

中国汽车4S店市场深度调查及未来五年发展定位 分析报告

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4S店市场深度调查及未来五年发展定位分析报告》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/212159212159.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

报告大纲

第一章 汽车4S店的基本概述

第一节 4S意义阐述

- 一、Sale（整车销售）
- 二、Sparepart（零配件）
- 三、Service（售后服务）
- 四、Survey（信息反馈）

第二节 汽车4S店的发展历程

第三节 汽车4S店优势解析

- 一、信誉度方面
- 二、专业方面
- 三、售后服务保障方面
- 四、人性化方面

第二章 中国汽车4S店的经营环境分析

第一节 中国反垄断法的实施的优势分析

- 一、4S店将有更大优惠幅度的权利
- 二、4S店将引进副厂件来增强竞争力
- 三、4S店异地售车成为可能
- 四、4S店将不再局限于只经营个别品牌困局
- 五、4S店将逐步改变其与厂家的“从属”地位
- 六、4S店将不再是“千篇一律”
- 七、4S的优胜劣汰主推大型汽车经销商集团出现
- 八、汽车4S店功能将发生变化

第二节 中国宏观经济环境分析

第三节 中国汽车4S店行业政策环境分析

- 一、《汽车产业调整和振兴规划》
- 二、汽车服务细分行业管理体制
- 三、一季度汽车补贴优惠政策
- 四、节能与新能源汽车发展相关政策
- 五、中国制定车船税法
- 六、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁
- 七、中国汽车行业政策环境综述

第三章 中国汽车市场运行动态分析

第一节 一季度中国汽车制造业主要数据监测分析

- 一、中国汽车制造行业发展概况
- 二、一季度中国汽车制造业规模分析
- 三、中国汽车制造业结构分析

第二节 一季度中国汽车产量统计分析

- 一、一季度全国汽车产量分析
- 二、全国及主要省份汽车产量分析
- 三、汽车产量集中度分析

第三节 中国部分汽车销售情况分析

第四节 一季度中国汽车市场价格变化分析

第四章 中国汽车4S店的经营现状分析

第一节 中国汽车4S店的经营模式

- 一、横向发展的多品牌经营模式
- 二、纵向发展的单品牌的经营模式

第二节 中国汽车4S店的行业状况分析

- 一、30家汽车4S专营店落户天津汽贸街
- 二、产权式品牌汽车4S店聚集区亮相昆明
- 三、佛山汽车4S店数激增有望近百
- 四、比亚迪抛出新型营销模式“移动4S店”
- 五、汽车4S店变革经销方式扩大利润空间

第三节 中国汽车4S店经营状况分析

第五章 国内外汽车4S店营销模式对比分析

第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴

- 一、美国汽车营销模式分析
- 二、英国汽车营销模式分析
- 三、日本汽车营销模式分析
- 四、德国汽车营销模式分析

第二节 中国汽车4S店营销模式分析

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

第六章 中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析

第一节 中国汽车售后服务现状

一、汽车售后服务概述

一、汽车售后服务成新竞争模式

三、汽车售后服务现状分析

第二节 中国4S店售后服务营销策略分析

一、实施客户满意战略

二、实施服务差异化策略

三、实施适时扩张策略

第三节 中国4S店客户满意战略分析

第七章 中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析

第一节 汽车4S店整体市场分析

一、利润

二、选址

三、品牌

四、服务

第二节 中国汽车4S店市场竞争状况分析

一、与二手车市场的竞争状况分析

二、与汽车大卖场的竞争状况分析

三、4S店之间的竞争状况分析

第三节 中国汽车4S店SWOT分析

一、中国汽车4S店总体SWOT分析

二、中国汽车4S店整车销售市场SWOT分析

三、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT分析

四、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析

第八章 中国汽车4S店竞争力经营策略

第一节 汽车销售模式异化

一、4S + 2S模式

二、汽车大卖场内设点 + 4S店

三、“汽车大道”上的4S店

第二节 整体行销制胜

第三节 建立公司的门户网站

第四节 转变经营重心销售与售后并举

第五节 提升整体服务水平

第六节 建立企业人才储备

第七节 打造优质服务品牌

第八节 实行客户CRM系统管理

第九章 北京现代汽车4S店服务营销研究

第一节 北京现代汽车4S店运行综述

第二节 北京现代汽车4S店战略分析

第三节 北京现代汽车4S店服务营销策略的实施

第十章 东风日产4S店发展战略分析

第一节 中国东风日产4S店动态分析

一、东风日产销售目标分析

二、东风日产产品销量分析

三、东风日产销量目标及措施

第二节 东风日产4S店的盈利模式分析

第三节 东风日产4S店发展实施策略

一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义

二、从品牌资产到顾客资产的战略转换

第十一章 广州本田4S店的经营之道解析

第一节 四位一体的品牌专营销售

第二节 广州本田的售后服务理念

第三节 双赢才会长久

一、选择经销商

二、投资回报“钱”景美好

三、广州本田品牌--值得打造

四、管理培训--利益挂钩

第四节 广州本田选择经销商原则

第十二章 未来五年中国汽车4S店产业投资战略研究

第一节 未来五年中国汽车4S店行业投资概况

一、汽车4S店行业投资特性

二、汽车4S店具有良好的投资价值

三、汽车4S店投资环境利好

第二节 未来五年中国汽车4S店投资机会分析

一、汽车4S店投资热点

二、汽车4S店投资吸引力分析

第三节 未来五年中国汽车4S店投资风险及防范

一、投资回收风险

二、市场机制风险

三、政策风险分析

四、汽车品牌风险

五、竞争风险分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/212159212159.html>