中国汽车4S店行业市场调研与盈利战略研究报告（2014-2019)

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店行业市场调研与盈利战略研究报告（2014-2019)》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/193269193269.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

报告目录

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 2013-2014年中国汽车4S店的经营环境分析
第一节 2013年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 2013-2014年中国宏观经济环境分析
第三节 2013年中国汽车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、2013-2014年一季度汽车补贴优惠政策
四、2013年节 能与新能源汽车发展相关政策
五、2012年中国制定车船税法
六、《汽车品牌销售管理实施办法》的变迁
七、2013年中国汽车行业政策环境综述
第三章 2013-2014年中国汽车市场运行动态分析

第一节 2006-2014年一季度中国汽车制造业主要数据监测分析
一、2013-2014年中国汽车制造行业发展概况
二、2006-2014年一季度中国汽车制造业规模分析
三、2013-2014年中国汽车制造业结构分析
第二节 2010-2014年一季度中国汽车产量统计分析
一、2010-2014年一季度全国汽车产量分析
二、2013年全国及主要省份汽车产量分析
三、2013年汽车产量集中度分析
第三节 2013-2014年中国部分汽车销售情况分析
第四节 2010-2014年一季度中国汽车市场价格变化分析
第四章 2013年中国汽车4S店的经营现状分析
第一节 2013年中国汽车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 2013年中国汽车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 2013-2014年中国汽车4S店经营状况分析
第五章 2013年国内外汽车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 2013-2014年中国汽车4S店售后服务及客户满意战略分析
第一节 2013年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 2013年中国汽车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 2013-2014年中国汽车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 2013年中国汽车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 2013-2014年中国汽车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 2013-2014年北京现代汽车4S店服务营销研究
第一节 2013-2014年北京现代汽车4S店运行综述
第二节2013-2014年北京现代汽车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2013-2014年东风日产4S店发展战略分析
第一节2013-2014年中国东风日产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2013-2014年广州本田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 2014-2019年中国汽车4S店产业投资战略研究
第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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·····

特别说明：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：http://baogao.chinabaogao.com/qiche/193269193269.html