

2014-2020年中国汽车销售 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国汽车销售市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1408/613827C8IA.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-08-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国汽车销售市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。介绍了汽车销售行业相关概述、中国汽车销售产业运行环境、分析了中国汽车销售行业的现状、中国汽车销售行业竞争格局、对中国汽车销售行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车销售产业发展前景与投资预测。您若想对汽车销售产业有个系统的了解或者想投资汽车销售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

由于国内经济复苏势头强劲，加之汽车消费政策的调整影响，2010年汽车市场整体呈两头高、中间低的U型走势。2010年，中国汽车产销分别为1826.47万辆和1806.19万辆，同比增长32.44%和32.37%，继续保持世界汽车销售强国地位。一方面中国的宏观经济仍将快速发展，城乡居民生活水平稳步提高，城镇化、工业化进程加快，出口逐步恢复，这一切都意味着对于汽车的整体需求不会减少。另一方面，虽然一些大城市车多为患，但许多三、四线城市汽车保有量相对较低，还有着巨大的增长空间，同时各家车企也有众多的车型能够满足各种不同层次的需求。因此，2011年中国汽车产业仍将呈现较好的发展态势。

截至2010年，在国家工商局注册的汽车经销商企业近6万家，其中百强经销商上榜企业包含的经销商数量仅为3000家，数量占比约为5%。百强企业上榜的收入规模仅为8亿元，约相当于4-5家中等品牌4S店的收入。当前汽车经销商行业集中度仍然偏低，但是优势企业已有较明显的竞争优势。百强企业的销量占比为21%，十强企业的销量占比为8.8%，均显著超过店面数量占比。2010年十强企业仍然保持较快增长，营业收入增速达52%，销量增速达57%，显著超越行业32%的平均增速。

汽车经销商的主要收入来自：新车销售、售后维修、二手车销售、金融服务、精品销售等。中国新车销售市场规模约为2-3万亿元，售后维修市场规模超过3000亿元，二手车销售、其他服务业务收入也处于快速增长阶段。中国汽车经销商行业产业链较长，市场空间广阔，有希望成长出若干家大型龙头集团。其中，集团化经销商能够在竞争中具有明显优势，在资金、人员、土地等方面具有更大的灵活性、竞争力，也具有较好的抗风险能力。

2011年是我国“十二五”计划的开局之年，我国国民经济仍将保持良好的发展态势。尽管一些消费政策已经退出，又面临交通拥堵等诸多矛盾，但居民收入不断提高的趋势不变，汽车刚性需求非常强烈。占80%人口的二三线城市及农村市场成为汽车消费的主

虽然2011年车市面临着海外市场增长乏力、刺激政策逐步退出、消费环境更加严峻等挑战，但是由于预计2011年我国的GDP将为9.5%，乘用车市场增长率仍能达到14.5%；而受以旧换新

及汽车下乡政策到期取消的影响，2011年商用车市场增长可能维持相对比较低的水平。但从整体市场形势来看，2011年全国汽车市场总需求达到2000万辆的可能性很大，整体增速在8%左右。2011年汽车市场竞争将更加激烈，品牌价值高、服务能力强的厂商和经销商会在竞争中获胜。综合判断，2011年中国汽车销量增速为5%-15%，利润增速为10%-15%左右。

伴随着行业的快速发展，行业竞争也日趋激烈，国内优秀的汽车经销商企业越来越重视对行业市场的研究，特别是对行业发展环境和汽车购买者的深入研究。本报告利用中国行业咨询网长期对汽车保险行业跟踪搜集的市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了汽车销售行业发展环境;汽车销售行业营销模式;汽车销售行业总体发展状况;汽车销售行业区域市场情况;汽车销售行业竞争格局状况;汽车销售行业重点企业经营情况;汽车金融及保险市场情况;汽车销售行业发展趋势及前景预测。同时对我国汽车销售行业发展存在的问题进行详细地解析，并对此提出了建设性发展建议。让您全面、准确地把握整个汽车销售行业的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机!

