

2016-2022年中国汽车销售 市场深度研究与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国汽车销售市场深度研究与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiche/X05043OVY5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2014我国汽车行业总销量为2349.19万辆，同比增长6.9%。当中2014年国内制造汽车销售量为2320.83万辆，CKD汽车销量为28.36万辆。

《2016-2022年中国汽车销售市场深度研究与未来发展趋势报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了汽车销售行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国汽车销售做了重点企业经营状况分析，并分析了中国汽车销售行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第1章：中国汽车销售行业发展综述11

1.1汽车销售行业的相关概述11

1.1.1汽车销售的概念11

1.1.2汽车销售的流程11

1.1.3汽车销售的步骤13

1.1.4行业在国民经济中的地位14

1.2汽车销售行业投资特性分析14

1.2.1汽车销售行业进入壁垒分析14

1.2.2汽车销售行业盈利模式分析16

1.2.3汽车销售行业盈利因素分析17

1.3汽车销售物流模式分析19

1.3.1中国汽车销售物流发展历程19

1.3.2中国汽车销售物流模式状况20

1.3.3汽车销售物流发展存在的问题20

1.3.4汽车销售物流发展趋势分析22

第2章：中国汽车销售行业发展环境分析24

2.1汽车销售行业政策环境分析24

2.1.1汽车产业相关政策动向24

2.1.2汽车产业发展规划解读28

2.2汽车销售行业经济环境分析33

2.2.1国际宏观经济环境分析33

2.2.2国家宏观经济环境分析40

2.2.3行业宏观经济环境分析48

2.3汽车销售行业贸易环境分析51

2.3.1行业贸易环境发展现状51

2.3.2行业贸易环境发展趋势52

2.4汽车销售行业社会环境分析52

2.4.1城镇化进程发展加快52

2.4.2居民的消费结构升级54

2.4.3“绿色出行”生活方式56

2.4.4城市交通容量发展分析56

2.4.5汽车消费与社会协调分析57

第3章：国内外汽车销售市场营销策略分析59

3.1国外汽车市场营销策略分析59

3.1.1国外汽车营销市场发展现状分析59

3.1.2国际汽车市场主要营销模式分析60

3.1.3国际汽车销售体系的特点分析61

3.1.4国外主要国家汽车营销模式分析62

(1) 欧洲汽车市场营销模式分析62

(2) 美国汽车市场营销模式分析65

(3) 日本汽车市场营销模式分析66

3.1.5国外汽车营销市场发展趋势分析68

3.2中国汽车市场营销策略分析70

3.2.1汽车营销市场发展现状分析70

3.2.2汽车营销体系发展历程分析71

3.2.3汽车市场主要营销模式分析73

- 3.2.4汽车市场分销渠道模式分析74
- 3.2.5汽车产品市场营销策略分析77
 - (1) 时尚营销策略分析77
 - (2) 文化营销策略分析78
 - (3) 展会营销策略分析78
 - (4) 体育营销策略分析79
 - (5) 网络营销策略分析79
 - (6) 事件营销策略分析80
 - (7) 概念营销策略分析80
 - (8) 体验营销策略分析80
- 3.2.6国内汽车市场网络营销模式分析81
 - (1) 汽车行业网络广告投放规模81
 - (2) 汽车行业媒体广告投放情况82
 - (3) 汽车经销商网络广告投放情况84
 - (4) 汽车网站流量监测情况分析86
 - (5) 广告主广告投放策略对比分析88
 - (6) 汽车经销商网络广告投放优势88
 - (7) 汽车行业网络营销发展对策分析90
 - (8) 汽车经销商网络广告投放趋势分析92
- 3.2.7国内汽车企业经销商营销网络建设分析94
- 3.3中国汽车4S店营销策略分析95
 - 3.3.1中国汽车4S店营销发展概况95
 - (1) 汽车4S店概念及发展历程95
 - (2) 汽车4S店的发展现状分析96
 - (3) 汽车4S店的区域分布情况98
 - (4) 汽车4S店的售后服务现状98
 - 3.3.2国外汽车4S店营销模式分析100
 - (1) 美国汽车4S店营销模式100
 - (2) 英国汽车4S店营销模式101
 - (3) 日本汽车4S店营销模式102
 - (4) 德国汽车4S店营销模式103
 - 3.3.3中国汽车4S店经营模式分析103

