团有限公司

第七十八节 广西玉柴物流集团有限公司

第七十九节 江苏天泓汽车服务有限公司

第八十节 深圳市佳鸿贸易发展有限公司

第八十一节 山东银座汽车有限公司

第八十二节 沈阳中晨集团有限公司

第八十三节 江苏海鹏投资集团有限公司

第八十四节 浙江广成汽车集团有限公司

第八十五节 广东有道汽车有限公司

第八十六节 厦门信达股份有限公司

第八十七节 物产中拓股份有限公司

第八十八节 广西广缘汽车有限公司

第八十九节 宁波明日控股有限公司

第九十节 北京嘉华基业投资有限公司

第九十一节 上海协通集团汽车管理有限公司

第九十二节 力天集团有限公司

第九十三节 上海宝钢住商汽车贸易有限公司

第九十四节 江苏天驰汽车实业有限公司
第九十五节 大连市汽车贸易集团有限公司
第九十六节 江西广甸汽车集团有限公司
第九十七节 湖南省蓝马车业集团有限公司
第九十八节 东风鸿泰汽车销售有限公司
第九十九节 珠海市众大利物资车业有限公司
第一百节 贵州华通汽车贸易服务有限公司

第二十一章 2013-2014年中国汽车销售行业发展前景及规模预测

第一节 2013-2014年中国汽车销售行业发展前景

- 一、汽车经销市场前景分析
- 二、二手汽车销售市场前景
- 三、汽车售后服务市场前景
- 四、汽车金融市场前景分析
- 五、汽车保险市场前景分析
- 六、汽车经销细分市场前景分析
 - (一) 新能源汽车销售市场前景
 - (二) 客车销售市场前景分析
 - (三) 卡车销售市场前景分析

第二节 2013-2014年中国汽车销售行业规模预测

- 一、汽车市场销售规模预测分析
- 二、二手汽车销售规模预测分析
- 三、汽车售后市场规模预测分析
- 四、汽车金融市场规模预测分析
- 五、汽车保险市场规模预测分析
- 六、汽车细分销售市场规模预测
 - (一) 新能源汽车销售规模预测
 - (二) 客车销售市场规模预测分析
 - (三) 卡车销售市场规模预测分析

第二十二章 博思数据关于中国汽车销售市场投资机会及策略

第一节 2013-2014年中国汽车销售市场投资机会分析

一、汽车销售行业进入壁垒分析

（一）资金壁垒

（二）人才壁垒

（三）土地储备壁垒

（四）OEM厂商授权壁垒

二、汽车销售市场盈利因素分析

三、汽车销售市场盈利模式分析

四、汽车销售市场投资机会分析

五、汽车销售市场投资趋势分析

（一）汽车销售市场投资趋势

（二）汽车金融市场投资趋势

（三）汽车保险市场投资趋势

第二节 2013-2014年中国汽车销售市场投资风险分析

一、产业政策风险分析

二、宏观经济风险分析

三、市场竞争风险分析

四、区域市场风险分析

五、市场经营风险分析

六、汽车燃油价格风险

七、上游波动风险分析

八、企业融资风险分析

第三节 2013-2014年中国汽车销售市场投资策略分析

一、汽车销售行业投资策略分析

二、汽车售后服务市场投资策略

三、汽车金融市场投资策略分析

四、汽车保险市场投资策略分析

五、汽车销售企业融资渠道与选择分析

（一）汽车销售企业融资方法与渠道简析

（二）利用股权融资谋划企业发展机遇

（三）利用政府杠杆拓展企业融资渠道

（四）适度债权融资配置自身资本结构

（五）关注民间资本和外资的投资动向

第二十三章 国内外汽车销售行业市场营销策略分析

第一节 国外汽车经销商市场营销分析

- 一、国外汽车市场营销模式分析
- 二、国外主要国家汽车营销模式
- 三、国外汽车营销市场发展趋势

第二节 中国汽车销售市场营销分析

- 一、汽车市场营销模式现状分析
- 二、汽车销售市场营销渠道分析
- 三、汽车市场网络营销状况分析
- 四、汽车消费市场营销案例分析

第三节 中国汽车市场营销渠道分析

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

第四节 中国汽车4S店市场营销分析

- 一、汽车经销4S店营销现状
- 二、汽车4S店营销存在的问题
- 三、汽车经销4S店营销发展趋势
- 四、汽车经销4S店营销发展对策

第五节 汽车销售市场营销创新模式

第六节 汽车销售市场营销创新策略

第七节 汽车细分车型市场营销模式与策略

- 一、轿车市场营销策略模式与策略
 - (一) 轿车市场营销模式分析
 - (二) 轿车市场营销策略分析
- 二、客车市场营销策略模式与策略

第二十四章 中国汽车品牌战略规划及推广策略

第一节 汽车品牌营销战略意义及分类

- 一、品牌的内涵及作用

二、品牌营销战略及意义

三、企业品牌阶段战略分析

四、品牌营销战略的分类

第二节 汽车品牌战略规划及制定步骤

一、品牌战略规划相关概述

二、品牌战略规划制定步骤

第三节 汽车企业品牌营销策略及运作

一、企业品牌市场定位策略

二、企业品牌文化建设策略

三、企业品牌宣传推广策略

（一）消费者互动的推广

（二）新闻广告品牌推广

（三）事件营销品牌推广

（四）网络营销品牌推广

（五）活动赞助品牌推广

（六）口碑传播品牌推广

第二十五章 中国汽车销售企业IPO上市策略指导

第一节 汽车销售企业境内IPO上市目的及条件

一、汽车销售企业境内上市主要目的

二、汽车销售企业上市需满足的条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 汽车销售企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