第1章：中国汽车销售行业发展综述 11

1.1 汽车销售行业的相关概述 11

1.1.1 汽车销售的概念 11

1.1.2 汽车销售的流程 11

1.1.3 汽车销售的步骤 13

1.1.4 行业在国民经济中的地位 14

1.2 汽车销售行业投资特性分析 14

1.2.1 汽车销售行业进入壁垒分析 14

1.2.2 汽车销售行业盈利模式分析 16

1.2.3 汽车销售行业盈利因素分析 17

1.3 汽车销售物流模式分析 19

1.3.1 中国汽车销售物流发展历程 19

1.3.2 中国汽车销售物流模式状况 20

1.3.3 汽车销售物流发展存在的问题 20

1.3.4 汽车销售物流发展趋势分析 22

第2章：中国汽车销售行业发展环境分析 24

2.1 汽车销售行业政策环境分析 24

2.1.1 汽车产业相关政策动向 24

- 2.1.2 汽车产业发展规划解读 28
- 2.2 汽车销售行业经济环境分析 33
 - 2.2.1 国际宏观经济环境分析 33
 - 2.2.2 国家宏观经济环境分析 40
 - 2.2.3 行业宏观经济环境分析 48
- 2.3 汽车销售行业贸易环境分析 51
 - 2.3.1 行业贸易环境发展现状 51
 - 2.3.2 行业贸易环境发展趋势 52
- 2.4 汽车销售行业社会环境分析 52
 - 2.4.1 城镇化进程发展加快 52
 - 2.4.2 居民的消费结构升级 54
 - 2.4.3 “绿色出行”生活方式 56
 - 2.4.4 城市交通容量发展分析 56
 - 2.4.5 汽车消费与社会协调分析 57

第3章：国内外汽车销售市场营销策略分析 59

- 3.1 国外汽车市场营销策略分析 59
 - 3.1.1 国外汽车营销市场发展现状分析 59
 - 3.1.2 国际汽车市场主要营销模式分析 60
 - 3.1.3 国际汽车销售体系的特点分析 61
 - 3.1.4 国外主要国家汽车营销模式分析 62
 - (1) 欧洲汽车市场营销模式分析 62
 - (2) 美国汽车市场营销模式分析 65
 - (3) 日本汽车市场营销模式分析 66
 - 3.1.5 国外汽车营销市场发展趋势分析 68
- 3.2 中国汽车市场营销策略分析 70
 - 3.2.1 汽车营销市场发展现状分析 70
 - 3.2.2 汽车营销体系发展历程分析 71
 - 3.2.3 汽车市场主要营销模式分析 73
 - 3.2.4 汽车市场分销渠道模式分析 74
 - 3.2.5 汽车产品市场营销策略分析 77
 - (1) 时尚营销策略分析 77

- (2) 文化营销策略分析 78
- (3) 展会营销策略分析 78
- (4) 体育营销策略分析 79
- (5) 网络营销策略分析 79
- (6) 事件营销策略分析 80
- (7) 概念营销策略分析 80
- (8) 体验营销策略分析 80
- 3.2.6 国内汽车市场网络营销模式分析 81
 - (1) 汽车行业网络广告投放规模 81
 - (2) 汽车行业媒体广告投放情况 82
 - (3) 汽车经销商网络广告投放情况 84
 - (4) 汽车网站流量监测情况分析 86
 - (5) 广告主广告投放策略对比分析 88
 - (6) 汽车经销商网络广告投放优势 88
 - (7) 汽车行业网络营销发展对策分析 90
 - (8) 汽车经销商网络广告投放趋势分析 92
- 3.2.7 国内汽车企业经销商营销网络建设分析 94
- 3.3 中国汽车4S店营销策略分析 95
 - 3.3.1 中国汽车4S店营销发展概况 95
 - (1) 汽车4S店概念及发展历程 95
 - (2) 汽车4S店的发展现状分析 96
 - (3) 汽车4S店的区域分布情况 98
 - (4) 汽车4S店的售后服务现状 98
 - 3.3.2 国外汽车4S店营销模式分析 100
 - (1) 美国汽车4S店营销模式 100
 - (2) 英国汽车4S店营销模式 101
 - (3) 日本汽车4S店营销模式 102
 - (4) 德国汽车4S店营销模式 103
 - 3.3.3 中国汽车4S店经营模式分析 103
 - (1) 横向发展——多品牌的经营模式 103
 - (2) 纵向发展——做单一品牌的经营 104
 - 3.3.4 中国汽车4S店营销模式分析 104

- (1) 汽车品牌专卖店营销模式 104
- (2) 汽车交易市场营销模式 105
- (3) 汽车工业园区营销模式 106
- (4) 汽车连锁销售营销模式 106
- (5) 电子商务模式营销模式 107
- 3.3.5 汽车4S店市场竞争格局分析 109
 - (1) 与二手车市场的竞争分析 109
 - (2) 与汽车大卖场的竞争分析 110
 - (3) 汽车4S店间的竞争分析 110
- 3.3.6 主要汽车4S店经营策略分析 111
 - (1) 北京现代4S店经营策略 111
 - (2) 东风日产4S店经营策略 112
 - (3) 广州本田4S店经营策略 113
 - (4) 奇瑞汽车4S店经营模式 113
- 3.3.7 汽车4S店的SWOT分析 114
 - (1) 汽车4S店的优势分析 114
 - (2) 汽车4S店的劣势分析 115
 - (3) 汽车4S店的机会分析 117
 - (4) 汽车4S店的威胁分析 117
- 3.3.8 汽车4S店营销模式的机制创新 118
- 3.4 中国汽车细分市场营销策略分析 119
 - 3.4.1 轿车市场营销策略分析 119
 - (1) 轿车市场营销模式分析 119
 - (2) 轿车市场营销策略分析 120
 - 3.4.2 客车市场营销策略分析 121
 - (1) 客车产品策略分析 121
 - (2) 客车营销渠道分析 122
 - (3) 客车价格策略分析 124
 - (4) 客车促销策略分析 124
 - 3.4.3 国内客车企业营销策略分析 126
 - (1) 宇通客车营销策略分析 126
 - (2) 金龙客车营销策略分析 130

