

2024-2029年中国汽车销售行业市场全景调研与投资前景预测报告

报告简介

汽车销售是指汽车经销商对汽车等产品进行货币交易并取得销售收入的交易行为，是消费者支出的重要组成部分，并能通过该指标很好地反映出消费者对经济前景的信心指数，是国内宏观经济发展的重要预警信号。在国内市场竞争激烈的背景下，汽车销售应重视对全流程的跟踪及服务，以增强客户对品牌的认可度。

从汽车的整个销售模式进行分析，汽车销售从前端后末端大致分为如下八个流程，每个流程都对销售的整个环节产生重要的影响作用。随着国内汽车制造水平的提升及各品牌汽车销售4S店的建立，汽车销售竞争力显著增强，除重视对汽车的宣传之外，更应注重对客户的服务和跟踪及回访。

未来，随着人们个性化需求的不断提升，汽车销售也将逐渐由大众同质化销售向个性化销售模式转变，投入更多的经历和财力做好客户的跟踪和回访将是未来;而针对汽车的品类，品牌和性能仍将会是主要的考量因素。随着新能源汽车的支持和推广，针对新能源汽车的专门的销售模式及其相应的配套设施后续的维护也将成为新阶段汽车销售的主要方向。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国汽车流通协会、中国汽车工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国汽车销售及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国汽车销售行业发展状况和特点，以及中国汽车销售行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的汽车销售行业发展态势作了详细分析，并对汽车销售行业进行了趋向研判，是汽车销售经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目前汽车销售业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 汽车销售行业发展综述

第一节 汽车销售行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性

第二节 汽车销售行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 中国汽车销售行业发展周期

一、成长速度

二、附加值的提升空间

三、行业周期

第二章 汽车销售行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 汽车销售行业政治法律环境(p)

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、汽车销售产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、汽车销售技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 国际汽车销售行业发展分析及经验借鉴

第一节 国外汽车市场营销策略分析

一、国外汽车企业在华营销现状分析

二、国际汽车市场主要营销模式分析

三、国际汽车销售体系的特点分析

四、国外主要国家汽车营销模式分析

1、欧洲汽车市场营销模式分析

2、美国汽车市场营销模式分析

3、日本汽车市场营销模式分析

4、英国汽车市场营销模式

五、国外汽车营销市场发展趋势分析

第二节 国外汽车4S店营销模式分析

一、美国汽车4s店营销模式

二、日本汽车4s店营销模式

三、德国汽车4s店营销模式

第二部分 行业深度分析

第四章 我国汽车销售行业运行现状分析

第一节 中国汽车销售市场分析

一、汽车销售市场规模分析

二、汽车保有量及增长情况

三、汽车市场上牌数量分析

第二节 中国汽车市场营销策略分析

一、汽车营销市场发展现状分析

二、汽车营销体系发展历程分析

三、汽车市场主要营销模式分析

四、汽车市场分销渠道模式分析

五、汽车产品市场营销策略分析

1、时尚营销策略分析

- 2、文化营销策略分析
- 3、展会营销策略分析
- 4、体育营销策略分析
- 5、网络营销策略分析
- 6、事件营销策略分析
- 7、概念营销策略分析
- 8、体验营销策略分析

六、国内汽车企业经销商营销网络建设分析

第三节 中国汽车4s店营销策略分析

一、中国汽车4s店营销发展概况

- 1、汽车4s店概念简要分析
- 2、汽车4s店的发展现状分析
- 3、汽车4s店的区域分布情况
- 4、汽车4s店的售后服务现状
- 5、汽车4s店的经营模式发展

