

中国汽车销售产业盈利模式深度调研与企业投资 战略咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国汽车销售产业盈利模式深度调研与企业投资战略咨询报告》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/qiche/226390226390.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

汽车销售 (Auto Sales) 是消费者支出的重要组成部分，同时能很好地反映出消费者对经济前景的信心。通常，汽车销售情况是我们了解一个国家经济循环强弱情况的第一手资料，早于其他个人消费数据的公布。因此，汽车销售为随后公布的零售额和个人消费支出提供了很好的预示作用，汽车销售额占零售额的 25% 和整个消费总额的 8%。另外，汽车销售还可以作为预示经济衰退和复苏的早期信号。

2012年1-5月，汽车产销分别为800.03万辆和802.35万辆，产量同比增长3.19%，销量同比增长1.70%。总体来看，2012年5月，我国汽车产销环比有所回落，但同比呈现明显增长。1-5月汽车累计产销量同比均为正增长，但增长速度不高。汽车销售依旧缺乏快速增长的动力。

2012年6月13日，财政部、商务部联合发布公告，明确2012年老旧汽车报废更新补贴车辆范围及补贴标准。以旧换新政策在2010年曾拉动新车消费达382亿元，在稳增长的政策格局下，以旧换新的刺激汽车消费政策将再次延续，并有望发挥显著功效。从2011年末以来的终端市场来看，汽车行业正处于“井喷期”过后的“收缩期”，消费者购车时更倾向于中高档，国家消费刺激政策的出台或将提升市场的信心，但短期内的效果可能不会太明显。

汽车行业的缓慢发展，是否意味着汽车销售行业也将蹒跚前行了呢？前瞻产业研究院汽车销售行业研究小组分析认为，经历过2011年，各大经销商集团开始步入转型轨道，涌入到资本和服务市场，挖掘新的增长点，通过不同的方式扩充自身实力，再加上2011年底汽车流通业“十二五”规划的出台，重点汽车经销商在“十二五”期间具有较大的发展空间。2011年度，百强企业的营业收入已经达到了8515.27亿元，同比增长26%(2010年为6425.61亿元)。2011年，百强营业收入达到百亿元的集团已经有21家，而这个数字在2009年度的时候是11家，2010年的时候是13家。2011年超过500亿元营业收入的企业有3家，2010年的数量是2家。

中国报告网发布的《中国汽车销售产业盈利模式深度调研与企业投资战略咨询报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

报告大纲：

第一章 汽车销售行业基本概述

第一节 行业定义、地位及作用

一、汽车销售行业研究背景

二、汽车销售行业研究方法及依据

三、汽车销售行业研究基本前景概况

四、行业定义和范围

五、行业在国民经济中的地位与作用

第二节行业汽车销售品质及特点

一、行业汽车销售品质

二、行业特点

第三节2014年中国汽车销售行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章2014年中国汽车销售行业宏观环境分析

第一节2014年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

第二节汽车销售产业政策环境变化及影响分析

第三节汽车销售产业社会环境变化及影响分析

第三章2014年中国汽车销售行业运行态势分析

第一节2013-2014年汽车销售行业市场运行状况分析

第二节2014年中国汽车销售行业市场热点分析

第三节2014年中国汽车销售行业市场存在的问题分析

第四节2015-2020年中国汽车销售行业发展面临的新挑战分析

第四章2013-2015年中国汽车销售所属行业监测数据分析

第一节2013-2015年中国汽车销售所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

第二节2014年中国汽车销售所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、汽车销售收入结构分析

1、不同类型分析

第三节2013-2015年中国汽车销售所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、汽车工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第五章中国汽车销售国内市场综述

第一节中国汽车销售产品产量分析及预测

一、汽车销售产业总体产能规模

二、汽车销售生产区域分布

三、2013-2015年产量

四、2013-2015年消费情况

第二节中国汽车销售市场需求分析及预测

一、中国汽车销售需求特点

二、主要地域分布

第三节2015-2020年中国汽车销售供需平衡预测

第六章2013-2015年中国汽车销售行业重点区域分析及前景

第一节华北地区

第二节华东地区

第三节东北地区

第四节华中地区

第五节华南地区

第六节西南地区

第七节西北地区

第七章汽车销售重点企业分析

第一节中升集团控股有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第二节芜湖亚夏汽车股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第三节中国永达汽车服务控股有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第八章中国汽车销售行业市场竞争分析

第一节行业竞争环境分析

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

第二节市场竞争策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、推广策略

第三节汽车销售行业市场竞争趋势分析

一、汽车销售行业竞争格局分析

二、汽车销售典型企业竞争策略分析

三、汽车销售行业竞争趋势分析

第九章中国汽车销售产业国际竞争力分析

第一节中国汽车销售产业上下游环境分析

第二节中国汽车销售产业环节分析

第三节中国汽车销售企业盈利模型研究分析

一、核心竞争力

二、战略思想

三、盈利模型

第十章2015-2020年中国汽车销售行业发展趋势展望分析

第一节2015-2020年中国汽车销售行业发展前景展望

一、汽车销售行业市场蕴藏的商机探讨

二、“十二五”规划对汽车销售行业影响研究

第二节2015-2020年中国汽车销售行业发展趋势分析

第三节2015-2020年中国汽车销售行业运行状况预测

一、中国汽车销售行业工业总产值预测

二、中国汽车销售行业汽车销售收入预测

三、中国汽车销售行业利润总额预测

四、中国汽车销售行业总资产预测

第十一章2015-2020年中国汽车销售行业投资风险分析及建议

第一节2015-2020年中国汽车销售行业投资风险分析

一、宏观风险

二、微观风险

三、其他风险

第二节2015-2020年中国汽车销售行业投资风险的防范和对策

一、风险规避

二、风险控制

三、风险转移

四、风险保留

第三节2015-2020年中国汽车销售行业投资策略分析

一、把握国家投资的契机

二、竞争汽车销售战略联盟的实施

三、市场重点客户战略实施

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/226390226390.html>