

# 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](http://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>