

2023-2029年中国汽车4S 店行业分析与投资可行性报告

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

《2023-2029年中国汽车4S店行业分析与投资可行性报告》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/202303/343081.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《2023-2029年中国汽车4S店行业分析与投资可行性报告》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店将不再是“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 2019-2022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：2019-2022年中国汽车4S店出售汽车数量分析图表：2019-2022年中国汽车4S店售卖的零部件价格分析图表：2019-2022年中国汽车4S店提供的服务满意度图表：2019-2022年中国汽车4S店的发展状况分析图表：2019-2022年中国汽车4S店销售毛利率图表：2019-2022年中国汽车4S店销售利润率图表：2019-2022年中国汽车4S店总资产利润率图表：2019-2022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/202303/343081.html>