|  |
| --- |
| [中国汽车销售行业市场调研与发展趋势分析报告（2024年）](https://www.20087.com/9/19/QiCheXiaoShouHangYeFenXiBaoGao.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： | [中国汽车销售行业市场调研与发展趋势分析报告（2024年）](https://www.20087.com/9/19/QiCheXiaoShouHangYeFenXiBaoGao.html) |
| 报告编号： | 1A15199　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：10800 元　　纸介＋电子版：11000 元 |
| 优惠价： | 电子版：9600 元　　纸介＋电子版：9900 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/9/19/QiCheXiaoShouHangYeFenXiBaoGao.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

　　汽车销售行业近年来面临着前所未有的变革。一方面，新能源汽车的兴起对传统燃油车市场产生了冲击，消费者对环保和新技术的追求推动了电动汽车、插电式混合动力汽车等新能源车型的销量增长。另一方面，互联网和移动互联网的发展改变了汽车销售的模式，线上购车、二手车交易平台的兴起，为消费者提供了更多元化、便捷的购车渠道。
　　未来，汽车销售行业将更加注重数字化转型和可持续发展。数字化转型方面，将利用大数据、人工智能等技术，提升销售和服务的智能化水平，提供个性化购车体验。可持续发展方面，随着环保法规的趋严和消费者环保意识的提高，新能源汽车的销售份额将持续扩大，汽车销售行业也将更加注重推广低碳、环保的汽车产品。

第1章 中国汽车销售行业运行环境分析
　　1.1 汽车销售行业的相关概述
　　　　1.1.1 汽车销售的概念
　　　　1.1.2 汽车销售的流程
　　　　1.1.3 汽车销售的步骤
　　　　1.1.4 行业在国民经济中的地位
　　1.2 行业政策环境分析
　　　　1.2.1 汽车产业相关政策动向
　　　　1.2.2 汽车产业发展规划解读
　　1.3 行业经济环境分析
　　　　1.3.1 国际宏观经济环境分析
　　　　（1）国际宏观经济现状
　　　　（2）国际宏观经济预测
　　　　1.3.2 中国宏观经济环境分析
　　　　（1）宏观经济增长反映良好发展环境
　　　　（2）工业企业利润增长发展势头良好
　　　　（3）企业景气指数趋好预示发展前景
　　　　（4）居民收入增加带动汽车消费市场
　　　　1.3.3 产业宏观经济环境分析
　　1.4 行业社会环境分析
　　　　1.4.1 城镇化进程发展加快
　　　　1.4.2 居民的消费结构升级
　　　　1.4.3 “绿色出行”生活方式
　　　　1.4.4 城市交通容量发展分析
　　　　1.4.5 汽车消费与社会协调分析
　　1.5 市场消费环境分析
　　　　1.5.1 汽车销售市场影响因素分析
　　　　1.5.2 中国汽车市场消费特点分析
　　　　1.5.3 汽车销售行业集中度分析
　　　　1.5.4 汽车销售市场竞争现状
　　　　1.5.5 中国国产汽车市场均价分析

第2章 国外汽车销售行业运行及营销模式分析
　　2.1 2018-2023年全球汽车销售情况分析
　　　　2.1.1 全球汽车销量分析
　　　　2.1.2 全球汽车销量区域结构
　　　　（1）按大区域分
　　　　（2）按国家分析
　　　　2.1.3 各区域汽车销量走势
　　　　（1）亚太汽车销量走势与区域结构
　　　　（2）欧洲汽车销量走势与区域结构
　　　　（3）美洲汽车销量走势与区域结构
　　　　1）北美洲汽车销量走势与区域结构
　　　　2）南美洲汽车销量走势与区域结构
　　　　（4）非洲汽车销量走势
　　2.2 国外汽车销售市场分析
　　　　2.2.1 北美汽车销售市场分析
　　　　（1）美国
　　　　1）美国汽车销售走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）乘用车销售走势
　　　　4）美国轻型卡车销售走势
　　　　5）美国轻型车销售走势
　　　　（2）加拿大
　　　　1）加拿大汽车销售走势
　　　　2）分制造商销售结构
　　　　3）分品牌销售结构
　　　　（3）墨西哥
　　　　1）墨西哥汽车销售走势
　　　　2）分制造商销售结构
　　　　3）分品牌销售结构
　　　　2.2.2 南美洲汽车销售市场分析
　　　　（1）阿根廷
　　　　1）阿根廷汽车销售走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）乘用车销售走势与结构
　　　　4）商用车销售走势与结构
　　　　5）分制造商销售结构分析
　　　　（2）巴西
　　　　2.2.3 欧洲汽车销售市场分析
　　　　（1）德国
　　　　（2）法国
　　　　（3）英国
　　　　（4）俄罗斯
　　　　（5）意大利
　　　　2.2.4 亚洲汽车销售市场分析
　　　　（1）日本
　　　　1）日本汽车销量走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）汽车销量品牌结构
