中国汽车经销商行业市场发展前景及趋势预测与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

汽车经销商是指从事汽车交易并取得汽车所有权的中间商。他们通过多种渠道获得汽车的所有权，然后利用低价吸引消费者，从而实现销售目的。

现状

当前，汽车经销商面临着多重挑战和变化。首先，新能源汽车市场的蓬勃发展使得传统燃油车市场逐渐萎缩，经销商面临巨大的转型压力。许多经销商集团开始加速布局新能源汽车市场，与新能源品牌合作，寻求新的增长点。

趋势

新能源转型：经销商纷纷加速布局新能源汽车市场，与新能源品牌合作，寻求新的增长点。

多元化探索：经销商不仅在新能源汽车领域拓展业务，还跨界进入充电、电池管理等相关产业。例如，永达汽车布局电池循环相关产业，南菱汽车与时代电服合作打造换电服务生态网络。

后市场业务拓展：经销商重视售后服务和维修业务，通过加盟途虎养车工场店等方式提升服务质量和效率。

前景

尽管面临诸多挑战，汽车经销商行业仍在积极寻求变革和突破。随着新能源汽车市场的持续发展，经销商有望在新领域找到新的生存空间。通过与新能源品牌的深度合作和多元化探索，经销商有望实现业务的转型升级，提升市场竞争力。

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、

全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及汽车经销商行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国汽车经销商行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外汽车经销商行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了汽车经销商行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于汽车经销商产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国汽车经销商行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 汽车经销商资金链条不容乐观

