

# 2020年中国汽车经销商行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汽车经销商行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/daili/475980475980.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

经销商是链接整车厂和消费者的纽带，整车厂将资源集中在车辆设计、生产和品牌建立上，并通过对经销商的管理，进行销售、售后和保养的业务，二者相互配合。经销商主要包括四大业务，主要有新车销售、售后及零部件、二手车及金融衍生业务。

经销商四大业务模式 图表来源：观研天下整理

国内经销商发展经历三个阶段，第一阶段为1999-2008年，经销商主要采用从单店到集团的规模扩张发展路径；第二阶段为2009-2018年，此阶段为经销商上市的密集期；第三阶段为2019年-2028年，信息技术和新零售将带动行业新的商业模式。

国内汽车经销商发展历程 图表来源：观研天下整理

近年来我国汽车经销商营收、整车销量和4S店数量不断扩大。2018年我国百强经销商4S店数量为6259个，整车销售台次为896万台，依旧保持增长态势。随着中国汽车市场向四五线城市下沉，经销商服务体系进一步提升。金融支持促使经销商行业扩大规模，并加速行业整合，使经销商企业有更多的能力拓展区域和多元化业务。2014-2018年我国百强经销商4S店网点数量 数据来源：中国汽车流通协会

2014-2018年我国百强经销商营业收入

数据来源：中国汽车流通协会

2014-2018年我国百强经销商整车销售台次 数据来源：中国汽车流通协会

2014-2018年百强经销商盈利能力逐步提升。经销商盈利能力与汽车市场周期关联性较高，2015年起随着汽车行业景气度好转，经销商盈利能力有所改善，2018年开始又随之下滑。另一方面由于整车市场竞争加剧，主机厂下调指导价，汽车经销商单车毛利率不断下滑，经销商的盈利空间被压缩。

2014-2018年我国百强经销商净利率与毛利率 数据来源：中国汽车流通协会

2014-2017年我国百强经销商新车单车毛利 数据来源：中国汽车流通协会

2016-2018年我国百强经销商单车毛利率 数据来源：中国汽车流通协会

从2018年下半年开始，经销商库存系数同比提高。对比近年同期，2019年上半年处于较高位，连续超过警戒线。中华全国工商业联合会汽车经销商商会《2018年汽车经销商对厂家满意度年度调查》数据显示，53.3%的经销商2018年全年经营亏损，竞争加剧提升了行业的集中度。

2018-2019年10月国内经销商库存系数走势

数据来源：中国汽车流通协会

2010年与2018年经销商销量份额对比

数据来源：中国汽车流通协会

中国汽车经销商集团百强排行榜TOP10

单位：亿元、万台

排名

公司名称

2018年营收

2017年总销量

2018年总销量

2017年销量份额

2018年销量份额

1

广汇汽车服务集团股份公司

1662

110

118

2.96%

3.16%

2

中升集团控股有限公司

1077

38

47

1.02%

1.24%

3

利星行汽车

830

21

24

0.55%

0.64%

4

上海永达控股(集团)有限公司

695

21

22

0.56%

0.58%

5

恒信汽车集团股份有限公司

541

27

27

0.73%

0.71%

6

大昌行集团有限公司

446

12

14

0.34%

0.37%

7

国机汽车股份有限公司

443

16

15

0.42%

0.41%

8

浙江物产元通汽车集团有限公司

432

24

40

0.65%

1.06%

9

庞大汽贸集团股份有限公司

420

50

28

1.34%

0.75%

10

江苏万邦金之星车业投资集团有限公司

401

14

14

0.38%

0.36%

数据来源：中国汽车流通协会

以上市经销商为例，除了广汇汽车公司以主流品牌为主，经销50多个乘用车品牌之外，港股上市均是以豪华品牌为主并兼顾中高端品牌，近些年豪华品牌销量增长率走高，经销商收益不断增长。未来几年内豪华品牌销量仍有望持续增长，相关经销商或将继续受益。

