

# 2017-2022年中国汽车经销商 商行业领域投资规模与机会研究分析报告

## 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

《2017-2022年中国汽车经销商行业领域投资规模与机会研究分析报告》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.bosidata.com/report/V350430NIW.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】2016-10-31

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国汽车经销商行业领域投资规模与机会研究分析报告》介绍了汽车经销商行业相关概述、中国汽车经销商产业运行环境、分析了中国汽车经销商行业的现状、中国汽车经销商行业竞争格局、对中国汽车经销商行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车经销商产业发展前景与投资预测。您若想对汽车经销商产业有个系统的了解或者想投资汽车经销商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 汽车经销商资金链条不容乐观 1

### 第一节 汽车销量与经销商资金链条关系分析 1

### 第二节 银行信贷与经销商资金链条关系分析 5

### 第三节 汽车经销商授信动态分析 8

#### 一、浅谈汽车经销商授信审查 8

#### 二、光大银行预警汽车经销商风险 11

#### 三、首家汽车经销商集团获中信银行综合授信 12

## 第二章 汽车经销商授信风险的主要来源 13

### 第一节 授信客体风险 13

#### 一、汽车经销行业与市场竞争风险 13

#### 二、汽车经销商的经营与道德风险 14

#### 三、潜藏第二还款来源风险 14

### 第二节 授信主体风险 15

#### 一、操作风险 15

#### 二、“同业竞争”风险 15

## 第三章 汽车经销商授信风险防范与控制对策研究 16

### 第一节 实行严格准入与退出机制 16

### 第二节 采取复合担保方式规避第二还款来源风险 16

#### 一、规范库存车辆质押行为 16

#### 二、以汽车提单作为授信质押物 16

#### 三、扣留合格证作为促使按时还款的手段 17

### 第三节 加强授信后期跟踪管理 17

### 第四节 加强授信业务人员队伍建设 18

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第五节 建立银行同业公会通报制度        | 18 |
| 第四章 中国汽车流通行业调研          | 19 |
| 第一节 中国汽车流通行业综合分析        | 19 |
| 一、中国汽车流通的发展历程           | 19 |
| 二、我国汽车流通行业逐渐发展成熟        | 21 |
| 三、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演       | 22 |
| 四、中国汽车流通领域业态分析          | 22 |
| 五、我国汽车流通体制向品牌营销转变       | 25 |
| 第二节 汽车流通的渠道分析           | 30 |
| 一、我国汽车流通渠道酝酿变局          | 30 |
| 二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌        | 30 |
| 三、我国轿车流通渠道分析            | 33 |
| 四、2016年1季度汽车流通渠道新模式     | 36 |
| 第五章 中国汽车经销业务模式          | 39 |
| 第一节 经销简介                | 39 |
| 一、经销的特点                 | 39 |
| 二、经销分类                  | 39 |
| 三、经销协议                  | 39 |
| 四、经销方式的利弊               | 41 |
| 五、经销方式的问题               | 42 |
| 第二节 中国汽车经销发展总况          | 43 |
| 一、发展历程                  | 43 |
| 二、发展特色                  | 44 |
| 三、中国汽车经销商分布区域特征明显       | 44 |
| 四、中国各类汽车经销业务发展浅析        | 44 |
| 第三节 经销模式                | 46 |
| 一、主要营销模式                | 46 |
| 二、营销模式特点                | 46 |
| 三、进口汽车经销模式              | 48 |
| 四、营销渠道发展特点              | 49 |
| 第六章 2016年1季度中国汽车经销商发展分析 | 51 |
| 第一节 2016年1季度中国汽车经销商发展概况 | 51 |

## 一、中国汽车经销商生存环境 51

中国汽车流通协会发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”VIA ( Vehicle Inventory Alert Index ) 显示, 2016年3月库存预警指数为58.9%, 比上月下降了0.7个百分点, 库存预警指数处于警戒线以上。2015-2016年中国汽车经销商库存预警指数趋势图

资料来源: 中国汽车流通协会

从构成预警指数的5个分指数看, 库存指数、市场总需求、平均日销量三个分指数上升明显; 从业人员指数、经营状况指数略微下降。相较于2月春节放假对市场影响, 3月市场已恢复正常水平, 销量明显上升; 但是由于2月份销量下降积压了库存需要在3月消化, 所以3月份库存指数上升明显, 经销商经营压力依然较大。