- (3) 黄海客车营销策略分析 131
- (4) 申龙客车营销策略分析 132
- 3.5 中国汽车营销策略发展趋势分析 132
 - 3.5.1 汽车市场营销模式存在的问题 132
 - 3.5.2 汽车市场营销模式的影响因素 134
 - 3.5.3 国内外汽车营销模式比较分析 135
 - 3.5.4 国内汽车营销模式发展对策分析 135
 - 3.5.5 汽车市场营销渠道发展趋势分析 137
 - 3.5.6 汽车市场营销模式未来趋势分析 138

第4章：中国汽车销售行业细分车型市场分析 141

- 4.1 汽车销售行业市场状况分析 141
 - 4.1.1 汽车整车车型分类分析 141
 - 4.1.2 汽车销售总体市场分析 142
 - (1) 乘用车销售市场分析 145
 - (2) 商用车销售市场分析 149
 - 4.1.3 汽车市场上牌数量分析 152
 - 4.1.4 汽车销售市场影响因素分析 153
- 4.2 汽车整车销售细分市场分析 153
 - 4.2.1 轿车销售市场分析 153
 - (1) 轿车销售规模分析 153
 - (2) 轿车市场发展趋势 156
 - 4.2.2 MPV销售市场分析 157
 - (1) MPV销售规模分析 157
 - (2) MPV市场发展趋势 159
 - 4.2.3 SUV销售市场分析 160
 - (1) SUV销售规模分析 160
 - (2) SUV市场发展趋势 162
 - 4.2.4 交叉型乘用车销售市场分析 164
 - (1) 交叉型乘用车产销规模分析 164
 - (2) 交叉型乘用车市场发展趋势 166
 - 4.2.5 重卡销售市场分析 167

- (1) 重卡销售规模分析 167
- (2) 重卡市场发展趋势 172
- 4.2.6 中卡销售市场分析 174
 - (1) 中卡销售规模分析 174
 - (2) 中卡市场发展趋势 175
- 4.2.7 轻卡销售市场分析 176
 - (1) 轻卡销售规模分析 176
 - (2) 轻卡市场发展趋势 178
- 4.2.8 微卡销售市场分析 180
 - (1) 微卡销售规模分析 180
 - (2) 微卡市场发展趋势 181
- 4.2.9 大客销售市场分析 184
 - (1) 大客销售规模分析 184
 - (2) 大客市场发展趋势 185
- 4.2.10 中客销售市场分析 185
 - (1) 中客销售规模分析 185
 - (2) 中客市场发展趋势 186
- 4.2.11 轻客销售市场分析 186
 - (1) 轻客销售规模分析 186
 - (2) 轻客市场发展趋势 188
- 4.3 新能源汽车销售市场分析 189
 - 4.3.1 新能源汽车市场现状分析 189
 - (1) 新能源汽车销售市场 189
 - (2) 私人购车成长空间分析 191
 - 4.3.2 产业链关键环节发展分析 191
 - 4.3.3 新能源汽车示范运营效果分析 192
 - 4.3.4 新能源汽车市场应用情况分析 193
 - 4.3.5 新能源客车销售市场分析 194
 - (1) 2010年新能源客车市场特点剖析 194
 - (2) 2010年各省市电动公交车拥有计划 200
 - 4.3.6 国外新能源汽车销售市场分析 201
 - (1) 国外新能源汽车市场规模 201

- (2) 国外新能源汽车推广分析 202
- 4.3.7 新能源汽车与国外的差距比较 203
- 4.3.8 新能源汽车销售市场趋势分析 204
- 4.4 二手车销售市场发展分析 206
 - 4.4.1 二手汽车销售市场现状分析 206
 - 4.4.2 二手汽车销售市场竞争分析 208
 - 4.4.3 二手汽车销售区域市场分析 210
 - 4.4.4 二手车交易市场价格变化分析 214
 - 4.4.5 二手车交易市场经营模式分析 214
 - 4.4.6 二手车经营的盈利模式分析 216
 - 4.4.7 二手汽车销售市场趋势分析 218

第5章：中国汽车销售行业重点区域市场分析 219

- 5.1 汽车销售市场区域分布特征 219
- 5.2 北京汽车销售市场发展分析 221
 - 5.2.1 北京汽车市场发展基础分析 221
 - (1) 常住人口分析 221
 - (2) 市政设施情况 222
 - (3) 公共交通情况 222
 - (4) 交通运营状况 223
 - (5) 相关政策分析 224
 - 5.2.2 北京汽车市场规模分析 225
 - (1) 汽车总销量分析 225
 - (2) 汽车保有量分析 226
 - (3) 汽车上牌量分析 227
 - 5.2.3 奥运会对北京汽车市场的影响 228
 - 5.2.4 北京市汽车销售市场前景分析 229
- 5.3 上海汽车销售市场发展分析 230
 - 5.3.1 上海汽车市场发展基础分析 230
 - (1) 常住人口分析 230
 - (2) 市政设施情况 231
 - (3) 公共交通情况 232

