|  |
| --- |
| [2025-2031年中国汽车经销市场深度调研与发展趋势报告](https://www.20087.com/1/12/QiCheJingXiaoHangYeQuShiFenXi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国汽车经销市场深度调研与发展趋势报告](https://www.20087.com/1/12/QiCheJingXiaoHangYeQuShiFenXi.html) |
| 报告编号： | 2656121　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/1/12/QiCheJingXiaoHangYeQuShiFenXi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　汽车经销行业正处于深刻变革之中，受宏观经济波动、消费者偏好变化和数字化转型的影响。近年来，线上销售平台的兴起改变了传统的购车模式，使得消费者可以在线比较价格和配置，甚至完成购车过程。与此同时，新能源汽车的普及和自动驾驶技术的进展，对汽车经销商提出了更高的技术和服务要求。经销商需要在销售、售后、维修保养等方面提供更专业化、个性化的服务，以满足消费者对新能源汽车和智能汽车的需求。  
　　未来，汽车经销商将更加重视线上线下融合的销售模式，利用大数据和人工智能技术优化客户体验，例如提供虚拟试驾、个性化推荐和无缝对接的售后服务。随着新能源汽车市场的扩大，经销商将加强与充电基础设施运营商的合作，为客户提供便捷的充电解决方案。此外，经销商网络可能会进一步整合，形成规模更大的集团，以应对成本上升和市场竞争加剧的挑战。环保和可持续性也将成为汽车经销的重要考量因素，推动行业向低碳运营转型。  
　　《[2025-2031年中国汽车经销市场深度调研与发展趋势报告](https://www.20087.com/1/12/QiCheJingXiaoHangYeQuShiFenXi.html)》基于国家统计局及汽车经销行业协会的权威数据，全面调研了汽车经销行业的市场规模、市场需求、产业链结构及价格变动，并对汽车经销细分市场进行了深入分析。报告详细剖析了汽车经销市场竞争格局，重点关注品牌影响力及重点企业的运营表现，同时科学预测了汽车经销市场前景与发展趋势，识别了行业潜在的风险与机遇。通过专业、科学的研究方法，报告为汽车经销行业的持续发展提供了客观、权威的参考与指导，助力企业把握市场动态，优化战略决策。  
  
第一章 汽车经销及汽车后市场  
　　1.1 发展历程  
　　1.2 汽车经销模式  
　　　　1.2.1 汽车经销渠道  
　　　　1.2.2 经销渠道模式  
　　　　1.2.3 进口汽车经销模式  
　　1.3 汽车后市场  
　　　　1.3.1 市场现状  
　　　　1.3.2 主要渠道  
　　1.4 发展趋势  
  
第二章 中国新车销售市场  
　　2.1 汽车市场  
　　　　2.1.1 产销量  
　　　　2.1.2 进口情况  
　　2.2 乘用车  
　　自主品牌整体渗透率下降，前十集中度继续提高，一线自主吉利、上汽和广汽继续保持增长，伴随产品力提升，已开始抢占合资品牌的市场份额，而弱势自主品牌受到一线自主和合资品牌下移的双重挤压，同时由于环保和新能源政策对产品的压力，预计2025年自主品牌亏损家数将增加，行业整合进入实质阶段。  
　　2020-2025年中国乘用车销量及增速  
　　　　2.2.1 整体市场销量  
　　　　2.2.2 细分市场（按车型）  
　　　　2.2.3 进口情况  
　　　　2.2.4 豪华及超豪华乘用车  
　　2.3 商用车  
　　　　2.3.1 整体市场销量  
　　　　2.3.2 细分市场销量  
　　　　2.3.3 进口情况  
　　2.4 价格趋势  
　　　　2.4.1 整体价格  
　　　　2.4.2 乘用车价格  
  
第三章 中国二手车市场  
　　3.1 市场现状  
　　3.2 经销模式  
　　3.3 交易量  
　　　　3.3.1 整体市场  
　　　　3.3.2 细分市场  
　　　　3.3.3 区域市场  
　　　　3.3.4 交易结构  
　　3.4 交易额  
　　　　3.4.1 整体市场  
　　　　3.4.2 细分市场  
　　3.5 发展前景  
  
第四章 中国汽车经销商概况及竞争格局  
　　4.1 市场现状  
　　4.2 经销模式  
　　　　4.2.1 乘用车经销模式  
　　　　4.2.2 商用车经销模式  
　　4.3 盈利模式  
　　4.4 竞争格局  
　　　　4.4.1 百强企业经营特点  
　　　　4.4.2 企业竞争  
　　　　4.4.3 区域竞争  
  
第五章 中国汽车后市场  
　　5.1 汽车后市场  
　　　　5.1.1 概况  
　　　　5.1.2 发展前景  
　　5.2 汽车用品市场  
　　　　5.2.1 市场现状  
　　　　5.2.2 市场规模  
　　5.3 汽车维修  
　　　　5.3.1 经营模式  
　　　　5.3.2 汽车经销商维修业务竞争力  
　　　　5.3.3 市场需求  
　　5.4 汽车消费信贷  
　　5.5 融资租赁  
　　5.6 汽车保险  
  
