

中国汽车4S店市场全景调研与投资战略分析报告 (2013-2017)

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4S店市场全景调研与投资战略分析报告（2013-2017）》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：<https://baogao.chinabaogao.com/qiche/142248142248.html>

报告价格：电子版: 7000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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

前些年，4S店投资火热，许多人手握资金就抢着去建店投资。“早期，建一个店的投资最快一年内就能收回，杭州的一家雷克萨斯4S店创下了半年收回成本、盈利的纪录。”一位杭州车市资深的张姓人士称。

彼时，大量热钱涌入了汽车流通行业，尽管投资人知道厂家的条款过于严苛，还是“勇于”地接受了，水涨船高之下，“有钱、有地不一定拿得到店(授权)，还得有关系”，有的投资者为了拿到授权，不惜花重金“公关费”聘请“团队”运作。

从一开始就采取“投机”、赚快钱的心态，没有下工夫在内部管理及外部开拓之上，一旦遇到汽车销售形势逆转下行，其抵御风险的能力也将大大下降。

中国报告网发布的《中国汽车4S店市场全景调研与投资战略分析报告（2013-2017）》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。

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。

第一章 汽车4S店的基本概述 1

第一节 4S意义阐述 1

一、SALE（整车销售）1

二、SPAREPART（零配件）1

三、SERVICE（售后服务）1

四、SURVEY（信息反馈）1

第二节 汽车4S店的发展历程 2

第三节 汽车4S店优势解析 2

一、信誉度方面 2

二、专业方面 3

三、售后服务保障方面 3

四、人性化方面 3

第二章 2010年中国汽车4S店的经营环境分析 4

第一节 国内汽车4S店经济环境分析 4

一、GDP历史变动轨迹分析 4

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 11

三、2012年中国汽车4S店经济发展预测分析 13

第二节 中国汽车4S店行业政策环境分析 16

第三章 2009-2011年中国汽车市场运行动态分析 19

第一节 2009-2011年中国汽车4S店行业总体数据分析 19

一、2009年中国汽车4S店行业全部企业数据分析 19

二、2010年中国汽车4S店行业全部企业数据分析 20

三、2011年中国汽车4S店行业全部企业数据分析 22

第二节 2009-2011年中国汽车4S店行业不同规模企业数据分析 23

一、2009年中国汽车4S店行业不同规模企业数据分析 23

二、2010年中国汽车4S店行业不同规模企业数据分析 24

三、2011年中国汽车4S店行业不同规模企业数据分析 24

第三节 2009-2011年中国汽车4S店行业不同所有制企业数据分析 24

一、2009年中国汽车4S店行业不同所有制企业数据分析 24

二、2010年中国汽车4S店行业不同所有制企业数据分析 25

三、2011年中国汽车4S店行业不同所有制企业数据分析 25

第四章 2010年中国汽车4S店的经营现状分析 27

第一节 2010年中国汽车4S店的经营模式 27

一、横向发展，即多品牌的经营模式 27

二、纵向发展，即做单一品牌的经营 27

第二节 2010年中国汽车4S店的行业状况分析 28

一、我国的4S店的数量已跃居全球前列 28

二、卡车4S店呈现出雨后春笋般的生长势头 28

三、维修服务获利是汽车获利的主要部分 28

四、中国汽车4S店区域分布状况分析 29

五、比亚迪抛出一新型营销模式--"移动4S店" 30

六、佛山：已有逾百家4S店 涵盖国内主流品牌 31

七、汽车用品店和汽车4S店的合作发展 33

第五章 2010年国内外汽车4S店营销模式对比分析 34

第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴 34

一、美国汽车营销模式分析 34

二、英国汽车营销模式分析 36

三、日本汽车营销模式分析 37

第二节 中国汽车4S店营销模式分析 38

一、汽车品牌专卖店 38

二、汽车交易市场 39

三、汽车工业园 40

四、汽车连锁销售业 41

五、电子商务模式 41

第六章 2010年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略的具体措施 44

第一节 中国4S店售后服务营销策略分析 44