## 二、中国汽车经销商发展特点 54

## 三、中国汽车经销商数据统计 57

## 四、中国汽车4S店数量统计及增加情况 60

## 第二节 2016年1季度中国汽车经销商盈利能力分析 61

### 一、利润率 61

### 二、盈利结构 62

## 第三节 市场份额 63

### 一、汽车经销商排名 63

### 二、汽车经销商市场份额 68

## 第四节汽车经销商地域特征 69

## 第七章 中国汽车销售分析 70

### 第一节 中国汽车销售概况 70

#### 一、中国汽车分网销售分析 70

#### 二、我国汽车销售业面临多业态转型 70

#### 三、我国汽车销售市场面临洗牌 72

#### 四、多家汽车企业变革销售网络促销 73

#### 五、汽车销售服务新法规的优势分析 76

## 第二节 2013-2016年1季度汽车销售市场状况 77

### 一、2013年我国汽车销售状况 77

### 二、2014年全国汽车销量创新高 79

### 三、2015年我国汽车销量分析 80

### 四、2015年汽车产销分析 82

### 四、2016年1季度汽车产销分析 84

### 第三节 2016年1季度各品牌汽车销售状况 85

#### 一、宝马 85

#### 二、奥迪 86

#### 三、奔驰 87

#### 四、大众 87

#### 五、奇瑞 88

### 第四节 汽车销售模式分析 89

#### 一、汽车销售4S店集群新模式介绍 89

#### 二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式 91

#### 三、汽车销售模式有待变革 93

#### 四、汽车销售4S店存在的问题分析 95

#### 五、我国汽车销售必须打破传统模式 97

#### 五、“总量控制”或将改变汽车销售模式 98

### 第五节 汽车销售中存在的问题及对策 99

#### 一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展 99

#### 二、我国汽车销售价格战原因及对策解析 102

#### 三、提高汽车销售服务水平的措施 105

### 第八章 中国新车销售业务现状及趋势分析 106

#### 第一节 新车销量特点 106

##### 一、总销量 106

##### 二、乘用车销量特点 108

##### 三、商用车销量特点 122

#### 第二节 新车价格特点 138

##### 一、整体价格 138

##### 二、乘用车价格 139

##### 三、商用车价格 139

#### 第三节 经销模式 140

##### 一、乘用车经销模式 140

##### 二、商用车经销模式 141

#### 第四节 经销商经营现状 145

##### 一、新车销售盈利情况 145

##### 二、盈利模式 145

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 三、建设成本                     | 147 |
| 第九章 中国二手车业务现状及趋势分析         | 148 |
| 第一节 销售情况                   | 148 |
| 一、销售量                      | 148 |
| 二、主要车型                     | 148 |
| 三、销售价格                     | 149 |
| 第二节 经销模式                   | 150 |
| 第三节 市场趋势分析                 | 151 |
| 一、发展趋势预测                   | 151 |
| 二、市场规模预测                   | 152 |
| 第十章 中国主要汽车生产企业经销网络         | 153 |
| 第一节 一汽丰田                   | 153 |
| 第二节 广汽本田                   | 154 |
| 第三节 东风日产                   | 154 |
| 第四节 上海大众                   | 156 |
| 第五节 上海通用                   | 157 |
| 第六节 长安福特                   | 158 |
| 第十一章 2016年1季度中国汽车经销商龙头企业分析 | 159 |
| 第一节 庞大集团                   | 159 |
| 一、公司简介                     | 159 |
| 二、经营情况                     | 160 |
| 三、竞争优势                     | 164 |
| 第二节 物产中大                   | 165 |
| 一、公司简介                     | 165 |
| 二、经营情况                     | 165 |
| 三、经销网络                     | 169 |
| 第三节 中升控股                   | 170 |
| 一、公司简介                     | 170 |