(1) 横向发展——多品牌的经营模式103

(2) 纵向发展——做单一品牌的经营104

3.3.4 中国汽车4S店营销模式分析104

(1) 汽车品牌专卖店营销模式104

(2) 汽车交易市场营销模式105

(3) 汽车工业园区营销模式106

(4) 汽车连锁销售营销模式106

(5) 电子商务模式营销模式107

3.3.5 汽车4S店市场竞争格局分析109

(1) 与二手车市场的竞争分析109

(2) 与汽车大卖场的竞争分析110

(3) 汽车4S店间的竞争分析110

3.3.6 主要汽车4S店经营策略分析111

(1) 北京现代4S店经营策略111

(2) 东风日产4S店经营策略112

(3) 广州本田4S店经营策略113

(4) 奇瑞汽车4S店经营模式113

3.3.7 汽车4S店的SWOT分析114

(1) 汽车4S店的优势分析114

(2) 汽车4S店的劣势分析115

(3) 汽车4S店的机会分析117

(4) 汽车4S店的威胁分析117

3.3.8 汽车4S店营销模式的机制创新118

3.4 中国汽车细分市场营销策略分析119

3.4.1 轿车市场营销策略分析119

(1) 轿车市场营销模式分析119

(2) 轿车市场营销策略分析120

3.4.2 客车市场营销策略分析121

(1) 客车产品策略分析121

(2) 客车营销渠道分析122

(3) 客车价格策略分析124

(4) 客车促销策略分析124

3.4.3国内客车企业营销策略分析	126
(1) 宇通客车营销策略分析	126
(2) 金龙客车营销策略分析	130
(3) 黄海客车营销策略分析	131
(4) 申龙客车营销策略分析	132
3.5中国汽车营销策略发展趋势分析	132
3.5.1汽车市场营销模式存在的问题	132
3.5.2汽车市场营销模式的影响因素	134
3.5.3国内外汽车营销模式比较分析	135
3.5.4国内汽车营销模式发展对策分析	135
3.5.5汽车市场营销渠道发展趋势分析	137
3.5.6汽车市场营销模式未来趋势分析	138

第4章：中国汽车销售行业细分车型市场分析141

4.1汽车销售行业市场状况分析	141
4.1.1汽车整车车型分类分析	141
4.1.2汽车销售总体市场分析	142
(1) 乘用车销售市场分析	145
(2) 商用车销售市场分析	149
4.1.3汽车市场上牌数量分析	152
4.1.4汽车销售市场影响因素分析	153
4.2汽车整车销售细分市场分析	153
4.2.1轿车销售市场分析	153
(1) 轿车销售规模分析	153
(2) 轿车市场发展趋势	156
4.2.2MPV销售市场分析	157
(1) MPV销售规模分析	157
(2) MPV市场发展趋势	159
4.2.3SUV销售市场分析	160
(1) SUV销售规模分析	160
(2) SUV市场发展趋势	162
4.2.4交叉型乘用车销售市场分析	164

- (1) 交叉型乘用车产销规模分析164
- (2) 交叉型乘用车市场发展趋势166
- 4.2.5重卡销售市场分析167
 - (1) 重卡销售规模分析167
 - (2) 重卡市场发展趋势172
- 4.2.6中卡销售市场分析174
 - (1) 中卡销售规模分析174
 - (2) 中卡市场发展趋势175
- 4.2.7轻卡销售市场分析176
 - (1) 轻卡销售规模分析176
 - (2) 轻卡市场发展趋势178
- 4.2.8微卡销售市场分析180
 - (1) 微卡销售规模分析180
 - (2) 微卡市场发展趋势181
- 4.2.9大客销售市场分析184
 - (1) 大客销售规模分析184
 - (2) 大客市场发展趋势185
- 4.2.10中客销售市场分析185
 - (1) 中客销售规模分析185
 - (2) 中客市场发展趋势186
- 4.2.11轻客销售市场分析186
 - (1) 轻客销售规模分析186
 - (2) 轻客市场发展趋势188
- 4.3新能源汽车销售市场分析189
 - 4.3.1新能源汽车市场现状分析189
 - (1) 新能源汽车销售市场189
 - (2) 私人购车成长空间分析191
 - 4.3.2产业链关键环节发展分析191
 - 4.3.3新能源汽车示范运营效果分析192
 - 4.3.4新能源汽车市场应用情况分析193
 - 4.3.5新能源客车销售市场分析194
 - (1) 2010年新能源客车市场特点剖析194

