

2024-2029年中国汽车销售行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

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、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、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、市场供需形势、新成果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，是汽车销售开发、经营企业，科研、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 中国汽车销售行业运行环境分析

第一节 汽车销售行业的相关概述

一、汽车销售的概念

二、汽车销售的流程

三、汽车销售的步骤

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 最近3-5年中国汽车销售行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 汽车销售行业市场环境及影响分析

第一节 汽车销售行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、汽车销售行业标准

四、行业相关发展规划

1、汽车销售行业国家发展规划

2、汽车销售行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析

一、汽车销售产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、汽车销售产业发展对社会发展的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国汽车销售市场运行及营销策略分析

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、汽车销售细分市场分析

1、乘用车销售市场分析

2、商用车销售市场分析

三、汽车保有量及增长情况

四、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(汽车企业)
- 2、网络广告投放情况(经销商)
- 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

第四章 我国汽车销售行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国汽车销售行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国汽车销售行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国汽车销售行业销售利润率

2、我国汽车销售行业成本费用利润率

3、我国汽车销售行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国汽车销售行业资产负债比率

2、我国汽车销售行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国汽车销售行业应收帐款周转率

2、我国汽车销售行业总资产周转率

3、我国汽车销售行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国汽车销售行业总资产增长率

2、我国汽车销售行业利润总额增长率

3、我国汽车销售行业主营业务收入增长率

4、我国汽车销售行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第五章 汽车销售行业产业结构分析

第一节 汽车销售产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 汽车产业结构发展预测

一、汽车产业结构调整指导政策分析

二、汽车产业结构调整方向分析

第四节 中国汽车进出口市场分析

一、中国汽车进出口市场综述

二、中国汽车出口市场分析

1、中国出口汽车市场分析

2、出口汽车分车型市场分析

三、中国汽车进口市场分析

1、中国进口汽车市场分析

2、进口汽车分车型市场分析

第五节 中国汽车企业走出去战略分析

一、中国汽车企业走出去现状分析

二、中国汽车企业走出去风险分析

三、中国汽车企业走出去策略分析

四、中国汽车企业走出去案例分析

第六章 中国汽车销售细分市场及销售策略分析

第一节 乘用车销售细分市场分析

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 商用汽车销售细分市场分析

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

第五节 中国汽车细分市场营销策略分析

一、轿车市场营销策略分析

1、轿车市场营销模式分析

2、轿车市场营销策略分析

二、客车市场营销策略分析

1、客车产品策略分析

2、客车营销渠道分析

3、客车价格策略分析

4、客车促销策略分析

三、国内客车企业营销策略分析

1、宇通客车营销策略分析

2、黄海客车营销策略分析

3、申龙客车营销策略分析

四、二手车市场营销策略分析

1、整车置换业务策略分析

2、汽车金融业务策略分析

3、售后服务业务策略分析

第四部分 竞争格局分析

第六章 中国汽车销售重点区域及营销策略分析

第一节 汽车销售市场区域分布特征

第二节 重点城市汽车销售市场分析

一、北京市汽车销售市场分析

1、汽车相关政策分析

2、汽车市场规模分析

3、二二手汽车市场发展分析

4、汽车销售市场前景分析

二、上海市汽车销售市场分析

1、汽车相关政策分析

2、汽车市场规模分析

3、二二手汽车市场发展分析

4、汽车销售市场前景分析

三、广州市汽车销售市场分析

1、汽车相关政策分析

2、汽车市场规模分析

3、二二手汽车市场发展分析

4、汽车销售市场前景分析

四、深圳市汽车销售市场分析

1、汽车相关政策分析

2、汽车市场规模分析

3、二二手汽车市场发展分析

4、汽车销售市场前景分析

第三节 其他城市汽车销售市场分析

一、天津汽车销售市场发展分析

二、重庆汽车销售市场发展分析

三、杭州汽车销售市场发展分析

四、武汉汽车销售市场发展分析