二、汽车4s店市场竞争分析

- 1、与二手车市场的竞争分析
- 2、与汽车大卖场的竞争分析
- 3、汽车4s店间的竞争分析

三、汽车4s店的swot分析

- 1、汽车4s店的优势分析
- 2、汽车4s店的劣势分析
- 3、汽车4s店的机会分析
- 4、汽车4s店的威胁分析

四、汽车4s店营销模式的机制创新

第四节 国内汽车市场网络营销模式分析

一、汽车网络广告投放分析

1、网络广告投放规模

2、网络广告投放情况

3、媒体广告投放情况

4、网络媒体对汽车网民的影响分析

5、经销商网络广告投放趋势分析

二、汽车网络营销模式分析

三、汽车网络消费者行为分析

1、汽车网民消费不同阶段及媒体影响

2、汽车网民对不同网络媒体的看法

3、网民购车时主动获取信息的网络渠道

4、汽车网民关注信息特点及信赖渠道

四、企业网络广告投放策略案例分析

1、奥迪上市的营销策略

2、奇瑞汽车的网络营销

3、奔驰smart的营销策略

第五节 中国汽车营销模式发展趋势分析

一、汽车市场营销模式的影响因素

二、国内外汽车营销模式分析

三、国内汽车营销模式发展对策分析

四、汽车市场营销渠道发展趋势分析

五、汽车市场营销模式未来趋势分析

第三部分 市场全景调研

第五章 我国汽车销售细分市场分析及预测

第一节 乘用车销售市场分析

一、轿车销售市场分析

1、轿车销售规模分析

2、轿车市场发展趋势

二、MPV销售市场分析

1、mpv销售规模分析

2、mpv市场发展趋势

三、SUV销售市场分析

1、suv销售规模分析

2、suv市场发展趋势

四、交叉型乘用车销售市场分析

1、交叉型乘用车产销规模分析

2、交叉型乘用车市场发展趋势

第二节 商用汽车销售市场分析

一、大客销售市场分析

1、大客销售规模分析

2、大客市场发展趋势

二、中客销售市场分析

1、中客销售规模分析

2、中客市场发展趋势

三、轻客销售市场分析

1、轻客销售规模分析

2、轻客市场发展趋势

四、重卡销售市场分析

1、重卡销售规模分析

2、重卡市场发展趋势

五、中卡销售市场分析

1、中卡销售规模分析

2、中卡市场发展趋势

六、轻卡销售市场分析

1、轻卡销售规模分析

2、轻卡市场发展趋势

七、微卡销售市场分析

1、微卡销售规模分析

2、微卡市场发展趋势

第三节 新能源汽车销售市场分析

一、新能源汽车行业的运行态势分析

二、新能源汽车市场应用情况分析

三、新能源汽车示范运营效果分析

四、国外新能源汽车销售市场分析

1、国外新能源汽车市场规模

2、国外新能源汽车推广分析

五、中国新能源汽车产销情况分析

六、中国新能源客车销售市场分析

1、新能源客车发展机遇分析

2、新能源客车销售情况分析

3、主流企业新能源客车占比

4、新能源客车市场瓶颈分析

5、新能源客车各地发展规划

七、新能源汽车销售市场前景预测

第四节 中国二手车销售市场分析

一、二手汽车销售市场现状分析

二、全国新旧车交易量对比分析

三、二手汽车销售区域市场分析

四、二手车交易市场价格变化分析

五、二手车市场消费者调查分析

六、二手汽车销售市场趋势分析

第四部分 竞争格局分析

第六章 汽车销售行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业企业区域分布

第二节 汽车销售区域市场分析

一、东北地区汽车销售市场分析

1、东北地区汽车销售市场发展概况

2、东北地区汽车销售门店数量分析

3、东北地区汽车销售市场规模分析

4、东北地区汽车销售线上占比分析

5、东北地区汽车销售市场发展趋势

二、华北地区汽车销售市场分析

- 1、华北地区汽车销售市场发展概况
 - 2、华北地区汽车销售门店数量分析
 - 3、华北地区汽车销售市场规模分析
 - 4、华北地区汽车销售线上占比分析
 - 5、华北地区汽车销售市场发展趋势
- 三、华东地区汽车销售市场分析
- 1、华东地区汽车销售市场发展概况
 - 2、华东地区汽车销售门店数量分析
 - 3、华东地区汽车销售市场规模分析
 - 4、华东地区汽车销售线上占比分析
 - 5、华东地区汽车销售市场发展趋势
- 四、华南地区汽车销售市场分析
- 1、华南地区汽车销售市场发展概况
 - 2、华南地区汽车销售门店数量分析
 - 3、华南地区汽车销售市场规模分析
 - 4、华南地区汽车销售线上占比分析
 - 5、华南地区汽车销售市场发展趋势
- 五、华中地区汽车销售市场分析
- 1、华中地区汽车销售市场发展概况
 - 2、华中地区汽车销售门店数量分析
 - 3、华中地区汽车销售市场规模分析
 - 4、华中地区汽车销售线上占比分析
 - 5、华中地区汽车销售市场发展趋势
- 六、西南地区汽车销售市场分析

- 1、西南地区汽车销售市场发展概况
- 2、西南地区汽车销售门店数量分析
- 3、西南地区汽车销售市场规模分析
- 4、西南地区汽车销售线上占比分析
- 5、西南地区汽车销售市场发展趋势