- (4) 交通运营状况 233
- (5) 相关政策分析 233
- 5.3.2 上海汽车市场规模分析 234
 - (1) 汽车总销量分析 234
 - (2) 汽车保有量分析 236
 - (3) 汽车上牌量分析 236
- 5.3.3 世博会对上海汽车市场的影响 237
- 5.3.4 上海市汽车销售市场前景分析 238
- 5.4 广州汽车销售市场发展分析 238
 - 5.4.1 广州汽车市场发展基础分析 238
 - (1) 常住人口分析 239
 - (2) 市政设施情况 239
 - (3) 公共交通情况 240
 - (4) 交通运营状况 241
 - (5) 相关政策分析 242
 - 5.4.2 广州汽车市场规模分析 242
 - (1) 汽车总销量分析 242
 - (2) 汽车保有量分析 243
 - (3) 汽车上牌量分析 243
 - 5.4.3 亚运会对广州汽车市场的影响 244
 - 5.4.4 广州市汽车销售市场前景分析 245
- 5.5 深圳汽车销售市场发展分析 245
 - 5.5.1 深圳汽车市场发展基础分析 245
 - (1) 常住人口分析 245
 - (2) 市政设施情况 246
 - (3) 公共交通情况 246
 - (4) 交通运营状况 247
 - (5) 相关政策分析 248
 - 5.5.2 深圳汽车市场规模分析 248
 - (1) 汽车总销量分析 248
 - (2) 汽车保有量分析 249
 - (3) 汽车上牌量分析 249

- 5.5.3 大运会对深圳汽车市场的影响 251
- 5.5.4 深圳市汽车销售市场前景分析 251
- 5.6 其它地区汽车销售市场分析 252
 - 5.6.1 天津汽车销售市场发展分析 252
 - 5.6.2 重庆汽车销售市场发展分析 253
 - 5.6.3 杭州汽车销售市场发展分析 253
 - 5.6.4 南京汽车销售市场发展分析 254
 - 5.6.5 武汉汽车销售市场发展分析 255
 - 5.6.6 成都汽车销售市场发展分析 256
 - 5.6.7 厦门汽车销售市场发展分析 256
 - 5.6.8 长沙汽车销售市场发展分析 258

第6章：中国汽车销售行业进出口市场分析 260

- 6.1 中国汽车进出口市场综述 260
- 6.2 中国汽车出口市场分析 262
 - 6.2.1 中国出口汽车市场分析 262
 - 6.2.2 出口汽车分车型市场分析 264
 - (1) 轿车出口市场情况分析 264
 - (2) 大中客车出口市场情况 266
 - (3) 轻客出口市场情况分析 268
 - (4) 重卡出口市场情况分析 268
 - (5) 轻卡出口市场情况分析 270
 - (6) 汽车零部件出口市场情况 271
- 6.3 中国汽车进口市场分析 272
 - 6.3.1 中国进口汽车市场分析 272
 - 6.3.2 进口汽车分车型市场分析 275
 - (1) 轿车进口市场情况分析 275
 - (2) 大中客车进口市场情况 278
 - (3) 轻客进口市场情况分析 279
 - (4) 重卡进口市场情况分析 280
 - (5) 轻卡进口市场情况分析 280
 - (6) 汽车零部件进口市场情况 281

6.4 中国汽车进出口前景及建议	282
6.4.1 汽车销售行业出口前景及建议	282
6.4.2 汽车销售行业进口前景及建议	282
第7章：汽车销售行业市场竞争格局分析	284
7.1 国际汽车销售市场竞争格局分析	284
7.1.1 国际汽车销售市场发展状况分析	284
7.1.2 国外主要汽车企业汽车销售分析	286
7.1.3 国外主要国家地区汽车销售市场	290
(1) 北美汽车销售市场发展分析	290
(2) 欧洲汽车销售市场发展分析	294
(3) 亚洲汽车销售市场发展分析	296
(4) 其他地区汽车销售市场分析	298
7.1.4 跨国汽车销售企业在华投资布局	299
(1) 跨国汽车销售企业在华投资布局	300
(2) 跨国汽车销售企业在华投资趋势	301
7.1.5 国际汽车销售市场发展趋势分析	302
7.2 中国汽车销售市场竞争格局分析	302
7.2.1 中国汽车销售市场竞争现状	302
7.2.2 中国汽车市场消费特点分析	306
7.2.3 中国汽车销售行业集中度分析	310
7.2.4 中国汽车保有量及增长情况	313
7.2.5 中国汽车销售市场规模分析	315
7.2.6 汽车经销服务公司优劣分析	318
7.2.7 中国国产汽车市场均价分析	319
7.3 汽车销售行业投资兼并与重组整合	322
7.3.1 汽车销售行业投资兼并与重组概况	322
7.3.2 汽车销售行业投资兼并与重组动向	323
7.4 中国汽车消费市场发展前景分析	325
7.4.1 汽车消费市场面临的挑战	325
7.4.2 汽车消费市场可持续发展	326
7.4.3 汽车消费市场发展前景分析	328