国内上市经销商品牌战略情况

公司名称

品牌战略

代理品牌

核心代理品牌

广汇汽车

主流品牌为主，兼顾豪华品牌

经销50多个乘用车品牌

/

中升控股

聚焦豪华及丰田品牌

奔驰30%、雷克萨斯18%，宝马9%、雷克萨斯9%

奔驰、雷克萨斯

正通汽车

多元化品牌组合，专注豪华及超豪华品牌

宝马、奔驰、奥迪、路虎、保时捷、别克等

宝马、奥迪

永达汽车

豪华/超豪华、领先的中报端品牌（合资品牌为主）

宝马33.6%、保时捷4.9%、奥迪7%、捷豹路虎3.3%

宝马

广汇宝信

豪华品牌为主，兼顾中高端品牌

宝马、捷豹路虎、玛莎拉蒂等

## 宝马

资料来源：公司公告

从国内各上市经销商区域战略来看，主要在经济较发达的东部地区 and 一二线城市布局较多。总体来看，广汇汽车主要布局在西北和华北地区，中升控股主要布局在华南和华东的一二线城市；正通汽车主要布局在广东和两湖地区；永达汽车以长三角为中心；广汇宝信重点布局在华北和长三角地区。

国内上市经销商区域布局情况

公司名称

区域布局

广汇汽车

覆盖全国28个省、自治区及直辖市的汽车经销网络，运营839个营业网点。主要区域是华北、西北等。

中升控股

重点布局全球一线、二线或省会城市。覆盖24个省份及地区，近90个城市。超过75%的经销店在一、二线城市，尤其是华南及华东区。

正通汽车

广东、湖北、湖南和四川等地，目标区域有重庆、云南、江苏和辽宁等。

永达汽车

以长三角为中心，向华北、华中、西南和华南地区扩张，分布于全国4个直辖市和19个省

广汇宝信

重点布局华北、长三角、陕西和四川等地区

资料来源：公司公告

国内上市经销商收购情况

公司名称

2016年

2017年

2018年

广汇汽车

收购167家4S店，新建4S店25家，关闭4S店16家

收购52家4S店，新建4S店19家。

关闭4S店9家

收购33家4S店，新建4S店8家，关闭4S店5家

中升控股

新增38家网点

新增35家网点

新增32家网点

正通

新开设6家汽车运营网点，包括5家4S店和1家服务中心

新增16家汽车运营网点

新建成开业6家4S及城市展厅

上海永达

新建成开业10家网点，兼并收购18家网点（主要是宝马、别克）

新自建开业14家网点，兼并收购14家网点（主要是保时捷和宝马）

自建新开业16家网点，包括11家4S店和5家城市展厅

广汇宝信

收购13家店

新建店1家，收购店8家

收购4家4S店及1家二手车店面

资料来源：公司公告（ZQ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国汽车经销商行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。



## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国汽车经销商行业发展概述

#### 第一节 汽车经销商行业发展情况概述

##### 一、汽车经销商行业相关定义

##### 二、汽车经销商行业基本情况介绍

##### 三、汽车经销商行业发展特点分析

#### 第二节 中国汽车经销商行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、汽车经销商行业产业链条分析

##### 三、中国汽车经销商行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国汽车经销商行业生命周期分析

##### 一、汽车经销商行业生命周期理论概述

##### 二、汽车经销商行业所属的生命周期分析

#### 第四节 汽车经销商行业经济指标分析

##### 一、汽车经销商行业的赢利性分析

##### 二、汽车经销商行业的经济周期分析

##### 三、汽车经销商行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国汽车经销商行业进入壁垒分析

##### 一、汽车经销商行业资金壁垒分析

##### 二、汽车经销商行业技术壁垒分析

##### 三、汽车经销商行业人才壁垒分析

##### 四、汽车经销商行业品牌壁垒分析

##### 五、汽车经销商行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球汽车经销商行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球汽车经销商行业发展历程回顾

#### 第二节 全球汽车经销商行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲汽车经销商行业地区市场分析

##### 一、亚洲汽车经销商行业市场现状分析

##### 二、亚洲汽车经销商行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲汽车经销商行业市场前景分析

#### 第四节 北美汽车经销商行业地区市场分析

##### 一、北美汽车经销商行业市场现状分析

##### 二、北美汽车经销商行业市场规模与市场需求分析

### 三、北美汽车经销商行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟汽车经销商行业地区市场分析

##### 一、欧盟汽车经销商行业市场现状分析

##### 二、欧盟汽车经销商行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟汽车经销商行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界汽车经销商行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球汽车经销商行业市场规模预测