(2) 2010年各省市电动公交车拥有计划200

4.3.6国外新能源汽车销售市场分析201

(1) 国外新能源汽车市场规模201

(2) 国外新能源汽车推广分析202

4.3.7新能源汽车与国外的差距比较203

4.3.8新能源汽车销售市场趋势分析204

4.4二手车销售市场发展分析206

4.4.1二手汽车销售市场现状分析206

4.4.2二手汽车销售市场竞争分析208

4.4.3二手汽车销售区域市场分析210

4.4.4二手车交易市场价格变化分析214

4.4.5二手车交易市场经营模式分析214

4.4.6二手车经营的盈利模式分析216

4.4.7二手汽车销售市场趋势分析218

第5章：中国汽车销售行业重点区域市场分析219

5.1汽车销售市场区域分布特征219

5.2北京汽车销售市场发展分析221

5.2.1北京汽车市场发展基础分析221

(1) 常住人口分析221

(2) 市政设施情况222

(3) 公共交通情况222

(4) 交通运营状况223

(5) 相关政策分析224

5.2.2北京汽车市场规模分析225

(1) 汽车总销量分析225

(2) 汽车保有量分析226

(3) 汽车上牌量分析227

5.2.3奥运会对北京汽车市场的影响228

5.2.4北京市汽车销售市场前景分析229

5.3上海汽车销售市场发展分析230

5.3.1上海汽车市场发展基础分析230

- (1) 常住人口分析230
- (2) 市政设施情况231
- (3) 公共交通情况232
- (4) 交通运营状况233
- (5) 相关政策分析233
- 5.3.2上海汽车市场规模分析234
 - (1) 汽车总销量分析234
 - (2) 汽车保有量分析236
 - (3) 汽车上牌量分析236
- 5.3.3世博会对上海汽车市场的影响237
- 5.3.4上海市汽车销售市场前景分析238
- 5.4广州汽车销售市场发展分析238
 - 5.4.1广州汽车市场发展基础分析238
 - (1) 常住人口分析239
 - (2) 市政设施情况239
 - (3) 公共交通情况240
 - (4) 交通运营状况241
 - (5) 相关政策分析242
 - 5.4.2广州汽车市场规模分析242
 - (1) 汽车总销量分析242
 - (2) 汽车保有量分析243
 - (3) 汽车上牌量分析243
 - 5.4.3亚运会对广州汽车市场的影响244
 - 5.4.4广州市汽车销售市场前景分析245
- 5.5深圳汽车销售市场发展分析245
 - 5.5.1深圳汽车市场发展基础分析245
 - (1) 常住人口分析245
 - (2) 市政设施情况246
 - (3) 公共交通情况246
 - (4) 交通运营状况247
 - (5) 相关政策分析248
 - 5.5.2深圳汽车市场规模分析248

- (1) 汽车总销量分析248
- (2) 汽车保有量分析249
- (3) 汽车上牌量分析249
- 5.5.3大运会对深圳汽车市场的影响251
- 5.5.4深圳市汽车销售市场前景分析251
- 5.6其它地区汽车销售市场分析252
- 5.6.1天津汽车销售市场发展分析252
- 5.6.2重庆汽车销售市场发展分析253
- 5.6.3杭州汽车销售市场发展分析253
- 5.6.4南京汽车销售市场发展分析254
- 5.6.5武汉汽车销售市场发展分析255
- 5.6.6成都汽车销售市场发展分析256
- 5.6.7厦门汽车销售市场发展分析256
- 5.6.8长沙汽车销售市场发展分析258

第6章：中国汽车销售行业进出口市场分析260

- 6.1中国汽车进出口市场综述260
- 6.2中国汽车出口市场分析262
- 6.2.1中国出口汽车市场分析262
- 6.2.2出口汽车分车型市场分析264
- (1) 轿车出口市场情况分析264
- (2) 大中客车出口市场情况266
- (3) 轻客出口市场情况分析268
- (4) 重卡出口市场情况分析268
- (5) 轻卡出口市场情况分析270
- (6) 汽车零部件出口市场情况271
- 6.3中国汽车进口市场分析272
- 6.3.1中国进口汽车市场分析272
- 6.3.2进口汽车分车型市场分析275
- (1) 轿车进口市场情况分析275
- (2) 大中客车进口市场情况278
- (3) 轻客进口市场情况分析279

