

中国4S店行业发展趋势分析与投资前景预测报告 (2024-2031年)

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4S店行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202407/717589.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

1、4S店概述

汽车4S店是集汽车销售、维修、配件和信息服务为一体的厂家特许授权销售店，经营模式为前店后厂。除汽车销售外，服务范围已延伸至汽车维修保养、二手车转换、洗车、美容、金融服务、保险、救援、租赁、信息咨询、汽车文化等项目。上个世纪90年代末期，4S店汽车销售模式开始进入中国。2000年以后，大部分主流品牌的4S店，在一、二、三线城市已经完成布局。2010年以后，向四、五线城市渗透，形成强大、流畅的汽车销售网络和渠道。

2、我国汽车产业进入3000万时代，但4S店行业上演大逃杀

自2021年以来，随着国内外疫情的防控措施的常态化，以及在国家购置税减半政策、地方政府促汽车消费政策叠加下，我国汽车行业消费市场持续回暖，带动产销量上升。根据数据显示，截至2023年，中国汽车产销量分别达3016.1万辆和3009.4万辆，同比分别增长11.6%和12%，进入3000万时代。乘用车产销量分别达2612.4万辆和2606.3万辆，同比分别增长9.6%和10.6%；商用车产销量分别达403.7万辆和403.1万辆，同比分别增长26.8%和22.1%。

数据来源：观研天下整理

随着汽车行业快速发展，4S店提供汽车销售服务及售后维保、保险、汽车金融等后市场服务，成为汽车产业链中直接触达消费者的最后一环，对整个产业的发展也功不可没。

但在汽车产业繁荣的背后，4S店行业上演大逃杀。根据中国汽车流通协会数据显示，近三年就有超5500家4S店退网，截止2023年上半年达到1400多家，创下中国车市有史以来的新高。进入2024年，目前已经超过150家4S店退市，如六月启东启粮集团11家4S店跑路，7月盐城森风集团遇困，涉及4S店超过60家。自2022年2月以来，已有浙江中通控股集团、宁波海曙博纳汽车、内蒙古紫维汽车、重庆龙华、庞大集团5家4S集团退市或破产。

数据来源：观研天下整理

同时，2023年，我国完成年度销量目标的经销商占比仅有27.3%，超过六成经销商完成了任务指标的80%以上。并且，汽车库存预警指数很大程度上反应出经销商的经营压力。根据中国汽车流通行业协会数据显示，2023年，国内经销商的库存指数，都是在50%的荣枯线之上，其中有多个月甚至超过60%。库存预警指数位于荣枯线之上，代表汽车流通行业处在不景气区间，可见经销商们的生存难度之大。

数据来源：观研天下整理

进入2023年，由于新车价格倒挂严重，以价换量情况明显，导致新车综合毛利率下滑。而

经销商在厂家返利有关的考核指标有所放宽和价格补贴后，弥补部分新车亏损，经营状况有所改善。根据相关资料可知，2023年，我国经销商亏损比例达到43.5%；盈利面从2023年上半年的35.3%提升至2023年底的37.6%。

数据来源：观研天下整理

3、4S店为何被抛弃？

那么为什么4S店被抛弃？这个要从2013年7月说起，特斯拉进入中国市场，在北京侨福芳草地开了家特斯拉体验中心。特斯拉的直营模式，客户在体验店体验，线上下单，再到交付中心提车，打破了传统汽车零售模式，省去中间商，并且直接把体验店开在市中心、购物中心，直接触达消费者。

随后，新能源汽车兴起，理想、蔚来、小鹏等造车新势力也效仿特斯拉，把体验店开在城市中心区的购物中心、写字楼、网红商圈。现阶段，手机厂商开始造车，如问界进了华为门店，小米汽车在小米手机门店展销。而这种模式完全颠覆传统4S店的经销服务模式，对传统4S店造成极大冲击，更是改变整个行业商业模式和盈利结构。4S店最主要的收入是厂家返点和售后服务，而在新能源汽车销售时代，盈利结构逐渐被彻底改变。

同时，中国新能源汽车品牌抢走了多数传统豪华汽车品牌的市场份额，并且深受年轻人的喜爱，这让传统4S店的生意雪上加霜。毫无疑问，2023年绝大部分4S店生存情况肯定是进一步恶化。例如，根据相关媒体报道，老板沈峰名下的盐城森风肯德汽车有限公司750万元的股权，在2024年6月24日被南京市秦淮区人民法院进行了冻结，冻结期限为三年；仅老板名下的三家公司拖欠税款已超过千万，包括森风集团有限公司欠税496万，森风集团南京投资有限公司欠税306万，森风集团盐城允升汽车有限公司欠税468万；涉及数十万售后保有客户的保养套餐和储值费用被挪作他用，大量车主的买车款也被卷走。