第8章：中国汽车销售行业主要企业经营分析（企业可自选） 329

8.1 上海宝钢住商汽车贸易有限公司经营分析 329

8.1.1 企业发展简况分析 329

8.1.2 企业主营业务分析 329

8.1.3 企业品牌专营店 329

8.1.4 企业品牌车型分析 330

8.1.5 企业车型价格分析 330

8.1.6 企业经营情况分析 331

8.1.7 企业运营网络分布 331

8.1.8 企业经营优劣势分析 332

8.1.9 企业最新发展动向分析 332

8.2 广州汽车集团商贸有限公司经营分析 332

8.2.1 企业发展简况分析 332

8.2.2 企业主营业务分析 333

8.2.3 企业品牌专营店 334

8.2.4 企业品牌车型分析 334

8.2.5 企业运营网络分布 335

8.2.6 企业组织架构分析 335

8.2.7 企业经营优劣势分析 338

8.2.8 企业最新发展动向分析 338

8.3 上海云峰集团汽车产业发展有限公司经营分析 338

8.3.1 企业发展简况分析 338

8.3.2 企业主营业务分析 339

8.3.3 企业品牌专营店 339

8.3.4 企业品牌车型分析 340

8.3.5 企业车型价格分析 341

8.3.6 企业经营优劣势分析 342

8.4 庞大汽贸集团股份有限公司经营分析 342

8.4.1 企业发展简况分析 342

8.4.2 企业主营业务分析 342

8.4.3 企业品牌专营店 343

8.4.4 企业经营情况分析 343

- (1) 主要经济指标分析 343
- (2) 企业盈利能力分析 344
- (3) 企业运营能力分析 345
- (4) 企业偿债能力分析 346
- (5) 企业发展能力分析 346
- 8.4.5 企业运营网络分布 347
- 8.4.6 企业经营优劣势分析 348
- 8.4.7 企业经营模式分析 349
- 8.4.8 企业最新发展动向分析 357
- 8.4.9 企业投资兼并与重组分析 357
- 8.5 中升集团控股有限公司经营分析 357
- 8.5.1 企业发展简况分析 357
- 8.5.2 企业主营业务分析 357
- 8.5.3 企业品牌专营店 357
- 8.5.4 企业品牌车型分析 358
- 8.5.5 企业经营情况分析 358
 - (1) 主要经济指标分析 358
 - (2) 企业盈利能力分析 358
 - (3) 企业运营能力分析 359
 - (4) 企业偿债能力分析 359
 - (5) 企业发展能力分析 360
- 8.5.6 企业运营网络分布 360
- 8.5.7 企业经营优劣势分析 362
- 8.5.8 企业最新发展动向分析 362
- 8.6 中进汽贸上海进口汽车贸易有限公司经营分析 362
- 8.6.1 企业发展简况分析 362
- 8.6.2 企业主营业务分析 363
- 8.6.3 企业品牌车型分析 363
- 8.6.4 企业车型价格分析 363
- 8.6.5 企业经营优劣势分析 365
- 8.7 广州市汽车贸易有限公司经营分析 365
- 8.7.1 企业发展简况分析 365

- 8.7.2 企业主营业务分析 366
- 8.7.3 企业品牌专营店 366
- 8.7.4 企业品牌车型分析 367
- 8.7.5 企业组织架构分析 367
- 8.7.6 企业运营网络分布 368
- 8.7.7 企业经营优劣势分析 369
- 8.7.8 企业最新发展动向分析 369
- 8.8 上海世贸汽车贸易有限公司经营分析 369
- 8.8.1 企业发展简况分析 369
- 8.8.2 企业主营业务分析 369
- 8.8.3 企业品牌专营店 370
- 8.8.4 企业车型价格分析 370
- 8.8.5 企业运营网络分布 371
- 8.8.6 企业经营优劣势分析 371
- 8.8.7 企业最新发展动向分析 371
- 8.9 广汇汽车服务股份公司经营分析 372
- 8.9.1 企业发展简况分析 372
- 8.9.2 企业主营业务分析 372
- 8.9.3 企业品牌专营店 372
- 8.9.4 企业品牌车型分析 372
- 8.9.5 企业经营情况分析 373
- 8.9.6 企业运营网络分布 373
- 8.9.7 企业经营优劣势分析 373
- 8.9.8 企业最新发展动向分析 373
- 8.10 一汽丰田汽车销售有限公司经营分析 374
- 8.10.1 企业发展简况分析 374
- 8.10.2 企业主营业务分析 374
- 8.10.3 企业品牌车型分析 374
- 8.10.4 企业经营情况分析 375
- 8.10.5 企业经营优劣势分析 375