第三节 汽车销售企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第四节 汽车销售企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

部分图表目录

图表 汽车销售行业的业务结构

图表 中国新能源汽车相关政策

图表 中国二手车汽车流通服务业相关政策

图表 汽车行业的产业链简图

图表 汽车销售行业的产业链简图

图表 2013-2014年中国汽车制造行业销售产值统计

图表 2013-2014年中国汽车产量情况统计

图表 2013-2014年中国汽车产量增长趋势图

图表 2013-2014年中国乘用车产量统计

图表 2013-2014年中国商用车产量增长趋势图

图表 汽车经销相关业务各自对应市场范畴

图表 汽车经销业不同经营模式的特点

图表 汽车经销业经营模式分析

图表 汽车经销商集团商业模式分析

图表 乘用车使用成本结构（以家用标准车为例）

图表 2013-2014年汽车换购潮与增长高峰

图表 购车者当前车价与再购预算对比

图表 2013-2014年中国百强汽车经销商汽车销售收入规模统计

图表 2014年中国汽车经销商上市公司销售额及售后业务占比

图表 2013-2014年中国汽车经销商百强企业营业收入变化趋势

图表 2013-2014年中国汽车经销商百强企业汽车销售情况

图表 2014年中国汽车经销商收入结构占比

图表 中国汽车经销商经营营运资金中自有资金占比

图表 中国汽车经销商所需最近经营营运资金中自有资金所占比例

图表 中国汽车经销商所需外部资金主要来源

图表 中国汽车经销商使用外部资金的利率占比

图表 2013-2014年中国汽车产销情况统计

图表 2013-2014年中国汽车销量增长趋势图

图表 2013-2014年中国乘用车销量统计

图表 2013-2014年中国商用车销量增长趋势图

图表 中国民用汽车新注册量和增长率统计

图表 中国民用汽车新注册量增长趋势图

图表 中国各地区民用汽车新注册量和占比统计

图表 中国民用汽车新注册量区域分布图

图表 中国各省民用汽车新注册量和占比统计

图表 国内乘用车使用年限结构占比

图表 中国汽车市场购车需求结构比例

图表 购车需求单车价格选择区间

图表 中国消费者购车需求车型选择对比

图表 中国各车型档次购买者占比情况

图表 2013-2014年中国私人轿车保有量情况统计

图表 2013-2014年中国基本型乘用车（轿车）销量统计

图表 2013-2014年中国轿车市场产能增长情况

图表 2013-2014年中国SUV销量统计

图表 2013-2014年中国MPV销量统计

图表 私人购买新能源汽车补贴标准

图表 2013-2014年中国新能源汽车市场销售规模及增长统计

图表 中国新能源客车市场销售规模及增长统计

图表 2013-2014年中国新能源客车分车型销售数据统计

图表 中国新能源客车分车型销量占比

图表 2013-2014年中国二手车市场交易量变化趋势图

图表 2013-2014年中国豪华车销售数量统计情况

图表 2013-2014年中国汽车整车进口量变化趋势图

图表 2013-2014年中国汽车零部件进口额变化趋势图

图表 2013-2014年中国汽车整车出口变化趋势图

图表 2013-2014年中国民用汽车保有量统计

图表 2013-2014年中国民用汽车保有量增长趋势图

图表 中国民用汽车保有量区域分布图

图表 2013-2014年中国私人汽车保有量和增长率统计

图表 2013-2014年中国私人汽车保有量增长趋势图

图表 2013-2014中国汽车后市场销售规模及增长情况

图表 汽车售后服务经营模式比较

图表 汽车金融融资来源结构比例

图表 汽车金融公司与银行车贷特点比较

图表 2013-2014年中国汽车信贷规模变化趋势图

图表 国内汽车消费信贷主体市场份额

图表 消费者选择贷款购车原因占比

图表 2013-2014年中国车险市场保费收入增速情况统计

图表 中国三大保险公司车险合计市场份额趋势分析

图表 中国汽车销售4S店区域分布情况

图表 中国汽车经销百强企业网店区域覆盖趋势

图表 中国国内主要汽车制造商的汽车专卖店数量

图表 中国汽车销售4S店收入来源分布情况

图表 汽车4S店建设成本构成情况

图表 中国汽车经销百强企业网点数量统计

图表 中国前十名汽车经销商集团销量及其市场份额情况

图表 中国前十名汽车经销商集团营业收入及其市场份额情况

图表 2014年中国汽车经销商百强企业收入结构占比

图表 中国百强汽车经销商集团的地区分布

图表 中国的汽车经销商集团区域市场分布情况

图表 2015-2020年中国新能源汽车市场前景展望

图表 2013-2014年中国汽车销量预测

图表 2013-2014年中国二手汽车销售量统计预测

图表 2013-2014年中国汽车售后服务行业市场规模预测

图表 2013-2014年中国汽车金融服务行业市场规模预测

图表 2013-2014年中国汽车保险市场车险保费收入预测

图表 2013-2014年中国新能源汽车销售量统计预测

图表 2013-2014年中国客车销售量统计预测

图表 2013-2014年中国卡车销售量统计预测

图表 汽车4S店单月经营成本分析

图表 新车销售业务盈利模式

图表 汽车售后服务业务盈利模式

图表 中国汽车经销渠道发展路径

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1411/L31618BHM7.html>