

2022-2028年中国汽车4S 店市场分析与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国汽车4S店市场分析与战略咨询报告》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.cction.com/report/202206/306606.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

4S店全称为汽车销售服务4S店（Automobile Sales Serviceshop 4S），是一种集整车销售（Sale）、零配件（Sparepart）、售后服务（Service）、信息反馈（Survey）四位一体的汽车销售企业。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国汽车4S店市场分析与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了汽车4S店行业市场发展环境、汽车4S店整体运行态势等，接着分析了汽车4S店行业市场运行的现状，然后介绍了汽车4S店市场竞争格局。随后，报告对汽车4S店做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车4S店行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车4S店产业有个系统的了解或者想投资汽车4S店行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 汽车4S店的基本概述

第一节 4S意义阐述

一、整车销售

二、零配件销售

三、售后服务

四、信息反馈

第二节 汽车4S店的发展历程

第三节 汽车4S店优势解析

一、信誉度方面

二、专业方面

三、售后服务保障方面

四、人性化方面

第二章 中国汽车4S店的经营环境分析

第一节 中国反垄断法的实施的优势分析

- 一、4S店将有更大优惠幅度的权利
- 二、4S店将引进副厂件来增强竞争力
- 三、4S店异地售车成为可能
- 四、4S店将不再局限于只经营一个品牌困局
- 五、4S店将逐步改变其与厂家的“从属”地位
- 六、4S店将不在是“千篇一律”;
- 七、4S的优胜劣汰将有助于大型汽车经销商集团的出现
- 八、4S店“销售、配件、信息反馈和维修”的功能将发生变化

第二节 中国宏观经济环境运行分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第三节 中国汽车产业政策环境分析

- 一、《汽车品牌销售管理实施办法》修订完成
- 二、《汽车产业发展政策》
- 三、《汽车贸易政策》
- 四、新能源汽车生产企业及产品准入管理规则

第四节 中国汽车4S店社会环境分析

第三章 2016-2020年中国汽车市场运行动态分析

第一节 中国汽车制造业主要数据监测分析

- 一、中国汽车制造业规模分析
- 二、中国汽车制造业结构分析
- 三、中国汽车制造业产值分析

第二节 中国汽车产量统计分析

- 一、全国汽车产量分析
- 二、全国及主要省份汽车产量分析
- 三、汽车产量集中度分析

第三节 中国部分汽车销售情况分析

一、我国轿车市场销售情况

二、我国六大地区客车销售状况

三、中高档城市SUV增长迅速

第四节 中国汽车市场价格变化分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国汽车4S店的经营现状分析

第一节 中国汽车4S店的经营模式

一、横向发展，即多品牌的经营模式

二、纵向发展，即做单一品牌的经营

第二节 中国汽车4S店的行业状况分析

第五章 国内外汽车4S店营销模式对比分析

第一节 国外汽车4S店营销模式及其借鉴

一、美国汽车营销模式分析

二、英国汽车营销模式分析

三、日本汽车营销模式分析

第二节 中国汽车4S店营销模式分析

一、汽车品牌专卖店

二、汽车交易市场

三、汽车工业园

四、汽车连锁销售业

五、电子商务模式

第六章 中国汽车4S店售后服务及客户满意战略的具体措施

第一节 中国4S店售后服务营销策略分析

一、实施客户满意战略

二、实施服务差异化策略

三、实施适时扩张策略

第二节 中国4S店客户满意战略分析

一、实施内部营销策略

二、实施客户关系管理策略

三、实施服务流程优化策略

四、实施优秀服务品质策略

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国汽车4S店市场竞争与SWOT分析

第一节 汽车4S店整体市场分析

一、利润

二、选址

三、品牌

四、服务

第二节 中国汽车4S店市场竞争状况分析

一、与二手车市场的竞争状况分析

二、与汽车大卖场的竞争状况分析

三、4S店之间的竞争状况分析

第三节 中国汽车4S店SWOT分析

一、中国汽车4S店整车销售市场SWOT 分析

二、中国汽车4S店零配件销售市场SWOT 分析

三、中国汽车4S店售后服务市场SWOT分析

第八章 中国汽车4S店竞争力经营策略

第一节 汽车销售模式异化

第二节 整体行销制胜

第三节 建立公司的门户网站

第四节 经营重心从仅仅关注新车销售到销售与售后并举

第五节 提升整体服务水平

第六节 建立自己企业的人才储备

第七节 打造自己的服务品牌

第八节 实行客户CRM系统管理

第九章 北京现代汽车4S店服务营销研究

第一节 北京现代汽车4S店运行综述

第二节 北京现代汽车4S店动态分析

一、北京汽车4S店售后服务用户满意企业

二、北京各汽车4S店促销信息大盘点

第三节 北京现代汽车4S店战略分析

一、品牌根据地

二、以知识管理促创新

三、服务创新带来高客户满意度

第十章 东风日产4S店发展战略分析

第一节 中国东风日产4S店动态分析

第二节 东风日产4S店的盈利模式分析

第三节 东风日产4S店的重点盈利顾客分析

一、东风日产4S店顾客盈利性分析

二、东风日产4S店的重点盈利顾客分析

三、东风日产4S店的顾客层次分析

第四节 东风日产4S店发展实施策略

一、顾客终生价值对东风日产4S店的意义

二、从品牌资产到顾客资产的战略转换

第十一章 广州本田4S店的经营之道解析

第一节 四位一体的品牌专营销售

第二节 广州本田的售后服务理念

一、基本理念

二、特约店销售服务的运营方针

第三节 双赢才会长久

一、选择经销商

二、投资回报“钱”景美好

三、广州本田品牌——值得打造

四、管理培训——利益挂钩

第四节 汽车4S店超级赢利之道

第五部分 发展战略研究

第十二章 中国汽车4S店经营模式存在问题及对策分析

第一节 中国汽车4S店行业经营中存在问题分析

- 一、规划布局不尽科学，恶性竞争时有发生
- 二、汽车4S店硬件过硬，软件水准有待提高
- 三、运营成本过高，销售利润偏低
- 四、依靠汽车品牌，缺乏自身的品牌形象
- 五、收入渠道狭窄，业务范围有待拓宽
- 六、营销队伍专业化程度较低

第二节 中国汽车4S店发展思路及对策分析

- 一、合理规划网点布局，开创多样化的营销模式
- 二、提升管理理念，加强经营管理
- 三、打造自身服务品牌,树立企业新形象
- 四、转变4S店重卖轻修思想，树立长远发展观念
- 五、加快行业整合，走联盟化集团化之路
- 六、充分发挥政府调控作用，促进汽车4S企业发展

第十三章 中国汽车4S店产业投资战略研究()

第一节 中国汽车4S店行业投资概况

- 一、汽车4S店行业投资特性
- 二、汽车4S店具有良好的投资价值
- 三、汽车4S店投资环境利好

第二节 中国汽车4S店投资机会分析

- 一、汽车4S店投资热点
- 二、汽车4S店投资吸引力分析

第三节 中国汽车4S店投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

第四节 投资建议

部分图表目录：

图表：2016-2020年中国汽车4S店出售汽车数量分析

图表：2016-2020年中国汽车4S店售卖的零部件价格分析

图表：2016-2020年中国汽车4S店提供的服务满意度

图表：2016-2020年中国汽车4S店的发展状况分析

图表：2016-2020年中国汽车4S店销售毛利率

图表：2016-2020年中国汽车4S店销售利润率

图表：2016-2020年中国汽车4S店总资产利润率

图表：2016-2020年中国汽车4S店净资产利润率

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/306606.html>