第9章：汽车销售行业金融及保险市场分析 402

- 9.1 中国汽车消费金融市场发展分析 402
- 9.2 汽车消费金融市场发展现状 402
- 9.3 汽车消费金融市场发展特点 404
- 9.4 汽车消费金融公司发展分析 406
- 9.5 汽车金融公司与银行车贷比较 407
- 9.6 汽车消费金融盈利模式分析 407
- 9.7 汽车金融业发展的制约因素 409
- 9.8 汽车消费金融市场发展难点 410
- 9.9 汽车消费金融市场发展对策 412
- 9.10 汽车消费金融市场发展趋势 414
- 9.11 中国汽车消费信贷市场发展分析 415
- 9.12 汽车消费信贷市场发展现状综述 415
- 9.13 汽车消费信贷市场政策发展分析 417
- 9.14 汽车消费信贷市场竞争状况分析 417
- 9.15 汽车消费信贷市场存在问题分析 419
- 9.16 国外汽车消费信贷服务借鉴分析 420
- 9.17 汽车消费贷款市场主要风险分析 422
- 9.18 汽车消费信贷市场发展建议分析 424
- 9.19 汽车消费信贷市场发展前景及趋势 425
- 9.20 中国汽车消费保险市场发展分析 427
- 9.21 中国汽车保险市场规模分析 427
- 9.22 中国汽车保险行业发展特点 429
- 9.23 汽车保险市场竞争格局分析 429
 - 9.23.1 汽车保险市场的竞争概况 429
 - 9.23.2 汽车保险行业集中度分析 430
 - 9.23.3 汽车保险市场发展驱动因素 431
 - 9.23.4 汽车保险潜在进入者威胁 432
- 9.24 汽车保险市场竞争策略分析 433
 - 9.24.1 差异化竞争策略分析 433
 - 9.24.2 规模化经验策略分析 433
 - 9.24.3 资本化运作策略分析 434
- 9.25 汽车保险行业发展趋势分析 435

9.25.1 行业监管环境变化趋势分析	435
9.25.2 营销渠道模式发展趋势分析	435
9.25.3 车险险种结构变化趋势分析	436
第10章：博思数据关于汽车销售行业投资分析及前景预测	437
10.1 中国汽车销售行业投资分析	437
10.2 中国汽车销售行业投资风险分析	437
10.2.1 汽车销售行业政策风险分析	437
10.2.2 汽车销售行业经济风险分析	438
10.2.3 汽车销售行业供求风险分析	439
10.2.4 汽车销售行业区域风险分析	439
10.2.5 汽车销售行业经营风险分析	440
10.3 中国汽车销售行业投资机会分析	440
10.4 中国汽车销售最新投资动向分析	441
10.5 中国汽车销售市场前景预测分析	442
10.6 中国汽车销售市场发展趋势分析	442
10.7 中国汽车销售发展驱动因素分析	442
10.8 中国汽车销售市场规模预测分析	443
10.9 中国汽车销售行业发展建议分析	445

图表目录

图表1：汽车销售流程图	13
图表2：4S店单月经营成本分析（单位：万元，万元/月，元/月，平方米）	15
图表3：中国汽车工业有关法律法规	24
图表4：汽车及零部件行业有关产业政策	25
图表5：我国汽车流通行业部分已出台和即将出台的政策	26
图表6：2009-2010年中国新能源汽车发展的主要政策汇总	27
图表7：部分地方政府新能源汽车补贴政策	28
图表8：2004-2011年国内GDP总量增速季度变化（单位：%）	41
图表9：2006-2011年全国规模以上工业增加值增长变化（单位：%）	42
图表10：2006-2011年城镇固定资产投资及房地产开发投资同比增速（单位：%）	43
图表11：2002-2011年社会消费品零售总额月度累计同比增速情况（单位：%）	44
图表12：2006-2011年我国CPI与PPI同比增速变化（单位：%）	45

图表13：2006-2011年进出口贸易差额及同比（单位：亿美元，%） 46

图表14：2001-2010年城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入季度增速（单位：%）
47