　　　　4）乘用车销售走势与结构
　　　　5）商用车销售走势与结构
　　　　（2）韩国
　　　　1）韩国汽车销量走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）乘用车销售走势与结构
　　　　4）商用车销售走势与结构
　　　　（3）印度
　　　　1）印度汽车销量走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）汽车销量品牌结构
　　　　4）乘用车销售走势与结构
　　　　5）商用车销售走势与结构
　　　　2.2.5 其他地区汽车销售市场分析
　　　　（1）南非
　　　　1）南非汽车销量走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）汽车销量品牌结构
　　　　4）乘用车销售走势与结构
　　　　5）商用车销售走势与结构
　　　　（2）澳大利亚
　　　　1）澳大利亚汽车销量走势
　　　　2）汽车销量车型结构
　　　　3）乘用车销售走势与结构
　　　　4）商用车销售走势与结构
　　2.3 国外汽车市场营销策略分析
　　　　2.3.1 国外汽车企业在华营销现状分析
　　　　2.3.2 国际汽车市场主要营销模式分析
　　　　2.3.3 国际汽车销售体系的特点分析
　　　　2.3.4 国外主要国家汽车营销模式分析
　　　　（1）欧洲汽车市场营销模式分析
　　　　（2）美国汽车市场营销模式分析
　　　　（3）日本汽车市场营销模式分析
　　　　（4）英国汽车市场营销模式
　　　　2.3.5 国外汽车营销市场发展趋势分析
　　2.4 国外汽车4s店营销模式分析
　　　　2.4.1 美国汽车4s店营销模式
　　　　2.4.2 日本汽车4s店营销模式
　　　　2.4.3 德国汽车4s店营销模式

第3章 国际汽车销售在华竞争及销售模式分析
　　3.1 国际汽车销售企业在华竞争分析
　　　　3.1.1 国际主要汽车企业汽车销售分析
　　　　（1）雷诺-日产
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（2）美国通用汽车公司
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（3）德国大众汽车集团
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华投资布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（4）日本丰田汽车公司
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（5）日本本田汽车公司
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（6）标致雪铁龙
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（7）现代起亚汽车公司
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（8）菲亚特-克莱斯勒汽车公司
　　　　1）企业发展情况
　　　　2）汽车销售情况
　　　　3）在华销售布局
　　　　4）在华最新动态
　　　　（9）豪车制造商销量情况
　　　　1）劳斯莱斯
　　　　2）宾利
　　　　3）梅赛德斯？奔驰
　　　　4）奥迪
　　　　5）沃尔沃
　　　　6）捷豹路虎
　　　　7）宝马
　　　　8）法拉利
　　　　3.1.2 国际汽车销售市场发展趋势分析
　　3.2 汽车销售企业销售模式案例分析
　　　　3.2.1 丰田混合销售模式分析
　　　　3.2.2 通用全新经营模式分析

第4章 中国汽车销售市场运行及营销策略分析
　　4.1 中国汽车销售市场分析
　　　　4.1.1 市场规模分析
　　　　（1）汽车销售情况分析
　　　　1）汽车销量走势
　　　　2）汽车销售占全球比重
　　　　3）汽车销量车型结构分析
　　　　（2）汽车经销商规模
　　　　（3）经销商经营规模
　　　　4.1.2 细分市场分析
　　　　（1）乘用车销售市场分析
　　　　1）乘用车销量走势
　　　　2）占总销量比重走势
　　　　3）前十畅销品牌
　　　　4）分国别销售情况
　　　　（2）商用车销售市场分析
　　　　1）商用车销量走势
　　　　2）占总销量比重走势
　　　　3）前十畅销品牌
　　　　4.1.3 汽车保有量及增长情况
　　　　4.1.4 汽车市场上牌数量分析
　　4.2 中国汽车市场营销策略分析
　　　　4.2.1 汽车营销市场发展现状分析
　　　　4.2.2 汽车营销体系发展历程分析
　　　　4.2.3 汽车市场主要营销模式分析
　　　　4.2.4 汽车市场分销渠道模式分析
　　　　4.2.5 汽车产品市场营销策略分析
　　　　（1）时尚营销策略分析
　　　　（2）文化营销策略分析
　　　　（3）展会营销策略分析
　　　　（4）体育营销策略分析
　　　　（5）网络营销策略分析
　　　　（6）事件营销策略分析
　　　　（7）概念营销策略分析
　　　　（8）体验营销策略分析
　　　　4.2.6 国内汽车企业经销商营销网络建设分析
　　4.3 中国汽车4s店营销策略分析
　　　　4.3.1 中国汽车4s店营销发展概况
　　　　（1）汽车4s店概念简要分析