(4) 重卡进口市场情况分析	280
(5) 轻卡进口市场情况分析	280
(6) 汽车零部件进口市场情况	281
6.4 中国汽车进出口前景及建议	282
6.4.1 汽车销售行业出口前景及建议	282
6.4.2 汽车销售行业进口前景及建议	282
第7章：汽车销售行业市场竞争格局分析	284
7.1 国际汽车销售市场竞争格局分析	284
7.1.1 国际汽车销售市场发展状况分析	284
7.1.2 国外主要汽车企业汽车销售分析	286
7.1.3 国外主要国家地区汽车销售市场	290
(1) 北美汽车销售市场发展分析	290
(2) 欧洲汽车销售市场发展分析	294
(3) 亚洲汽车销售市场发展分析	296
(4) 其他地区汽车销售市场分析	298
7.1.4 跨国汽车销售企业在华投资布局	299
(1) 跨国汽车销售企业在华投资布局	300
(2) 跨国汽车销售企业在华投资趋势	301
7.1.5 国际汽车销售市场发展趋势分析	302
7.2 中国汽车销售市场竞争格局分析	302
7.2.1 中国汽车销售市场竞争现状	302
7.2.2 中国汽车市场消费特点分析	306
7.2.3 中国汽车销售行业集中度分析	310
7.2.4 中国汽车保有量及增长情况	313
7.2.5 中国汽车销售市场规模分析	315
7.2.6 汽车经销服务公司优劣分析	318
7.2.7 中国国产汽车市场均价分析	319
7.3 汽车销售行业投资兼并与重组整合	322
7.3.1 汽车销售行业投资兼并与重组概况	322
7.3.2 汽车销售行业投资兼并与重组动向	323
7.4 中国汽车消费市场发展前景分析	325

7.4.1汽车消费市场面临的挑战325

7.4.2汽车消费市场可持续发展326

7.4.3汽车消费市场发展前景分析328

第8章：中国汽车销售行业主要企业经营分析329

8.1上海宝钢住商汽车贸易有限公司经营分析329

8.1.1企业发展简况分析329

8.1.2企业主营业务分析329

8.1.3企业品牌专营店329

8.1.4企业品牌车型分析330

8.1.5企业车型价格分析330

8.1.6企业经营情况分析331

8.1.7企业运营网络分布331

8.1.8企业经营优劣势分析332

8.1.9企业最新发展动向分析332

8.2广州汽车集团商贸有限公司经营分析332

8.2.1企业发展简况分析332

8.2.2企业主营业务分析333

8.2.3企业品牌专营店334

8.2.4企业品牌车型分析334

8.2.5企业运营网络分布335

8.2.6企业组织架构分析335

8.2.7企业经营优劣势分析338

8.2.8企业最新发展动向分析338

8.3上海云峰集团汽车产业发展有限公司经营分析338

8.3.1企业发展简况分析338

8.3.2企业主营业务分析339

8.3.3企业品牌专营店339

8.3.4企业品牌车型分析340

8.3.5企业车型价格分析341

8.3.6企业经营优劣势分析342

8.4庞大汽贸集团股份有限公司经营分析342

- 8.4.1企业发展简况分析342
- 8.4.2企业主营业务分析342
- 8.4.3企业品牌专营店343
- 8.4.4企业经营情况分析343
 - (1) 主要经济指标分析343
 - (2) 企业盈利能力分析344
 - (3) 企业运营能力分析345
 - (4) 企业偿债能力分析346
 - (5) 企业发展能力分析346
- 8.4.5企业运营网络分布347
- 8.4.6企业经营优劣势分析348
- 8.4.7企业经营模式分析349
- 8.4.8企业最新发展动向分析357
- 8.4.9企业投资兼并与重组分析357
- 8.5中升集团控股有限公司经营分析357
 - 8.5.1企业发展简况分析357
 - 8.5.2企业主营业务分析357
 - 8.5.3企业品牌专营店357
 - 8.5.4企业品牌车型分析358
 - 8.5.5企业经营情况分析358
 - (1) 主要经济指标分析358
 - (2) 企业盈利能力分析358
 - (3) 企业运营能力分析359
 - (4) 企业偿债能力分析359
 - (5) 企业发展能力分析360
 - 8.5.6企业运营网络分布360
 - 8.5.7企业经营优劣势分析362
 - 8.5.8企业最新发展动向分析362
- 8.6中进汽贸上海进口汽车贸易有限公司经营分析362
 - 8.6.1企业发展简况分析362
 - 8.6.2企业主营业务分析363
 - 8.6.3企业品牌车型分析363