图表15：2006-2011年M1及M2同比增速（单位：%） 48

图表16：2007-2011年份国内汽车、食品与服装类消费增速情况（单位：%） 50

图表17：2001-2010年我国城镇居民人均可支配收入与城镇化率趋势图（单位：元，%） 53

图表18：1950-2010年我国城市人口及城市化率变化情况（单位：千人，%） 54

图表19：1992-2010年我国汽车消费在城镇居民支出中占比（单位：%） 55

图表20：2009-2010年国际原油市场价格走势（单位：美元/桶） 56

图表21：2001-2010年民用汽车保有量与公路里程增速对比（单位：%） 57

图表22：2006-2011年汽车类、石油制品类占社会消费品零售总额的比例（单位：%） 58

图表23：欧洲汽车销售及售后服务行业运作模式分析 63

图表24：美国汽车销售及售后服务行业运作模式分析 65

图表25：美国汽车市场三大营销模式 66

图表26：日本汽车销售及售后服务行业运作模式分析 67

图表27：中国汽车营销渠道体系发展历程分析 73

图表28：2011年5月份TOP20汽车企业网络广告投放规模（单位：万元） 82

图表29：2011年5月份汽车行业广告投放媒体类型分析（单位：次，家，款，%） 83

图表30：2011年5月份汽车行业广告投放媒体覆盖分析（单位：次，家，款，%） 83

图表31：2011年5月份汽车行业广告投放频道分析（单位：次，家，款，%） 84

图表32：2011年5月份汽车行业广告投放形式分析（单位：次，家，款，%） 84

图表33：2011年5月份汽车经销商网络广告投放排行榜（单位：广告投放天次） 85

图表34：2010年四季度TOP10汽车网站覆盖人数（单位：千人） 86

图表35：2010年四季度TOP8汽车垂直网站精准报价服务覆盖人数（单位：千人） 87

图表36：2010年四季度TOP10汽车垂直网站二手车服务覆盖人数（单位：千人） 87

图表37：国内主要汽车企业经销商营销网络分布 94

图表38：2007-2010年国内主要汽车企业4S店数量统计（单位：家） 97

图表39：2010年国内主要汽车经销集团4S店营销网络（单位：家） 97

图表40：中国汽车4S店主要分布情况 98

图表41：汽车销售商利润构成图（单位：%） 99

图表42：美国特许经销商销售收入结构图（单位：%） 100

图表43：汽车4S店与二手车市场的竞争 109

图表44：汽车4S店之间的竞争状况 111

图表45：中国汽车4S店销售市场SWOT战略模型分析 114

图表46：汽车整车车型分析 141

图表47：2008-2011年中国汽车销量及增速（单位：万辆，%） 143

图表48：2010-2011年国内主要汽车集团汽车销量分析（单位：辆，%） 143

图表49：2000-2010年中国汽车需求总量及增速（单位：万辆，%） 144

图表50：2010年国内汽车企业汽车销量排行Top10（单位：万辆） 145

图表51：2009-2011年乘用车市场销量及增速情况（单位：万辆，%） 146

图表52：2010年国内乘用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%） 146

图表53：乘用车市场分阶段发展规律 148

图表54：2009-2011年商用车销量及增速情况（单位：万辆，%） 149

图表55：2007-2011年商用车子行业月度销量增速情况（单位：%） 150

图表56：2010年国内商用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%） 150

图表57：2010-2011年国内主要商用车企业销售情况分析（单位：辆，%） 151

图表58：2010-2011年国内狭义乘用车上牌量统计分析（单位：万辆，%） 152

图表59：2008-2011年国内各区域狭义乘用车上牌量统计分析（单位：万辆，%） 153

图表60：2009-2011年中国轿车销量及增长率（单位：万辆，%） 155

图表61：2006-2011年轿车按排量销量比重（单位：%） 155

图表62：2010-2011年国内主要汽车企业轿车销量情况分析（单位：辆，%） 156

图表63：2008-2011年轿车各企业市场占有率变化分析（单位：%） 156

图表64：2009-2011年中国MPV销量及同比增长（单位：辆，%） 158

图表65：2010-2011年国内主要汽车企业MPV销量情况分析（单位：辆，%） 158

图表66：2008-2011年MPV各企业市场占有率变化分析（单位：%） 159

图表67：2009-2011年中国SUV月度销量及增速（单位：辆，%） 161

图表68：2010-2011年国内主要汽车企业SUV销量情况分析（单位：辆，%） 162

图表69：2008-2011年SUV各企业市场占有率变化分析（单位：%） 162

图表70：2009-2011年交叉型乘用车月度销量及同比增长（单位：辆，%） 165

图表71：2010-2011年国内主要汽车企业交叉型乘用车销量情况分析（单位：辆，%） 166

图表72：2008-2011年交叉型乘用车各企业市场占有率变化分析（单位：%） 166

图表73：2009-2011年中国重卡销量及增速（单位：辆，%） 169

图表74：2008-2011年重卡各企业市场占有率变化分析（单位：%） 170

图表75：2000-2011年房屋新开工、商品房竣工与重卡销量的增速对比（单位：%） 170

图表76：2000年以来卡车重型化趋势明显（单位：%） 171

图表77：2002-2010年我国重卡保有量（单位：万辆） 172

图表78：1997-2010年我国高速公路里程及增速（单位：万公里，%） 173