一、实施客户满意战略 44

二、实施服务差异化策略 45

三、实施适时扩张策略 49

第二节 中国4S店客户满意战略分析 49

一、实施内部营销策略 49

二、实施客户关系管理策略 52

三、实施服务流程优化策略 53

四、实施优秀服务品质策略 57

第七章 2010年中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析 59

第一节 汽车4S店整体市场分析 59

一、利润 59

二、选址 61

三、品牌 62

四、服务 63

第二节 2010年中国汽车4S店市场竞争状况分析 64

一、与二手车市场的竞争状况分析 64

二、与汽车大卖场的竞争状况分析 65

三、4S店之间的竞争状况分析 67

第三节 2010年中国汽车4S店SWOT分析 68

一、中国汽车4S店整车销售市场SWOT 分析 68

二、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT 分析 71

三、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析 71

第八章 2010年北京现代汽车4S店服务营销研究 78

第一节 2010年北京现代汽车4S店运行综述 78

一、北京汽车4S店建设脚步放缓 网络规模大局已定 78

二、北京汽车4S店扎堆经营 10大汽车商圈形成 79

三、北京现代汽车4S店现车销售情况分析	80
第二节 2010年北京现代汽车4S店动态分析	80
一、北京汽车4S店售后服务用户满意企业	80
二、北京各汽车4S店促销信息大盘点	82
第三节 2010年北京现代汽车4S店战略分析	84
一、品牌根据地	84
二、以知识管理促创新	85
三、服务创新带来高客户满意度	86
第九章 2010年东风日产4S店发展战略分析	87
第一节 2010年中国东风日产4S店动态分析	87
一、东风日产北京4S店达15家	87
二、新会首家东风日产4S店现正试业	87
三、东风日产4S店落户寿光	88
第二节 东风日产4S店的盈利模式分析	89
第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析	90
一、东风日产4S店顾客盈利性分析	90
二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析	92
三、东风日产4S店的顾客层次分析	93
第四节 东风日产4S店发展实施策略	95
一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义	95
二、从品牌资产到顾客资产的战略转换	96
第十章 2010年广州本田4S店的经营之道解析	98
第一节 四位一体的品牌专营销售	98
第二节 广州本田的售后服务理念	99
一、基本理念	99
二、特约店销售服务的运营方针	99
第三节 双赢才会长久	100
一、选择经销商	100
二、投资回报"钱"景美好	101
三、广州本田品牌--值得打造	102
四、管理培训--利益挂钩	102
第十一章 2010年中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析	104
第一节 2010年中国汽车4S店行业经营中存在问题分析	104
一、规划布局不尽科学，恶性竞争时有发生	104
二、汽车4S店硬件过硬，软件水准有待提高	104

三、运营成本过高，销售利润偏低	105
四、依靠汽车品牌，缺乏自身的品牌形象	105
五、收入渠道狭窄，业务范围有待拓宽	106
六、营销队伍专业化程度较低	106
第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析	107
一、合理规划网点布局，开创多样化的营销模式	107
二、提升管理理念，加强经营管理	107
三、打造自身服务品牌,树立企业新形象	108
四、转变4S店重卖轻修思想，树立长远发展观念	108
五、加快行业整合，走联盟化集团化之路	108
六、充分发挥政府调控作用，促进汽车4S企业发展	110
第十二章 2013-2017年中国汽车4S店产业投资战略研究	111
第一节 2013-2017年中国汽车4S店行业投资概况	111
一、汽车4S店行业投资特性	111
二、汽车4S店具有良好的投资价值	112
三、汽车4S店投资环境利好	112
第二节 2013-2017年中国汽车4S店投资机会分析	113
一、汽车4S店投资热点	113
二、汽车4S店投资吸引力分析	114
第三节 2013-2017年中国汽车4S店投资风险及防范	116
一、技术风险分析	116
二、金融风险分析	116
三、政策风险分析	116
四、竞争风险分析	117

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/qiche/142248142248.html>