　　　　（2）汽车4s店的发展现状分析
　　　　（3）汽车4s店的区域分布情况
　　　　（4）汽车4s店的售后服务现状
　　　　（5）汽车4s店的经营模式发展
　　　　4.3.2 汽车4s店市场竞争分析
　　　　（1）与二手车市场的竞争分析
　　　　（2）与汽车大卖场的竞争分析
　　　　（3）汽车4s店间的竞争分析
　　　　4.3.3 汽车4s店的swot分析
　　　　（1）汽车4s店的优势分析
　　　　（2）汽车4s店的劣势分析
　　　　（3）汽车4s店的机会分析
　　　　（4）汽车4s店的威胁分析
　　　　4.3.4 汽车4s店营销模式的机制创新
　　4.4 国内汽车市场网络营销模式分析
　　　　4.4.1 汽车网络广告
　　　　（1）网络广告投放规模（汽车企业）
　　　　（2）网络广告投放情况（经销商）
　　　　（3）媒体广告投放情况
　　　　（4）网络媒体对汽车网民的影响分析
　　　　（5）经销商网络广告投放趋势分析
　　　　4.4.2 汽车网络营销模式分析
　　　　4.4.3 汽车网络消费者行为分析
　　　　（1）汽车网民消费不同阶段及媒体影响
　　　　（2）汽车网民对不同网络媒体的看法
　　　　（3）网民购车时主动获取信息的网络渠道
　　　　（4）汽车网民关注信息特点及信赖渠道
　　　　4.4.4 企业网络广告投放策略案例分析
　　　　（1）奥迪上市的营销策略
　　　　（2）奇瑞汽车的网络营销
　　　　（3）奔驰smart的营销策略
　　4.5 中国汽车营销模式发展趋势分析
　　　　4.5.1 汽车市场营销模式的影响因素
　　　　4.5.2 国内外汽车营销模式分析
　　　　4.5.3 国内汽车营销模式发展对策分析
　　　　4.5.4 汽车市场营销渠道发展趋势分析
　　　　4.5.5 汽车市场营销模式未来趋势分析

第5章 中国汽车销售细分市场及销售策略分析
　　5.1 乘用汽车销售细分市场分析
　　　　5.1.1 乘用车销售结构
　　　　5.1.2 轿车销售市场分析
　　　　（1）轿车销售规模分析
　　　　（2）占乘用车比重走势
　　　　（3）分国别销售情况
　　　　（4）分品牌销售情况
　　　　（5）分制造商销售情况
　　　　（6）轿车市场发展趋势
　　　　5.1.3 mpv销售市场分析
　　　　（1）mpv销售规模分析
　　　　（2）占乘用车比重走势
　　　　（3）分品牌销售情况
　　　　（4）mpv市场发展趋势
　　　　5.1.4 suv销售市场分析
　　　　（1）suv销售规模分析
　　　　（2）占乘用车比重走势
　　　　（3）分品牌销售情况
　　　　（4）suv市场发展趋势
　　　　5.1.5 交叉型乘用车销售市场分析
　　　　（1）交叉型乘用车产销规模分析
　　　　（2）占乘用车比重走势
　　　　（3）分品牌销售情况
　　　　（4）交叉型乘用车市场发展趋势
　　5.2 商用汽车销售细分市场分析
　　　　5.2.1 商用车销售结构
　　　　5.2.2 客车销售情况分析
　　　　（1）客车销量走势
　　　　（2）占商用车比重
　　　　（3）销量车型结构
　　　　（4）销量区域结构
　　　　（5）销量品牌结构
　　　　5.2.3 大客销售市场分析
　　　　（1）大客销售规模分析
　　　　（2）大客市场发展趋势
　　　　5.2.4 中客销售市场分析
　　　　（1）中客销售规模分析
　　　　（2）中客市场发展趋势
　　　　5.2.5 轻客销售市场分析
　　　　（1）轻客销售规模分析
　　　　（2）轻客市场发展趋势
　　　　5.2.6 重卡销售市场分析
　　　　（1）重卡销售规模分析
　　　　（2）重卡市场发展趋势
　　　　5.2.7 中卡销售市场分析
　　　　（1）中卡销售规模分析
　　　　（2）中卡市场发展趋势
　　　　5.2.8 轻卡销售市场分析
　　　　（1）轻卡销售规模分析
　　　　（2）轻卡市场发展趋势
　　　　5.2.9 微卡销售市场分析
　　　　（1）微卡销售规模分析
　　　　（2）微卡市场发展趋势
　　5.3 新能源汽车销售市场分析
　　　　5.3.1 新能源汽车发展分析
　　　　（1）新能源汽车保有量分析
　　　　（2）新能源汽车销售规模分析
　　　　（3）新能源汽车市场结构分析
　　　　5.3.2 电动汽车发展分析
　　　　5.3.3 不同类型电动汽车分析
　　　　（1）混合动力汽车发展分析
　　　　（2）纯电动汽车发展分析
　　　　（3）燃料电池汽车发展分析
　　　　5.3.4 新能源客车市场分析
　　　　（1）新能源客车销售情况分析
　　　　1）2018-2023年新能源客车销售情况
　　　　2）新能源客车占新能源汽车销量比重走势
　　　　3）新能源客车占客车销量比重走势
　　　　（2）新能源客车区域市场销售情况
　　　　（3）新能源客车销量车型结构分析
　　　　1）2014年新能源客车销量车型结构
　　　　2）2018-2023年大型新能源客车销量走势
　　　　3）2018-2023年中型新能源客车销量走势
　　　　4）2018-2023年轻型新能源客车销量走势
　　　　5）新能源客车分车型市场比重走势
　　　　6）新能源客车分车型占客车销量比重走势
　　5.4 中国二手车销售市场分析
　　　　5.4.1 二手车市场规模分析
　　　　（1）2014年二手车市场保持快速增长，行业发展呈良好态势
　　　　（2）2018-2023年二手车市场交易额呈稳步增长趋势
　　　　（3）2018-2023年二手车市场交易量逐年增长，增速低于交易额增速