第六章 中国主要汽车经销商分析  
　　6.1 庞大集团  
　　　　6.1.1 公司简介  
　　　　6.1.2 经营模式及盈利模式  
　　　　6.1.3 经营业绩  
　　　　6.1.4 营收构成  
　　　　6.1.5 毛利构成及毛利率  
　　　　6.1.6 经销网络及汽车销量  
　　　　6.1.7 业绩预测  
　　6.2 国机汽车  
　　　　6.2.1 公司简介  
　　　　6.2.2 经营业绩  
　　　　6.2.3 营收构成  
　　　　6.2.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.2.5 进口车业务  
　　　　6.2.6 业绩预测  
　　6.3 中升控股  
　　　　6.3.1 公司简介  
　　　　6.3.2 经营业绩  
　　　　6.3.3 营收构成  
　　　　6.3.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.3.5 经销网络及汽车销量  
　　　　6.3.6 业绩预测  
　　6.4 大昌行集团  
　　　　6.4.1 公司简介  
　　　　6.4.2 经营业绩  
　　　　6.4.3 营收构成  
　　　　6.4.4 毛利及毛利率  
　　　　6.4.5 经销网络及汽车销量  
　　　　6.4.6 业绩预测  
　　6.5 物产中大  
　　　　6.5.1 公司简介  
　　　　6.5.2 经营业绩  
　　　　6.5.3 营收构成  
　　　　6.5.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.5.5 经销网络及汽车销量  
　　　　6.5.6 业绩预测  
　　6.6 正通汽车  
　　　　6.6.1 公司简介  
　　　　6.6.2 经营业绩  
　　　　6.6.3 营收构成  
　　　　6.6.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.6.5 经销网络及汽车销量  
　　　　6.6.6 业绩预测  
　　6.7 宝信汽车  
　　　　6.7.1 公司简介  
　　　　6.7.2 经营业绩  
　　　　6.7.3 营收构成  
　　　　6.7.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.7.5 经销网络及汽车销量  
　　　　6.7.6 业绩预测  
　　6.8 永达汽车  
　　　　6.8.1 公司简介  
　　　　6.8.2 经营业绩  
　　　　6.8.3 营收构成  
　　　　6.8.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.8.5 经销网络及汽车销量  
　　　　6.8.6 业绩预测  
　　6.9 大东方  
　　　　6.9.1 公司简介  
　　　　6.9.2 经营业绩  
　　　　6.9.3 营收构成  
　　　　6.9.4 毛利构成及毛利率  
　　　　6.9.5 业绩预测  
　　6.10 联拓集团  
　　　　6.10.1 公司简介  
　　　　6.10.2 经营业绩  
　　　　6.10.3 营收构成  
　　　　6.10.4 毛利构成及毛利率  
  
第七章 (中.智.林)总结和2025-2031年预测  
　　7.1 汽车销量对比  
　　　　7.1.1 乘用车和商用车  
　　　　7.1.2 新车和二手车  
　　7.2 企业经营情况对比  
　　　　7.2.1 营业收入  
　　　　7.2.2 净利润  
　　　　7.2.3 营收构成  
　　　　7.2.4 毛利构成  
　　　　7.2.5 毛利率  
　　　　7.2.6 经销网络  
　　　　7.2.7 汽车销量  
  
图表目录  
　　图 中国汽车经销发展历程  
　　图 中国汽车经销主要方式  
　　表 中国各类汽车经销模式特点对比  
　　图 进口与国产汽车经营模式对比  
　　图 汽车后市场细分行业  
　　图 2020-2025年中国汽车产量及同比增长  
　　……  
　　图 2020-2025年中国汽车销量构成  
　　图 2020-2025年中国汽车进口量及同比增长  
　　……  
　　图 2020-2025年中国汽车进口单价及同比增长  
　　图 2020-2025年中国汽车进口量构成  
　　……  
　　图 2020-2025年中国乘用车销量及同比增长  
　　图 2020-2025年中国乘用车市场各品牌销量份额  
　　表 2020-2025年中国乘用车销量Top10生产商  
　　图 2020-2025年中国乘用车细分产品销量份额  
　　图 2020-2025年中国基本型乘用车销量及同比增长  
　　图 2020-2025年中国运动型多用途车（SUV）销量及同比增长  
　　图 2020-2025年中国多功能乘用车（MPV）销量及同比增长  
　　图 2020-2025年中国交叉型乘用车销量及同比增长  
　　图 2020-2025年中国乘用车进口量及同比增长  
　　……  
　　图 2020-2025年中国轿车进口量及进口额  
　　图 2020-2025年中国四驱越野车进口量及进口额  
　　图 2020-2025年中国轿车及四驱越野车进口量份额  
略……

了解《[2025-2031年中国汽车经销市场深度调研与发展趋势报告](https://www.20087.com/1/12/QiCheJingXiaoHangYeQuShiFenXi.html)》，报告编号：2656121，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/1/12/QiCheJingXiaoHangYeQuShiFenXi.html>

热点：买车预约留电话、汽车经销商和4s店有什么区别、新能源汽车试驾、汽车经销商一辆车赚多少钱、汽车试驾预约留电话号码、汽车经销制和代理制的区别、买车在线预约、汽车经销商报价和实际价格、汽车之家官网买车

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！