### 第三章 中国汽车经销商产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品汽车经销商总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国汽车经销商行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国汽车经销商产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、教育环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、消费观念分析

### 第四章 中国汽车经销商行业运行情况

#### 第一节 中国汽车经销商行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国汽车经销商行业市场规模分析

#### 第三节 中国汽车经销商行业供应情况分析

#### 第四节 中国汽车经销商行业需求情况分析

#### 第五节 中国汽车经销商行业供需平衡分析

#### 第六节 中国汽车经销商行业发展趋势分析

## 第五章 中国汽车经销商所属行业运行数据监测

### 第一节 中国汽车经销商所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国汽车经销商所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国汽车经销商所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国汽车经销商市场格局分析

### 第一节 中国汽车经销商行业竞争现状分析

#### 一、中国汽车经销商行业竞争情况分析

#### 二、中国汽车经销商行业主要品牌分析

### 第二节 中国汽车经销商行业集中度分析

#### 一、中国汽车经销商行业市场集中度分析

#### 二、中国汽车经销商行业企业集中度分析

### 第三节 中国汽车经销商行业存在的问题

### 第四节 中国汽车经销商行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国汽车经销商行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国汽车经销商行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国汽车经销商行业消费市场动态情况

### 第二节 中国汽车经销商行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

### 三、品牌偏好

### 四、其他偏好

## 第三节 汽车经销商行业成本分析

## 第四节 汽车经销商行业价格影响因素分析

### 一、供需因素

### 二、成本因素

### 三、渠道因素

### 四、其他因素

## 第五节 中国汽车经销商行业价格现状分析

## 第六节 中国汽车经销商行业平均价格走势预测

### 一、中国汽车经销商行业价格影响因素

### 二、中国汽车经销商行业平均价格走势预测

### 三、中国汽车经销商行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国汽车经销商行业区域市场现状分析

### 第一节 中国汽车经销商行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区汽车经销商市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区汽车经销商市场规模分析

#### 四、华东地区汽车经销商市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区汽车经销商市场规模分析

#### 四、华中地区汽车经销商市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区汽车经销商市场规模分析

#### 四、华南地区汽车经销商市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国汽车经销商行业竞争情况

### 第一节 中国汽车经销商行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国汽车经销商行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车经销商行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车经销商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国汽车经销商行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车经销商行业未来发展前景分析

一、汽车经销商行业国内投资环境分析

二、中国汽车经销商行业市场机会分析

三、中国汽车经销商行业投资增速预测

第二节 中国汽车经销商行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车经销商行业市场发展预测

一、中国汽车经销商行业市场规模预测

二、中国汽车经销商行业市场规模增速预测

三、中国汽车经销商行业产值规模预测

四、中国汽车经销商行业产值增速预测

五、中国汽车经销商行业供需情况预测

第四节 中国汽车经销商行业盈利走势预测

一、中国汽车经销商行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车经销商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国汽车经销商行业投资风险与营销分析

第一节 汽车经销商行业投资风险分析

一、汽车经销商行业政策风险分析

二、汽车经销商行业技术风险分析

三、汽车经销商行业竞争风险

四、汽车经销商行业其他风险分析

第二节 汽车经销商行业企业经营发展分析及建议

一、汽车经销商行业经营模式

二、汽车经销商行业销售模式

三、汽车经销商行业创新方向

第三节 汽车经销商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国汽车经销商行业发展战略及规划建议

第一节 中国汽车经销商行业品牌战略分析

一、汽车经销商企业品牌的重要性

二、汽车经销商企业实施品牌战略的意义

三、汽车经销商企业品牌的现状分析

四、汽车经销商企业的品牌战略

五、汽车经销商品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车经销商行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车经销商行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国汽车经销商行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车经销商行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国汽车经销商行业定价策略分析

第三节 中国汽车经销商行业营销渠道策略

一、汽车经销商行业渠道选择策略

二、汽车经销商行业营销策略

第四节 中国汽车经销商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车经销商行业重点投资区域分析

二、中国汽车经销商行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/daili/475980475980.html>