| 二、经营情况                     | 170 |
| 三、经销网络                     | 174 |
| 第四节 大昌行集团                  | 175 |
| 一、公司简介                     | 175 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 二、经营情况               | 177 |
| 三、经销网络               | 180 |
| 第五节 正通汽车             | 181 |
| 一、公司简介               | 181 |
| 二、经营情况               | 181 |
| 三、公司扩张               | 185 |
| 第六节 大东方              | 187 |
| 一、经营情况               | 187 |
| 二、业务规划               | 191 |
| 第七节 开元汽车             | 193 |
| 一、公司简介               | 193 |
| 二、经营情况               | 194 |
| 第八节 联拓集团             | 200 |
| 第九节 亚夏汽车             | 204 |
| 第十节 漳州发展             | 209 |
| 第十一节 特力集团            | 213 |
| 第十二节 G.A.控股          | 218 |
| 第十二章 汽车经销商的融资现状及融资模式 | 223 |
| 第一节 汽车经销商融资现状        | 223 |
| 一、股权融资               | 223 |
| 二、汽车销售金融服务网络银行信贷     | 223 |
| 第二节 汽车经销商融资模式的延伸     | 224 |
| 一、仓单质押模式             | 224 |
| 二、买方信贷模式             | 224 |
| 三、授信融资模式             | 225 |
| 四、三种融资模式的对比分析        | 228 |
| 第三节 汽车经销商融资最新动态现金池融资 | 228 |
| 第十三章 汽车经销商信贷风险分析     | 229 |
| 第一节 国际突发事件           | 229 |
| 一、日本地震               | 229 |
| 二、利比亚地缘政治引发的石油危机     | 230 |
| 第二节 国内相关政策的变动        | 230 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 一、购置税鼓励政策退出                    | 230 |
| 二、部分城市汽车限购                     | 231 |
| 第三节 信贷紧缩给汽车经销商带来较大困扰           | 234 |
| 一、融资成本高企                       | 234 |
| 二、信贷紧缩的痛楚                      | 235 |
| 三、银行信贷规模趋势分析                   | 236 |
| 第四节 汽车经销商在产业链中的弱势地位            | 237 |
| 第五节 汽车经销商自身的经营风险分析             | 237 |
| 第六节 汽车经销商授信模式风险分析              | 238 |
| 一、汽车销售金融服务模式下的汽车合格证质押风险        | 238 |
| 二、汽车经销商融资延伸模式风险分析              | 241 |
| 第十四章 2016-2022年中国汽车经销商授信风险防控建议 | 245 |
| 第一节 加强汽车未来销售的走势分析              | 245 |
| 一、短期内汽车销售情况不容乐观                | 245 |
| 二、着眼于国内汽车销售市场新动态变化及发展趋势        | 246 |
| 第二节 进行全面风险排查                   | 250 |
| 一、关注经销商的自身情况及应对之策              | 250 |
| 二、排查范围为经销商项下除低风险以外的全部授信业务      | 251 |
| 第三节 加强风险防范举措                   | 251 |
| 一、实行严格准入与退出机制                  | 251 |
| 二、采取复合担保方式，规避第二还款来源风险          | 252 |
| 三、加强授信后期跟踪管理，及时调整授信控制总量        | 253 |
| 四、加强授信业务人员队伍建设，提高业务人员素质        | 254 |
| 五、建立银行同业公会通报制度                 | 254 |
| 第四节 调整授信策略                     | 254 |
| 一、无厂家担保汽车经销商授信政策               | 254 |
| 二、厂商整体授信模式下授信政策调整              | 255 |