　　　　（4）二手车占新车交易量比重相对稳定，但比值较低
　　　　（5）中外二手车占新车交易量比重对比分析
　　　　（6）二手车交易量占保有量比重呈波动性
　　　　（7）中外二手车占保有量比重对比分析
　　　　（8）二手车交易对新车贡献率分析
　　　　（9）二手车市场规模预测
　　　　5.4.2 二手乘用车市场规模分析
　　　　（1）二手乘用车交易数量保持快速增长，
　　　　（2）二手乘用车占交易总量的比重较大，呈上升趋势
　　　　（3）二手乘用车占新乘用车比重低于市场平均水平
　　　　（4）二手轿车/mpv/suv/交叉型乘用车市场规模分析
　　　　1）二手轿车市场规模及占比
　　　　2）二手mpv市场规模及占比
　　　　3）二手suv市场规模及占比
　　　　4）二手交叉型乘用车市场规模及占比
　　　　5.4.3 二手商用车市场规模分析
　　　　（1）二手商用车交易数量增速低于市场平均水平
　　　　（2）二手商用车占交易总量的比重低于乘用车
　　　　（3）二手商用车占新商用车比重在40%左右
　　　　（4）二手客车/货车市场规模分析
　　　　1）二手客车市场规模及占比
　　　　2）二手货车市场规模及占比
　　　　5.4.4 二手车市场结构分析
　　　　（1）区域结构：东部地区引领行业发展，中部和东北地区存在差距
　　　　（2）省份结构：前十强省份基本保持稳定，天津市场发展迅速
　　　　（3）产品结构：乘用车、私家车成为二手车交易主流
　　　　（4）车龄结构：3-10年二手车占市场主体地位
　　　　（5）交易方式：直接交易、本地交易占绝对地位
　　　　（6）交易主体：以二手车交易市场为主，呈多元化发展
　　　　（7）市场集中度：市场集中度有所提高，行业引领作用明显增强
　　　　5.4.5 二手车市场价格水平分析
　　　　（1）二手车市场平均价格呈上升趋势
　　　　（2）库存单价水平呈上升趋势分析
　　　　（3）不同车龄库存均价：单价与车龄呈负相关关系
　　　　（4）不同省份：库存单价山东省最低，浙江居首位
　　　　（5）各级别二手车保值率随车龄增长而下降
　　5.5 中国汽车细分市场营销策略分析
　　　　5.5.1 轿车市场营销策略分析
　　　　（1）轿车市场营销模式分析
　　　　（2）轿车市场营销策略分析
　　　　5.5.2 客车市场营销策略分析
　　　　（1）客车产品策略分析
　　　　（2）客车营销渠道分析
　　　　（3）客车价格策略分析
　　　　（4）客车促销策略分析
　　　　5.5.3 国内客车企业营销策略分析
　　　　（1）宇通客车营销策略分析
　　　　（2）黄海客车营销策略分析
　　　　（3）申龙客车营销策略分析
　　　　5.5.4 二手车市场营销策略分析
　　　　（1）整车置换业务策略分析
　　　　（2）汽车金融业务策略分析
　　　　（3）售后服务业务策略分析

第6章 中国汽车销售重点区域及营销策略分析
　　6.1 汽车销售市场区域分布特征
　　6.2 重点城市汽车销售市场分析
　　　　6.2.1 北京
　　　　（1）汽车相关政策分析
　　　　（2）汽车市场规模分析
　　　　（3）二手汽车市场发展分析
　　　　（4）汽车销售市场前景分析
　　　　6.2.2 上海
　　　　（1）汽车相关政策分析
　　　　（2）汽车市场规模分析
　　　　（3）二手汽车市场发展分析
　　　　（4）汽车销售市场前景分析
　　　　6.2.3 广州
　　　　（1）汽车相关政策分析
　　　　（2）汽车市场规模分析
　　　　（3）二手汽车市场发展分析
　　　　（4）汽车销售市场前景分析
　　　　6.2.4 深圳
　　　　（1）汽车相关政策分析
　　　　（2）汽车市场规模分析
　　　　（3）二手汽车市场发展分析
　　　　（4）汽车销售市场前景分析
　　6.3 其他城市汽车销售市场分析
　　　　6.3.1 天津汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.2 重庆汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.3 杭州汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.4 南京汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.5 武汉汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.6 成都汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.7 郑州汽车销售市场发展分析
　　　　6.3.8 济南汽车销售市场发展分析
　　6.4 中国豪车市场营销模式分析
　　　　6.4.1 中国豪车市场现状分析
　　　　6.4.2 中国豪车市场特点分析
　　　　6.4.3 中国豪车市场销售案例分析
　　　　（1）宝马营销策略分析
　　　　（2）奥迪营销策略分析
　　　　6.4.4 中国豪车销售市场动态分析
　　6.5 中国汽车农村市场营销策略分析
　　　　6.5.1 农村汽车市场分析
　　　　6.5.2 农村汽车销售特点分析
　　　　6.5.3 农村汽车销售新模式分析

第7章 中国汽车销售主要企业经营及策略分析
　　7.1 中国汽车销售行业主要企业经营情况分析