七、西北地区汽车销售市场分析

- 1、西北地区汽车销售市场发展概况
- 2、西北地区汽车销售门店数量分析
- 3、西北地区汽车销售市场规模分析
- 4、西北地区汽车销售线上占比分析
- 5、西北地区汽车销售市场发展趋势

第七章 2024-2029年汽车销售行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、汽车销售行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、汽车销售行业swot分析

- 1、汽车销售行业优势分析
- 2、汽车销售行业劣势分析
- 3、汽车销售行业机会分析

4、汽车销售行业威胁分析

第二节 汽车销售行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 汽车销售行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 汽车销售行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第八章 2024-2029年汽车销售行业领先企业经营形势分析

第一节 中国汽车销售企业总体发展状况分析

一、汽车销售企业主要类型

二、汽车销售企业资本运作分析

三、汽车销售企业创新及品牌建设

四、汽车销售企业国际竞争力分析

第二节 中国领先汽车销售企业经营形势分析

一、联拓集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营模式分析

- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

二、中国正通汽车服务控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

三、浙江物产元通汽车集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

四、芜湖亚夏汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析

- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

五、内蒙古利丰汽车有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

六、广州汽车集团商贸有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

七、庞大汽贸集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析

4、企业发展规模分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

八、中升集团控股(香港)有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营模式分析

4、企业发展规模分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

九、上海宝钢住商汽车贸易有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营模式分析

4、企业发展规模分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

十、广物汽贸股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业经营模式分析

- 4、企业发展规模分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第九章 2024-2029年汽车销售行业前景及投资价值

第一节 2024-2029年汽车销售市场发展前景

- 一、2024-2029年汽车销售市场发展潜力
- 二、2024-2029年汽车销售市场发展前景展望
- 三、2024-2029年汽车销售细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年汽车销售市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年汽车销售行业发展趋势
- 二、2024-2029年汽车销售市场规模预测
- 三、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国汽车销售行业供需预测

- 一、2024-2029年中国汽车销售行业供给预测
- 二、2024-2029年中国汽车销售行业需求预测
- 三、2024-2029年中国汽车销售行业供需平衡预测

第十章 2024-2029年汽车销售行业投资机会与风险防范

第一节 汽车销售行业投资特性分析

- 一、汽车销售行业进入壁垒分析
- 二、汽车销售行业盈利因素分析
- 三、汽车销售行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年汽车销售行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 汽车销售行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、汽车销售行业投资现状分析

第四节 2024-2029年汽车销售行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、汽车销售行业投资机遇

第五节 2024-2029年汽车销售行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六节 中国汽车销售行业投资建议

一、汽车销售行业未来发展方向

二、汽车销售行业主要投资建议

三、中国汽车销售企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 汽车销售行业发展战略研究

第一节 对我国汽车销售品牌的战略思考

- 一、汽车销售品牌的重要性
- 二、汽车销售实施品牌战略的意义
- 三、汽车销售企业品牌的现状分析
- 四、我国汽车销售企业的品牌战略
- 五、汽车销售品牌战略管理的策略

第二节 汽车销售经营策略分析

- 一、汽车销售市场细分策略
- 二、汽车销售市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、汽车销售新产品差异化战略

第三节 汽车销售行业投资战略研究

- 一、2024-2029年汽车销售行业投资战略
- 二、2024-2029年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及发展建议

第一节 汽车销售行业研究结论及建议

第二节 汽车销售子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和汽车销售行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表：汽车销售行业生命周期

图表：汽车销售行业产业链结构

图表：2019-2023年全球汽车销售行业市场规模

图表：2019-2023年中国汽车销售行业市场规模

图表：2019-2023年汽车销售行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国汽车销售市场占全球份额比较

图表：2019-2023年国内轿车销售数量

图表：2019-2023年我国mpv销量变化

图表：2019-2023年中国suv月度销量及同比增速

图表：2019-2023年交叉型乘用车销量及同比增速

图表：2019-2023年大型客车销量及同比增长

图表：2019-2023年中型客车销量及同比增长

图表：2019-2023年轻型客车销量及同比增长

图表：2019-2023年中国重卡销量及同比增速

图表：2019-2023年中型货车销量及同比增速

图表：2019-2023年轻型货车销量及同比增长

图表：2019-2023年微型货车销量及同比增长

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190113/105434.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)