## 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：2014-2016年中国汽车4S店数量

图表：2016年中国汽车4S店地区分布

图表：2016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：2016年中国排名前20位汽车经销商

图表：2016年美国前10名汽车经销商市场份额

图表：2016年中国营业收入排名前10汽车经销商市场份额

图表：2016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：2014-2016年中国汽车销量

图表：2014-2016年中国乘用车销量

图表：2014-2016年中国基本型乘用车及SUV占乘用车销量的比重

图表：2014-2016年中国排量1.0-1.6L乘用车占乘用车销量比重

图表：2016年中国各乘用车企业销售目标完成率

图表：2014-2016年中国商用车销量

图表：2014-2016年中国3类型客车销量比重

图表：2014-2016年中国4类型货车销量比重

图表：2014-2016年中国汽车价格指数

图表：2014-2016年中国轿车价格指数

图表：2014-2016年中国货车价格指数

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

图表：2017-2022年中国新车销量预测

图表：2014-2016年中国中、东、西部地区民用汽车保有量

图表：2014-2016年中国中、东、西部地区民用汽车保有量增长速度

图表：2014-2016年中国二手车销售量

图表：各国二手车与新车销量比例对比

图表：2010-2016年中国二手车成交车型构成

图表：2000-2016年中国二手车平均交易价格

图表：中美二手车保值率对比

图表：中国二手车主要交易模式

图表：主要国家二手车交易模式

图表：2016年中国交易的二手车使用年限分布

图表：中国消费者预期更换车辆年限分布

图表：2017-2022年中国二手车销量预测

图表：中国汽车售后服务盈利模式

图表：中国汽车维修经营模式

图表：汽车部分零部件更新周期

图表：2016年各国汽车贷款比例对比

图表：2014-2016年中国汽车信贷规模

图表：中美汽车经销商提供金融服务对比

图表：2014-2016年中国车险保费收入

图表：中美汽车经销商提供金融服务对比

图表：2016年一汽丰田汽车经销商分布

图表：广汽本田汽车经销商分布

图表：东风日产汽车经销商分布

图表：上海大众汽车经销商分布

图表：上海大众斯柯达汽车经销商分布

图表：上海通用别克汽车经销商分布

图表：上海通用雪佛兰汽车经销商分布

图表：上海通用凯迪拉克汽车经销商分布

图表：2014-2016年庞大集团汽车销量

图表：2014-2016年庞大集团汽车分品牌销量情况

图表：2014-2016年庞大集团主营收入及净利润

图表：2014-2016年庞大集团分业务收入构成

图表：2014-2016年庞大集团新车销售业务收入

图表：2014-2016年庞大集团售后业务收入

图表：2014-2016年萨博在华销量

图表：2014-2016年物产中大主营收入及毛利率

图表：2014-2016年物产中大新车销量

图表：物产元通在浙江各地市销售网点分布

图表：2014-2016年中升控股4S店地区分布

图表：2014-2016年中升控股营业收入及毛利率

图表：2014-2016年中升控股新车销售及售后服务毛利率

图表：2014-2016年中升控股新车销量

图表：2014-2016年中升控股4S店数量

图表：2014-2016年大昌行主营收入

图表：2014-2016年大昌行汽车业务主营收入及净利润

图表：2014-2016年大昌行新车销量

图表：2014-2016年大昌行中国内地4S店数量

图表：2014-2016年正通汽车主营收入及净利润

图表：2014-2016年正通汽车分部门主营收入

图表：2016年正通汽车分品牌汽车4S店数量

图表：2014-2016年大东方主营收入及净利润

图表：2014-2016年大东方汽车经销业务收入及毛利率

图表：2016年大东方各项业务毛利率对比

图表：开元汽车经销网络

图表：2014-2016年开元汽车经销店数量及卡车销量

图表：2014-2016年开元汽车营业收入

图表：2014-2016年开元汽车净利润

图表：2014-2016年联拓集团收入及净利润

图表：2014-2016年联拓集团毛利率

图表：2014-2016年联拓集团分业务收入及比重

图表：2014-2016年联拓集团6大品牌销量

图表：2014-2016年联拓集团6大品牌销售额

图表：2016年联拓集团维修车间数量及检修能力

图表：2014-2016年亚夏汽车4S店数量及代理汽车品牌数量

图表：2014-2016年亚夏汽车主营收入及净利润

图表：2014-2016年亚夏汽车分业务收入情况

图表：2016年亚夏汽车各项业务毛利率

图表：2014-2016年亚夏汽车乘用车销量及安徽市场占有率

图表：2014-2016年亚夏汽车各品牌汽车销量

图表：2014-2016年漳州发展主营收入及净利润

图表：2010-2016年漳州发展主营收入地区分布

图表：2014-2016年漳州发展汽车销售收入及毛利率

图表：2016年漳州发展主要从事汽车经销业务的子公司经营情况

图表：2014-2016年特力集团主营收入及净利润

图表：2014-2016年特力集团新车销售业务主营收入及毛利率

图表：2014-2016年特力集团汽车检测及维修业务主营收入及毛利率

图表：2016年特力集团主要汽车经销子公司经营情况

图表：G.A.新车销售主要品牌

图表：2014-2016年G.A.控股经营指标

图表：2014-2016年G.A.控股营业收入分业务构成

图表：2014-2016年G.A.控股分地区收入构成

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/V350430NIW.html>