4、4S店品牌各找出路，出海、多样化服务内容与新能源厂商合作等

卖车是汽车经销商的最核心收入来源，但由于市场竞争不断加剧，去库存回笼资金的压力增大，新车销售盈利能力困难，而售后等增值服务却成为新增长点，维修服务、佣金代理以及汽车租赁等业务收入规模虽远不及卖车，但毛利率分别为31.72%、76.14%和56.82%。

随着我国传统燃油车销量逐渐萎缩，新能源汽车渗透率持续上升，传统4S店也正在积极各自找出路，与各大新能源品牌接触，以寻求转型突破的机会。例如，广汇汽车积极参与新能源市场布局，截至2023年底已与20多个新能源品牌建立密切联系与沟通机制，已申请成功47家店面，正在申请20家。

在出海方面，2022年，红旗E-HS9已入驻迪拜警方车队；长城汽车坦克300在中东地区上市，2023年坦克500在阿联酋等地陆续上市，2023年初长城汽车在中东的首家配件中心在阿联酋启动运营；比亚迪2023年3月宣布与阿联酋汽车经销商Al-Futtaim合作，并于6月面向当地市场正式推出元Plus（海外称BYD ATTO3）；2024年2月2日，小鹏汽车宣布与阿联酋经销商集团Ali&Sons建立战略合作伙伴关系，将从Q3开始在阿

联酋销售小鹏G6和G9两款SUV车型，是搭建在小鹏SEPA 2.0“扶摇”全域智能进化架构上的产品。

在服务内容方面，目前，不少4S店推出0元试驾几天、按摩服务、免费咖啡和下午茶、举办各种手工活动等等。例如，中升控股将业务拓展的重点放在二手车领域，并且高度重视售后及精品业务。根据相关数据显示，2023年上半年，中升控股69.70亿元的毛利润中，新车销售仅贡献8.66亿元，毛利率1.3%，而售后及精品业务毛利高达57.71亿元，毛利率47.2%；二手车销售毛利3.33亿元，毛利率6.5%。同时，中升豪华汽车销量为140238台，同比虽然下降2.5%，但销售占比提升至62.6%，这也意味着豪华车车主普遍有能力且有意愿为高价值配套服务买单。

中升控股销售网点结构

分析指标

2023年H1

2022年H1

2021年H1

营业网点

416

417

386

豪华品牌营业网点

267

261

229

豪华品牌营业网点占比

64.2%

62.6%

59.3%

中高端品牌营业网点

149

156

157

覆盖省市自治区个数

25

25

25

资料来源：观研天下整理

5、与时俱进，探索4S店行业未来发展之路

汽车4S店是一种集“整车销售（Sale）、零配件（Spare part）、售后服务（Service）和信息反馈（Survey）四位一体”的汽车销售场所。以特斯拉为代表的直营模式兴起，虽然没有“中间商赚差价”，有利于降低售价，但库存和店面租金、人员等成本较高，如小鹏和蔚来由于资金压力，选择“直营+授权”两条腿走路。

在业绩方面，在汽车厂商直接下场干销售的情况下，中升集团虽依旧位居行业第一，但北汽鹏龙、上汽销售已经强势晋级行业前十，而且中升控股要想持续成长的难度很大。

因此，对于现有企业而言，必须开启年轻化，改变营销模式，也可以将体验店开在市中心区，同时在当前的短视频时代、社区种草时代、新能源汽车时代，年轻消费者是消费主力军，4S店需与时俱进，借助多元化媒体宣传，才能坚守市场。（WYD）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国4S店行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国4S店行业发展概述

第一节 4S店行业发展情况概述

一、4S店行业相关定义

二、4S店特点分析

三、4S店行业基本情况介绍

四、4S店行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、4S店行业需求主体分析

第二节 中国4S店行业生命周期分析

一、4S店行业生命周期理论概述

二、4S店行业所属的生命周期分析

第三节 4S店行业经济指标分析

一、4S店行业的赢利性分析

二、4S店行业的经济周期分析

三、4S店行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球4S店行业市场发展现状分析

第一节 全球4S店行业发展历程回顾

第二节 全球4S店行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲4S店行业地区市场分析

一、亚洲4S店行业市场现状分析

二、亚洲4S店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲4S店行业市场前景分析

第四节 北美4S店行业地区市场分析

一、北美4S店行业市场现状分析

二、北美4S店行业市场规模与市场需求分析

三、北美4S店行业市场前景分析

第五节 欧洲4S店行业地区市场分析

一、欧洲4S店行业市场现状分析

二、欧洲4S店行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲4S店行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界4S店行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球4S店行业市场规模预测