　　　　7.1.1 联拓集团有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业品牌车型分析
　　　　（5）企业利润分析
　　　　（6）资产负债分析
　　　　（7）现金流量分析
　　　　（8）主要指标分析
　　　　（9）企业经营优劣势分析
　　　　（10）企业最新发展动向分析
　　　　7.1.2 中国正通汽车服务控股有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌车型分析
　　　　（4）主要经济指标分析
　　　　（5）企业盈利能力分析
　　　　（6）企业运营能力分析
　　　　（7）企业偿债能力分析
　　　　（8）企业发展能力分析
　　　　（9）企业运营网络分布
　　　　（10）企业经营优劣势分析
　　　　7.1.3 浙江物产元通机电（集团）有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业品牌车型分析
　　　　（5）企业经营情况分析
　　　　（6）企业经营优劣势分析
　　　　7.1.4 芜湖亚夏汽车股份有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业组织结构分析
　　　　（4）企业管理模式分析
　　　　（5）主要经济指标分析
　　　　（6）企业盈利能力分析
　　　　（7）企业运营能力分析
　　　　（8）企业偿债能力分析
　　　　（9）企业发展能力分析
　　　　（10）企业经营优劣势分析
　　　　（11）企业投资兼并与重组分析
　　　　7.1.5 利丰汽车集团有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业品牌车型分析
　　　　（5）企业运营网络分布
　　　　（6）企业经营优劣势分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.1.6 广州汽车集团商贸有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业品牌车型分析
　　　　（5）企业运营网络分布
　　　　（6）企业组织架构分析
　　　　（7）企业经营优劣势分析
　　　　（8）企业最新发展动向分析
　　　　7.1.7 庞大汽贸集团股份有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）主要经济指标分析
　　　　（5）企业盈利能力分析
　　　　（6）企业运营能力分析
　　　　（7）企业偿债能力分析
　　　　（8）企业发展能力分析
　　　　（9）企业运营网络分布
　　　　（10）企业经营优劣势分析
　　　　（11）企业投资兼并与重组分析
　　　　（12）企业最新发展动向分析
　　　　7.1.8 中升集团控股有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业品牌车型分析
　　　　（5）主要经济指标分析
　　　　（6）企业盈利能力分析
　　　　（7）企业运营能力分析
　　　　（8）企业偿债能力分析
　　　　（9）企业发展能力分析
　　　　（10）企业运营网络分布
　　　　（11）企业经营优劣势分析
　　　　（12）企业最新发展动向分析
　　　　7.1.9 上海宝钢住商汽车贸易有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业品牌车型分析
　　　　（5）企业运营网络分布
　　　　（6）企业经营优劣势分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.1.10 广物汽贸股份有限公司经营分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业主营业务分析
　　　　（3）企业品牌专营店
　　　　（4）企业经营情况分析
　　　　（5）企业运营网络分布
　　　　（6）企业经营优劣势分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　7.2 中国汽车销售企业经营模式案例分析
　　　　7.2.1 庞大汽贸经营模式分析
　　　　7.2.2 金华新能源汽车销售模式分析
　　7.3 中国汽车销售企业4s店经营策略分析
　　　　7.3.1 汽车4s店（中国）营销模式分析
　　　　（1）品牌专卖店模式
　　　　（2）汽车交易市场模式
　　　　（3）汽车工业园区模式
　　　　（4）汽车连锁销售模式
　　　　（5）电子商务模式
　　　　7.3.2 主要汽车4s店经营策略分析
　　　　（1）北京现代4s店经营策略
　　　　（2）东风日产4s店经营策略
　　　　（3）广州本田4s店经营策略

第8章 中国汽车销售行业并购与转型分析
　　8.1 中国汽车销售投资兼并与重组分析
　　　　8.1.1 汽车销售行业投资兼并与重组概况
　　　　8.1.2 汽车销售行业投资兼并与重组动向
　　　　8.1.3 汽车销售企业并购重点案例分析
　　　　（1）戴姆勒-奔驰和克莱斯勒并购案分析
　　　　（2）庞大汽车集团并购萨博汽车案例分析
　　8.2 济研：美国汽车经销商集团化发展分析
　　　　8.2.1 美国汽车经销商集团化发展史
　　　　8.2.2 美国汽车经销商集团化后销售结构分析
　　　　8.2.3 美国汽车经销商集团化转换策略分析