- 8.6.4企业车型价格分析363
- 8.6.5企业经营优劣势分析365
- 8.7广州市汽车贸易有限公司经营分析365
 - 8.7.1企业发展简况分析365
 - 8.7.2企业主营业务分析366
 - 8.7.3企业品牌专营店366
 - 8.7.4企业品牌车型分析367
 - 8.7.5企业组织架构分析367
 - 8.7.6企业运营网络分布368
 - 8.7.7企业经营优劣势分析369
 - 8.7.8企业最新发展动向分析369
- 8.8上海世贸汽车贸易有限公司经营分析369
 - 8.8.1企业发展简况分析369
 - 8.8.2企业主营业务分析369
 - 8.8.3企业品牌专营店370
 - 8.8.4企业车型价格分析370
 - 8.8.5企业运营网络分布371
 - 8.8.6企业经营优劣势分析371
 - 8.8.7企业最新发展动向分析371
- 8.9广汇汽车服务股份公司经营分析372
 - 8.9.1企业发展简况分析372
 - 8.9.2企业主营业务分析372
 - 8.9.3企业品牌专营店372
 - 8.9.4企业品牌车型分析372
 - 8.9.5企业经营情况分析373
 - 8.9.6企业运营网络分布373
 - 8.9.7企业经营优劣势分析373
 - 8.9.8企业最新发展动向分析373
- 8.10一汽丰田汽车销售有限公司经营分析374
 - 8.10.1企业发展简况分析374
 - 8.10.2企业主营业务分析374
 - 8.10.3企业品牌车型分析374

8.10.4企业经营情况分析375

8.10.5企业经营优劣势分析375

第9章：汽车销售行业金融及保险市场分析402

9.1中国汽车消费金融市场发展分析402

9.2汽车消费金融市场发展现状402

9.3汽车消费金融市场发展特点404

9.4汽车消费金融公司发展分析406

9.5汽车金融公司与银行车贷比较407

9.6汽车消费金融盈利模式分析407

9.7汽车金融业发展的制约因素409

9.8汽车消费金融市场发展难点410

9.9汽车消费金融市场发展对策412

9.10汽车消费金融市场发展趋势414

9.11中国汽车消费信贷市场发展分析415

9.12汽车消费信贷市场发展现状综述415

9.13汽车消费信贷市场政策发展分析417

9.14汽车消费信贷市场竞争状况分析417

9.15汽车消费信贷市场存在问题分析419

9.16国外汽车消费信贷服务借鉴分析420

9.17汽车消费贷款市场主要风险分析422

9.18汽车消费信贷市场发展建议分析424

9.19汽车消费信贷市场发展前景及趋势425 (zyyzg)

9.20中国汽车消费保险市场发展分析427

9.21中国汽车保险市场规模分析427

9.22中国汽车保险行业发展特点429

9.23汽车保险市场竞争格局分析429

9.23.1汽车保险市场的竞争概况429

9.23.2汽车保险行业集中度分析430

9.23.3汽车保险市场发展驱动因素431

9.23.4汽车保险潜在进入者威胁432

9.24汽车保险市场竞争策略分析433

- 9.24.1 差异化竞争策略分析433
- 9.24.2 规模化经验策略分析433
- 9.24.3 资本化运作策略分析434
- 9.25 汽车保险行业发展趋势分析435
 - 9.25.1 行业监管环境变化趋势分析435
 - 9.25.2 营销渠道模式发展趋势分析435
 - 9.25.3 车险险种结构变化趋势分析436

第10章：汽车销售行业投资分析及前景预测437

- 10.1 中国汽车销售行业投资分析437
- 10.2 中国汽车销售行业投资风险分析437
 - 10.2.1 汽车销售行业政策风险分析437
 - 10.2.2 汽车销售行业经济风险分析438
 - 10.2.3 汽车销售行业供求风险分析439
 - 10.2.4 汽车销售行业区域风险分析439
 - 10.2.5 汽车销售行业经营风险分析440
- 10.3 中国汽车销售行业投资机会分析440
- 10.4 中国汽车销售最新投资动向分析441
- 10.5 中国汽车销售市场前景预测分析442
- 10.6 中国汽车销售市场发展趋势分析442
- 10.7 中国汽车销售发展驱动因素分析442
- 10.8 中国汽车销售市场规模预测分析443
- 10.9 中国汽车销售行业发展建议分析445

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/X05043OVY5.html>