图表79：2009-2011年中卡销量及同比增长（单位：辆，%） 175

图表80：2009-2011年轻卡销量及同比增长（单位：万辆，%） 177

图表81：2008-2011年国内主要汽车企业轻卡月度销量分析（单位：千辆） 178

图表82：2008-2011年轻卡各企业市场占有率变化分析（单位：%） 178

图表83：2009-2011年微卡销量及同比增长（单位：辆，%） 181

图表84：2008-2011年主要微卡企业微卡各吨位市场份额变化情况（单位：%） 181

图表85：微卡市场需求发展趋势 183

图表86：2009-2011年大客销量及同比增长（单位：辆，%） 184

图表87：2009-2011年中客销量及同比增长（单位：辆，%） 186

图表88：2009-2011年轻客销量及同比增长（单位：辆，%） 187

图表89：2009-2010年轻客市场5种品牌销量及累计增长图（单位：辆，%） 188

图表90：2011-2015年轻客销量预测（单位：万辆，%） 189

图表91：2009-2010年国内新能源车产销量情况分析（单位：辆，%） 190

图表92：中国新能源汽车产业链构成情况 192

图表93：参与重大活动示范运营的新能源汽车数量（单位：辆） 193

图表94：中国新能源汽车在公交系统的应用情况 194

图表95：2007-2010年前三季度新能源客车分车型销售情况（单位：辆，%） 194

图表96：十米以上城市公交客车示范推广补助标准（单位：万元/辆） 195

图表97：2010年前三季度前15个重点区域新能源客车销量及市场份额（单位：辆，%） 196

图表98：最具代表性的七大城市新能源汽车实施进展情况 197

图表99：2010年中国各省市电动公交车拥有计划一览（单位：辆） 200

图表100：2010-2020年中国新能源公交车每年需求预计（单位：辆） 200

图表101：2015-2030年世界主要汽车市场新能源车产销规划（单位：万辆） 202

图表102：2010-2020年中国新能源汽车不同车型的市场需求预测（单位：万辆） 206

图表103：2001-2015年中国二手车销量统计及预测（单位：万辆，%） 207

图表104：2009-2010年中国二手车月度交易额变化情况（单位：万元） 207

图表105：2009-2010年二手车各车型占总交易量的份额（单位：%） 208

图表106：我国二手车市场存在的问题与市场主要影响因素 210

图表107：2009-2010年我国二手车市场各区域交易量（单位：辆） 211

图表108：2010年二手车交易排名前十位省市（单位：辆，%） 212

图表109：2009-2010年上海市二手汽车市场交易量（单位：辆） 212

图表110：2009-2011年北京市二手汽车市场交易量（单位：辆） 213

图表111：2009-2011年北京市二手汽车市场价格指数 214

图表112：2006-2010国内汽车区域月度上牌量占比（单位：%） 219

图表113：2008-2011年全国及各省份乘用车上牌量同比增速（单位：%） 220

图表114：2010国产乘用车区域上牌量占比（单位：%） 221

图表115：2008-2009年北京地区市政设施情况（单位：公里，万平方米，座，个，台） 222

图表116：2008-2009年北京地区公共交通及客运出租小轿车（单位：辆，条，公里，万人次）
223

图表117：2001-2010年北京地区公路客运量（单位：万人） 224

图表118：2005-2010年北京地区汽车销量（单位：万辆） 226

图表119：2001-2010年北京地区民用汽车拥有量（单位：辆） 227

图表120：2008-2010年上海地区常住人口（单位：万人） 230

图表121：2008-2009年上海地区市政设施情况（单位：公里，万平方米，座） 231

图表122：2008-2009年上海地区设施水平（单位：公里/万人，平方米，辆） 232

图表123：2008-2009年上海地区公共交通情况（单位：公里，条，辆，亿人次，万次，亿公里，亿元，个） 232

图表124：2002-2011年上海地区公路客运量（单位：万人次） 233

图表125：2008-2010年上海地区汽车销量（单位：万辆） 235

图表126：2010年上海市排名前十汽车销售企业汽车销量统计（单位：万元，辆） 235

图表127：2007-2010年上海地区民用汽车拥有量（单位：万辆） 236

图表128：2010年上海市汽车各车型上牌量情况（单位：辆，%） 237

图表129：2009-2010年上海市汽车月度上牌量情况（单位：辆） 237

图表130：2008-2010年广州地区常住人口（单位：万人） 239

图表131：2008-2009年广州地区市政设施情况（单位：公里，万平方米，座） 240

图表132：2008-2009年广州地区设施水平（单位：公里/万人，平方米，辆） 240

图表133：2008-2009年广州地区公共交通情况（单位：辆，万人次） 241

图表134：2010年广州地区公路客运量（单位：万人次，万人公里） 242

图表135：2009-2010年广州地区汽车上牌量（单位：辆，%） 243

图表136：2008-2010年广州地区民用汽车拥有量（单位：万辆） 243

图表137：2001-2010年广州地区汽车上牌数量（单位：辆） 244

图表138：2008-2010年深圳地区常住人口（单位：万人） 245

图表139：2008-2009年深圳地区市政设施情况（单位：公里，万平方米，座） 246

图表140：2008-2009年深圳地区公共交通情况（单位：条，辆，万人次） 247

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1408/613827C81A.html>