　　　　8.2.4 美国汽车经销商集团化对中国企业的启示
　　　　8.2.5 国家汽车公司（autonation）转型案例分析

第9章 汽车销售行业金融及保险市场分析
　　9.1 中国汽车消费金融市场发展分析
　　　　9.1.1 汽车消费金融市场发展现状
　　　　9.1.2 汽车消费金融市场发展特点
　　　　9.1.3 汽车消费金融公司发展分析
　　　　9.1.4 汽车消费金融盈利模式分析
　　　　9.1.5 汽车金融业发展的制约因素
　　　　9.1.6 汽车消费金融市场发展对策
　　　　9.1.7 汽车消费金融市场发展趋势
　　9.2 中国汽车消费信贷市场发展分析
　　　　9.2.1 汽车消费信贷市场发展现状综述
　　　　9.2.2 汽车消费信贷市场政策发展分析
　　　　9.2.3 汽车消费信贷市场竞争状况分析
　　　　9.2.4 汽车消费信贷市场存在问题分析
　　　　9.2.5 国外汽车消费信贷服务借鉴分析
　　　　9.2.6 汽车消费贷款市场主要风险分析
　　　　9.2.7 汽车消费信贷市场发展建议分析
　　　　9.2.8 汽车消费信贷市场发展前景及趋势
　　9.3 中国汽车消费保险市场发展分析
　　　　9.3.1 中国汽车保险行业发展概况
　　　　9.3.2 中国汽车保险市场规模分析
　　　　9.3.3 汽车保险市场竞争格局分析
　　　　（1）汽车保险市场区域竞争概况
　　　　（2）汽车保险行业集中度分析
　　　　（3）汽车保险潜在进入者威胁
　　　　9.3.4 汽车保险行业营销模式分析
　　　　（1）汽车保险营销模式结构分析
　　　　（2）汽车保险直接营销模式分析
　　　　（3）汽车保险间接营销模式分析
　　　　9.3.5 汽车保险行业发展趋势分析
　　　　（1）行业监管环境变化趋势分析
　　　　（2）营销渠道模式发展趋势分析
　　　　（3）车险险种结构变化趋势分析
　　　　（4）企业经营理念转变趋势分析

第10章 中国汽车销售进出口及国际发展战略分析
　　10.1 中国汽车进出口市场分析
　　　　10.1.1 中国汽车进出口市场综述
　　　　10.1.2 中国汽车出口市场分析
　　　　（1）中国出口汽车市场分析
　　　　（2）出口汽车分车型市场分析
　　　　1）轿车出口市场情况分析
　　　　2）大中客车出口市场情况
　　　　3）轻客出口市场情况分析
　　　　4）重卡出口市场情况分析
　　　　5）轻卡出口市场情况分析
　　　　6）载货车出口市场情况分析
　　　　10.1.3 中国汽车进口市场分析
　　　　（1）中国进口汽车市场分析
　　　　（2）进口汽车分车型市场分析
　　　　1）轿车进口市场情况分析
　　　　2）客车进口市场情况
　　　　3）重卡进口市场情况分析
　　　　4）轻卡进口市场情况分析
　　　　5）越野车进口市场情况分析
　　10.2 中国汽车企业走出去战略分析
　　　　10.2.1 中国汽车企业走出去现状分析
　　　　10.2.2 中国汽车企业走出去风险分析
　　　　10.2.3 中国汽车企业走出去策略分析
　　　　10.2.4 中国汽车企业走出去案例分析

第11章 中^智^林^中国汽车销售行业投资机会及策略分析
　　11.1 中国汽车销售行业投资风险分析
　　　　11.1.1 汽车销售行业政策风险分析
　　　　11.1.2 汽车销售行业经济风险分析
　　　　11.1.3 汽车销售行业供求风险分析
　　　　11.1.4 汽车销售行业区域风险分析
　　　　11.1.5 汽车销售行业经营风险分析
　　11.2 中国汽车销售行业投资策略分析
　　　　11.2.1 汽车销售行业进入壁垒分析
　　　　11.2.2 汽车销售行业盈利模式分析
　　　　11.2.3 汽车销售行业盈利因素分析
　　　　11.2.4 中国汽车销售行业投资机会分析
　　　　11.2.5 中国汽车销售最新投资动向分析
　　11.3 中国汽车销售市场发展前景分析
　　　　11.3.1 中国汽车销售市场发展趋势分析
　　　　11.3.2 中国汽车消费市场发展前景分析
　　　　11.3.3 中国汽车销售市场规模预测分析
　　　　11.3.4 中国汽车销售行业发展建议分析
　　　　11.3.5 中国汽车进出口发展前景及建议
　　　　（1）汽车销售行业出口前景及建议
　　　　（2）汽车销售行业进口前景及建议

图表目录
　　图表 1：汽车销售流程图
　　图表 2：汽车销售流程各环节简要解析
　　图表 3：汽车销售的主要步骤
　　图表 4：2018-2023年中国汽车行业工业总产值与国民经济收入走势图（单位：亿元，%）
　　图表 5：中国新能源汽车发展的主要政策汇总
　　图表 6：部分地方政府新能源汽车补贴政策
　　图表 7：《节能与新能源汽车产业发展规划》解读
　　图表 8：《关于促进汽车流通业“十三五”发展的指导意见》解读
　　图表 9：《电动汽车“十三五”科技发展规划》解读
　　图表 10：2023年发达经济体增长情况（单位：%）
　　图表 11：2023年主要新兴经济体增长情况（单位：%）
　　图表 12：2023年世界银行和imf对于世界主要经济体的预测（单位：%）
　　图表 13：2018-2023年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
　　图表 14：2023年中国经济预测（单位：%）
　　图表 15：2024-2030年各月累计每百元主营业务收入中的成本与利润率（单位：元，%）