第一节 汽车销量与经销商资金链条关系分析

第二节 银行信贷与经销商资金链条关系分析

第三节 汽车经销商授信动态分析

一、浅谈汽车经销商授信审查

二、光大银行预警汽车经销商风险

三、首家汽车经销商集团获中信银行综合授信

第二章 汽车经销商授信风险的主要来源

第一节 授信客体风险

一、汽车经销行业与市场竞争风险

二、汽车经销商的经营与道德风险

三、潜藏第二还款来源风险

第二节 授信主体风险

一、操作风险

二、“同业竞争”风险

第三章 汽车经销商授信风险防范与控制对策研究

第一节 实行严格准入与退出机制

第二节 采取复合担保方式规避第二还款来源风险

一、规范库存车辆质押行为

二、以汽车提单作为授信质押物

三、扣留合格证作为促使按时还款的手段

第三节 加强授信后期跟踪管理

第四节 加强授信业务人员队伍建设

第五节 建立银行同业公会通报制度

第四章 中国汽车流通行业调研

第一节 中国汽车流通行业综合分析

一、中国汽车流通的发展历程

二、我国汽车流通行业逐渐发展成熟

三、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演

四、中国汽车流通领域业态分析

五、我国汽车流通体制向品牌营销转变

第二节 汽车流通的渠道分析

一、我国汽车流通渠道酝酿变局

二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌

三、我国轿车流通渠道分析

四、2021-2026年汽车流通渠道新模式

第五章 中国汽车经销业务模式

第一节 经销简介

一、经销的特点

二、经销分类

三、经销协议

四、经销方式的利弊

五、经销方式的问题

第二节 中国汽车经销发展总况

一、发展历程

二、发展特色

三、中国汽车经销商分布区域特征明显

四、中国各类汽车经销业务发展浅析

第三节 经销模式

一、主要营销模式

二、营销模式特点

三、进口汽车经销模式

四、营销渠道发展特点

第六章 2021-2026年中国汽车经销商发展分析

第一节 2021-2026年中国汽车经销商发展概况

一、中国汽车经销商生存环境

二、中国汽车经销商发展特点

三、中国汽车经销商数据统计

四、中国汽车4s店数量统计及增加情况

第二节 2021-2026年中国汽车经销商盈利能力分析

一、利润率

二、盈利结构

第三节 市场份额

一、汽车经销商排名

二、汽车经销商市场份额

第四节 汽车经销商地域特征

第七章 中国汽车销售分析

第一节 中国汽车销售概况

一、我国汽车销售业面临多业态转型

二、我国汽车销售市场面临洗牌

三、多家汽车企业变革销售网络促销

四、汽车销售服务新法规的优势分析

第二节 2021-2026年汽车销售市场状况

一、2021-2026年我国汽车销售状况

二、2021-2026年我国汽车销量分析

三、2021-2026年汽车产销分析

四、2021-2026年汽车产销分析

第三节 2021-2026年各品牌汽车销售状况

一、宝马

二、奥迪

三、奔驰

四、大众

五、奇瑞

第四节 汽车销售模式分析

一、汽车销售4s店集群新模式介绍

二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式

三、汽车销售模式有待变革

四、汽车销售4s店存在的问题分析

五、我国汽车销售必须打破传统模式

五、“总量控制”或将改变汽车销售模式

第五节 汽车销售中存在的问题及对策

一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展

二、我国汽车销售价格战原因及对策解析

三、提高汽车销售服务水平的措施

第八章 中国新车销售业务现状及趋势分析

第一节 新车销量特点

一、总销量

二、乘用车销量特点

三、商用车销量特点

第二节 新车价格特点

一、整体价格

二、乘用车价格

三、商用车价格

第三节 经销模式

一、乘用车经销模式

二、商用车经销模式

第四节 经销商经营现状

一、新车销售盈利情况

二、盈利模式

三、建设成本

第九章 中国二手车业务现状及趋势分析

第一节 销售情况

一、销售量

二、主要车型

三、销售价格

第二节 经销模式

第三节 市场趋势分析

一、发展趋势预测

二、市场规模预测

第十章 中国主要汽车生产企业经销网络

第一节 一汽丰田

第二节 广汽本田

第三节 东风日产

第四节 上海大众

第五节 上海通用

第六节 长安福特

第十一章 中国汽车经销商龙头企业分析

第一节 庞大集团

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第二节 物产中大

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第三节 中升控股

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第四节 大昌行集团

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第五节 正通汽车

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第六节 大东方

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第七节 开元汽车

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第八节 联拓集团

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第九节 亚夏汽车

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第十节 漳州发展

一、公司简介

二、经营情况

三、竞争优势

第十二章 汽车经销商的融资现状及融资模式

第一节 汽车经销商融资现状

一、股权融资

二、汽车销售金融服务网络银行信贷

第二节 汽车经销商融资模式的延伸

一、仓单质押模式

二、买方信贷模式

三、授信融资模式

四、三种融资模式的对比分析

第三节 汽车经销商融资最新动态现金池融资

第十三章 汽车经销商信贷风险分析

第一节 国际突发事件

一、日本地震

二、利比亚地缘政治引发的石油危机

第二节 国内相关政策的变动

一、购置税鼓励政策退出

二、部分城市汽车限购

第三节 信贷紧缩给汽车经销商带来较大困扰

一、融资成本高企

二、信贷紧缩的痛楚

三、银行信贷规模趋势分析

第四节 汽车经销商在产业链中的弱势地位

第五节 汽车经销商自身的经营风险分析

第六节 汽车经销商授信模式风险分析

一、汽车销售金融服务模式下的汽车合格证质押风险

二、汽车经销商融资延伸模式风险分析

第十四章 2026-2031年中国汽车经销商授信风险防控建议

第一节 加强汽车未来销售的走势分析

一、短期内汽车销售情况不容乐观

二、着眼于国内汽车销售市场新动态变化及发展趋势

第二节 进行全面风险排查

一、关注经销商的自身情况及应对之策

二、排查范围为经销商项下除低风险以外的全部授信业务

第三节 加强风险防范举措

一、实行严格准入与退出机制

二、采取复合担保方式，规避第二还款来源风险

三、加强授信后期跟踪管理，及时调整授信控制总量

四、加强授信业务人员队伍建设，提高业务人员素质

五、建立银行同业公会通报制度

第四节 调整授信策略

一、无厂家担保汽车经销商授信政策

二、厂商整体授信模式下授信政策调整

图表目录

图表：中国汽车经销主要方式

图表：中国各类汽车营销模式特点对比

图表：进口与国产汽车经营模式对比

图表：2021-2026年中国汽车4s店数量

图表：2021-2026年中国汽车4s店地区分布

图表：2021-2026年中国主要汽车经销商毛利率对比

图表：中国汽车经销服务范围

图表：中美汽车经销商利润构成对比

图表：中国主要汽车经销商4s店布局区域特点

图表：2021-2026年中国汽车销量

图表：2021-2026年中国乘用车销量

图表：2021-2026年中国基本型乘用车及suv占乘用车销量的比重

图表：2021-2026年中国排量1.0-1.6l乘用车占乘用车销量比重

图表：2021-2026年中国各乘用车企业销售目标完成率

图表：2021-2026年中国商用车销量

图表：2021-2026年中国3类型客车销量比重

图表：2021-2026年中国4类型货车销量比重

图表：2021-2026年中国汽车价格指数

图表：2021-2026年中国轿车价格指数

图表：2021-2026年中国货车价格指数

图表：中国乘用车4s店建设流程

图表：经销商各类型汽车盈利能力对比

图表：中国经销商新车销售业务盈利模式

图表：汽车4s店建设成本构成

图表：中、日、韩汽车保有量与新车销量对比

图表：2026-2031年中国新车销量预测

图表：2021-2026年中国中、东、西部地区民用汽车保有量

图表：2021-2026年中国中、东、西部地区民用汽车保有量增长速度

图表：2021-2026年中国二手车销售量

图表：各国二手车与新车销量比例对比

图表：2021-2026年中国二手车成交车型构成

图表：2021-2026年中国二手车平均交易价格

图表：中美二手车保值率对比

图表：中国二手车主要交易模式

图表：主要国家二手车交易模式

图表：2021-2026年中国交易的二手车使用年限分布

图表：中国消费者预期更换车辆年限分布

图表：2026-2031年中国二手车销量预测

图表：中国汽车售后服务盈利模式

图表：中国汽车维修经营模式

图表：汽车部分零部件更新周期

把握投资 决策经营！

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

报告编号：1552819

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20250127/1552819.shtml

在线订购：点击这里