第三章 中国4S店行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对4S店行业的影响分析

第三节 中国4S店行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对4S店行业的影响分析

第五节 中国4S店行业产业社会环境分析

第四章 中国4S店行业运行情况

第一节 中国4S店行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国4S店行业市场规模分析

一、影响中国4S店行业市场规模的因素

二、中国4S店行业市场规模

三、中国4S店行业市场规模解析

第三节 中国4S店行业供应情况分析

一、中国4S店行业供应规模

二、中国4S店行业供应特点

第四节 中国4S店行业需求情况分析

一、中国4S店行业需求规模

二、中国4S店行业需求特点

第五节 中国4S店行业供需平衡分析

第五章 中国4S店行业产业链和细分市场分析

第一节 中国4S店行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、4S店行业产业链图解

第二节 中国4S店行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对4S店行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对4S店行业的影响分析

第三节 我国4S店行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国4S店行业市场竞争分析

第一节 中国4S店行业竞争现状分析

一、中国4S店行业竞争格局分析

二、中国4S店行业主要品牌分析

第二节 中国4S店行业集中度分析

一、中国4S店行业市场集中度影响因素分析

二、中国4S店行业市场集中度分析

第三节 中国4S店行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国4S店行业模型分析

第一节 中国4S店行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国4S店行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国4S店行业SWOT分析结论

第三节 中国4S店行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国4S店行业需求特点与动态分析

第一节 中国4S店行业市场动态情况

第二节 中国4S店行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 4S店行业成本结构分析

第四节 4S店行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节 中国4S店行业价格现状分析

第六节 中国4S店行业平均价格走势预测

- 一、中国4S店行业平均价格趋势分析
- 二、中国4S店行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国4S店行业所属行业运行数据监测

第一节 中国4S店行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国4S店行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国4S店行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国4S店行业区域市场现状分析

第一节 中国4S店行业区域市场规模分析

- 一、影响4S店行业区域市场分布的因素
- 二、中国4S店行业区域市场分布

第二节 中国华东地区4S店行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区4S店行业市场分析
 - (1) 华东地区4S店行业市场规模
 - (2) 华南地区4S店行业市场现状
 - (3) 华东地区4S店行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区4S店行业市场分析

(1) 华中地区4S店行业市场规模

(2) 华中地区4S店行业市场现状

(3) 华中地区4S店行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区4S店行业市场分析

(1) 华南地区4S店行业市场规模

(2) 华南地区4S店行业市场现状

(3) 华南地区4S店行业市场规模预测

第五节 华北地区4S店行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区4S店行业市场分析

(1) 华北地区4S店行业市场规模

(2) 华北地区4S店行业市场现状

(3) 华北地区4S店行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区4S店行业市场分析

(1) 东北地区4S店行业市场规模

(2) 东北地区4S店行业市场现状

(3) 东北地区4S店行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区4S店行业市场分析

(1) 西南地区4S店行业市场规模

(2) 西南地区4S店行业市场现状

(3) 西南地区4S店行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区4S店行业市场分析

(1) 西北地区4S店行业市场规模

(2) 西北地区4S店行业市场现状

(3) 西北地区4S店行业市场规模预测

第十一章 4S店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国4S店行业发展前景分析与预测

第一节 中国4S店行业未来发展前景分析

一、4S店行业国内投资环境分析

二、中国4S店行业市场机会分析

三、中国4S店行业投资增速预测

第二节 中国4S店行业未来发展趋势预测

第三节 中国4S店行业规模发展预测

- 一、中国4S店行业市场规模预测
- 二、中国4S店行业市场规模增速预测
- 三、中国4S店行业产值规模预测
- 四、中国4S店行业产值增速预测
- 五、中国4S店行业供需情况预测
- 第四节 中国4S店行业盈利走势预测
- 第十三章 2024-2031年中国4S店行业进入壁垒与投资风险分析
- 第一节 中国4S店行业进入壁垒分析
 - 一、4S店行业资金壁垒分析
 - 二、4S店行业技术壁垒分析
 - 三、4S店行业人才壁垒分析
 - 四、4S店行业品牌壁垒分析
 - 五、4S店行业其他壁垒分析
- 第二节 4S店行业风险分析
 - 一、4S店行业宏观环境风险
 - 二、4S店行业技术风险
 - 三、4S店行业竞争风险
 - 四、4S店行业其他风险
- 第三节 中国4S店行业存在的问题
- 第四节 中国4S店行业解决问题的策略分析
- 第十四章 2024-2031年中国4S店行业研究结论及投资建议
- 第一节 观研天下中国4S店行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节 中国4S店行业进入策略分析
 - 一、行业目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择
- 第三节 4S店行业营销策略分析
 - 一、4S店行业产品策略
 - 二、4S店行业定价策略
 - 三、4S店行业渠道策略
 - 四、4S店行业促销策略
- 第四节 观研天下分析师投资建议
- 图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/717589.html>