　　图表 16：2022-2023年企业景气指数与企业家信息指数
　　图表 17：2022-2023年分行业企业景气指数
　　图表 18：2018-2023年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）
　　图表 19：2018-2023年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）
　　图表 20：2018-2023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，%）
　　图表 21：2018-2023年以来民用汽车保有量与公路里程增速对比（单位：%）
　　图表 22：中国汽车经销商集团店面及销售额占比（单位：%）
　　图表 23：中国前10大经销商集团市场份额（单位：%）
　　图表 24：中国各大汽车经销商集团经营的品牌及区域区别
　　图表 25：2018-2023年中国乘用车价格指数（capi）走势（单位：%）
　　图表 26：2023年国内厂商乘用车价格指数（capi）走势（单位：%）
　　图表 27：2018-2023年全球汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 28：2023年全球汽车销量区域分布图（单位：%）
　　……
　　图表 30：2018-2023年亚太汽车销量走势图图（单位：万辆）
　　图表 31：2023年亚太汽车销量区域分布图（单位：%）
　　图表 32：2018-2023年欧洲汽车销量走势图图（单位：万辆）
　　图表 33：2023年欧洲汽车销量区域分布图（单位：%）
　　图表 34：2018-2023年北美汽车销量走势图图（单位：万辆）
　　图表 35：2023年北美汽车销量区域分布图（单位：%）
　　图表 36：2018-2023年南美汽车销量走势图图（单位：万辆）
　　图表 37：2023年南美汽车销量区域分布图（单位：%）
　　图表 38：2018-2023年非洲汽车销量走势图图（单位：万辆）
　　图表 39：2023年非洲汽车销量区域分布图（单位：%）
　　图表 40：2023年全球主要国家汽车销量统计情况（单位：万辆）
　　图表 41：2018-2023年美国汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 42：2023年美国汽车销量车型结构图（单位：%）
　　图表 43：2018-2023年美国乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 44：2018-2023年美国轻型卡车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 45：2018-2023年美国轻型车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 46：美国汽车经销商数量变化（分销量结构）（单位：家，万辆）
　　图表 47：2018-2023年加拿大汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 48：2023年加拿大汽车销量分制造商结构图（单位：%）
　　图表 49：2023年加拿大汽车销量分品牌结构图（单位：%）
　　图表 50：2018-2023年墨西哥汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 51：2023年墨西哥汽车销量分制造商结构图（单位：%）
　　图表 52：2023年墨西哥汽车销量分品牌结构图（单位：%）
　　图表 53：2018-2023年阿根廷汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 54：2023年阿根廷汽车销量结构图（单位：%）
　　图表 55：2018-2023年阿根廷乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 56：2018-2023年阿根廷商用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 57：2023年阿根廷乘用车分制造商结构图（单位：%）
　　图表 58：2022-2023年德国汽车新注册量（单位：辆）
　　图表 59：2022-2023年法国汽车新注册量（单位：辆）
　　图表 60：2022-2023年英国汽车新注册量（单位：辆）
　　图表 61：2022-2023年意大利汽车新注册量（单位：辆）
　　图表 62：2018-2023年日本汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 63：2023年日本汽车销量车型结构图（单位：%）
　　图表 64：2023年日本汽车销量品牌结构图（单位：%）
　　图表 65：2018-2023年日本乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 66：2018-2023年日本商用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 67：2018-2023年韩国汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 68：2023年韩国汽车销量车型结构图（单位：%）