五、厦门汽车销售市场发展分析

六、长沙汽车销售市场发展分析

第四节 中国豪车市场营销模式分析

一、中国豪车市场现状分析

二、中国豪车市场特点分析

三、中国豪车市场销售案例分析

1、宝马营销策略分析

2、奥迪营销策略分析

3、凯迪拉克策略分析

四、中国豪车销售市场动态分析

第五节 中国汽车农村市场营销策略分析

一、农村汽车市场分析

二、农村汽车销售特点分析

三、农村汽车销售新模式分析

第七章 2024-2029年汽车销售行业领先企业经营形势分析

第一节 广东乘用车销售有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第二节 利星行(北京)汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第三节 中国正通汽车服务控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第四节 长春一汽实业汽车销售有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第五节 大众汽车(中国)销售有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第六节 国机汽车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第七节 广汇汽车服务股份公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第八节 庞大汽贸集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第九节 中升集团控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第十节 山东远通汽车贸易集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业品牌车型分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第八章 中国汽车销售行业投资机会及策略分析

第一节 中国汽车销售行业投资风险分析

一、汽车销售行业政策风险分析

二、汽车销售行业经济风险分析

三、汽车销售行业供求风险分析

四、汽车销售行业区域风险分析

五、汽车销售行业经营风险分析

第二节 中国汽车销售行业投资策略分析

一、汽车销售行业进入壁垒分析

二、汽车销售行业盈利模式分析

三、汽车销售行业盈利因素分析

四、中国汽车销售行业投资机会分析

第三节 中国汽车销售市场发展前景分析

一、中国汽车销售市场发展趋势分析

二、中国汽车消费市场发展前景分析

三、中国汽车销售市场规模预测分析

四、中国汽车销售行业发展建议分析

五、中国汽车进出口发展前景及建议

1、汽车出口前景及建议

2、汽车进口前景及建议

第十章 中国汽车销售行业发展前景预测和投融资分析

第一节 中国汽车销售行业发展趋势

一、汽车销售行业市场规模预测

二、汽车销售行业产品结构预测

三、汽车销售行业企业数量预测

第二节 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、汽车销售行业投资风险分析

第三节 汽车销售行业投资潜力与建议

- 一、汽车销售行业投资机会剖析
- 二、汽车销售行业营销策略分析
- 三、行业投资建议

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 汽车销售行业发展战略研究

- 一、产业战略规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、竞争战略规划
- 五、营销品牌战略

第二节 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

第三节 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

第四节 汽车销售行业投资战略研究

一、汽车销售行业投资战略

二、细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

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投资建议

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年汽车销售行业销售收入

图表：2019-2023年汽车销售行业利润总额

图表：2019-2023年汽车销售行业资产总计

图表：2019-2023年汽车销售行业负债总计

图表：2019-2023年汽车销售行业竞争力分析

图表：2019-2023年狭义乘用车综合销量走势图

图表：2019-2023年主要汽车车型销量排名

图表：2019-2023年主要汽车车型销量排名

图表：2019-2023年1月汽车产销量统计

图表：2019-2023年1月中国品牌汽车分车型前十家生产企业销量排名

图表：2019-2023年汽车销售行业主营业务收入

图表：2019-2023年汽车销售行业主营业务成本

图表：2019-2023年汽车销售行业销售费用分析

图表：2019-2023年汽车销售行业管理费用分析

图表：2019-2023年汽车行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年汽车行业销售利润率分析

图表：2019-2023年汽车销售行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年汽车销售行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年汽车销售行业需求分析

图表：2019-2023年中国汽车进口量

图表：2019-2023年中国汽车出口量

图表：2019-2023年中国汽车进口金额

图表：2019-2023年中国汽车出口金额

图表：2019-2023年汽车销售行业出口数据

图表：2019-2023年汽车销售行业集中度

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/20190306/110197.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)