　　图表 69：2018-2023年韩国乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 70：2018-2023年韩国商用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 71：2018-2023年印度汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 72：2023年印度汽车销量车型结构图（单位：%）
　　图表 73：2023年印度汽车销量品牌结构图（单位：%）
　　图表 74：2018-2023年印度乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 75：2018-2023年印度商用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 76：2018-2023年南非汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 77：2023年南非汽车销量车型结构图（单位：%）
　　图表 78：2023年南非汽车销量品牌结构图（单位：%）
　　图表 79：2018-2023年南非乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 80：2018-2023年南非商用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 81：2018-2023年澳大利亚汽车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 82：2023年澳大利亚汽车销量车型结构图（单位：%）
　　图表 83：2018-2023年澳大利亚乘用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 84：2018-2023年澳大利亚商用车销量走势图（单位：万辆）
　　图表 85：跨国汽车公司在华建立销售服务网络策略简析
　　图表 86：国际汽车市场主要营销模式分析
　　图表 87：国际汽车销售体系的特点分析
　　图表 88：欧洲汽车销售及售后服务行业运作模式分析
　　图表 89：美国汽车销售及售后服务行业运作模式分析
　　图表 90：美国汽车市场三大营销模式
　　图表 91：日本汽车销售及售后服务行业运作模式分析
　　图表 92：国外汽车营销市场发展趋势分析
　　图表 93：美国特许经销商销售收入结构图（单位：%）
　　图表 94：德国大众汽车集团在华投资布局简介（一）
　　图表 95：德国大众汽车集团在华投资布局简介（二）
　　图表 96：honda在华公司分布图
　　图表 97：2018-2023年全国汽车销售规模走势图（单位：万辆）
　　图表 98：2018-2023年全国汽车销售规模占全球比重图（单位：%）
　　图表 99：2023年全国汽车销售车型结构图（单位：%）
　　图表 100：2018-2023年全国经销商数量及增速（单位：家，%）
　　图表 101：2023年国内排名前20汽车经销商主要经济指标（单位：亿元，辆）
　　图表 102：2018-2023年中国乘用车市场销量变化情况（单位：万辆）
　　图表 103：2018-2023年中国乘用车占总销量变化情况（单位：%）
　　图表 104：乘用车市场分阶段发展规律
　　图表 105：2018-2023年中国商用车市场销量变化情况（单位：万辆）
　　图表 106：2018-2023年中国商用车占总销量变化情况（单位：%）
　　图表 107：2023年国内商用车（客车部分）生产企业销量排行top10（单位：万辆，%）
　　图表 108：2018-2023年中国汽车保有量变化（单位：万辆）
　　图表 109：2018-2023年中国民用汽车拥有量增长趋势图（单位：万辆，%）
　　图表 110：2023年分省市汽车注册量增速（单位：%）
　　图表 111：中国汽车营销渠道体系发展历程分析
　　图表 112：中国汽车营销市场体系主要表现形式
　　图表 113：中国汽车分析渠道之品牌专营渠道分析
　　图表 114：中国汽车分析渠道之集约式汽车交易市场渠道分析
　　图表 115：中国汽车分析渠道之汽车工业园区渠道分析
　　图表 116：中国汽车分析渠道之汽车连锁渠道分析
　　图表 117：国内主要汽车企业经销商营销网络分布
　　图表 118：汽车4s店概念简要解析
　　图表 119：国内主要汽车经销集团4s店营销网络（单位：家）
略……

了解《[中国汽车销售行业市场调研与发展趋势分析报告（2024年）](https://www.20087.com/9/19/QiCheXiaoShouHangYeFenXiBaoGao.html)》，报告编号：1A15199，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/9/19/QiCheXiaoShouHangYeFenXiBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！