2021-2027年中国汽车销售产业发展现状与投资战略报告

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

《2021-2027年中国汽车销售产业发展现状与投资战略报告》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/202108/234689.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

汽车销售（Auto Sales）是消费者支出的重要组成部分，同时能很好地反映出消费者对经济前景的信心。通常，汽车销售情况是我们了解一个国家经济循环强弱情况的第.一手资料，早于其他个人消费数据的公布。因此，汽车销售为随后公布的零售额和个人消费支出提供了很好的预示作用，汽车销售额占零售额的25%和整个消费总额的8%。另外，汽车销售还可以作为预示经济衰退和复苏的早期信号。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国汽车销售产业发展现状与投资战略报告》共七章。首先介绍了汽车销售行业市场发展环境、汽车销售整体运行态势等，接着分析了汽车销售行业市场运行的现状，然后介绍了汽车销售市场竞争格局。随后，报告对汽车销售做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车销售行业发展趋势与投资预测。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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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.1章：国际汽车销售行业运行及营销模式分析
1.1 国际汽车市场销售情况分析
1.2 国外汽车销售市场分析
1.2.1北美汽车销售市场分析
（1）美国汽车销售市场
（2）加拿大汽车销售市场
（3）墨西哥汽车销售市场
1.2.2欧洲汽车销售市场分析
（1）德国汽车销售市场
（2）法国汽车销售市场
（3）英国汽车销售市场
（4）俄罗斯汽车销售市场
（5）意大利汽车销售市场
1.2.3亚洲汽车销售市场分析

（1）日本汽车销售市场
（2）韩国汽车销售市场
（3）印度汽车销售市场
1.2.4其他地区汽车销售市场分析
（1）巴西汽车销售市场
（2）阿根廷汽车销售市场
（3）南非汽车销售市场
（4）澳大利亚汽车销售市场
1.3 国外汽车市场营销策略分析
1.3.1国外汽车企业在华营销现状分析
1.3.2国际汽车市场主要营销模式分析
1.3.3国际汽车销售体系的特点分析
1.3.4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
1.3.5国外汽车营销市场发展趋势分析
1.4 国外汽车4S店营销模式分析
1.4.1美国汽车4S店营销模式
1.4.2日本汽车4S店营销模式
1.4.3德国汽车4S店营销模式

第2章：国际汽车销售在华竞争及销售模式分析
2.1 国际汽车销售企业在华竞争分析
2.1.1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）豪车制造商销量情况
1）劳斯莱斯销售分析
2）宾利销售分析
3）梅赛德斯-奔驰销售分析
4）奥迪销售分析
5）沃尔沃销售分析
6）捷豹路虎销售分析
7）宝马销售分析
8）法拉利销售分析
2.1.2国际汽车销售市场发展趋势分析
2.2 汽车销售企业销售模式案例分析
2.2.1丰田混合销售模式分析
2.2.2通用全新经营模式分析

第3章：中国汽车销售市场运行及营销策略分析

3.1 中国汽车销售市场分析

3.1.1汽车销售市场规模分析

3.1.2汽车销售细分市场分析

（1）乘用车销售市场分析

（2）商用车销售市场分析

3.1.3汽车保有量及增长情况

3.1.4汽车市场上牌数量分析

3.2 中国汽车所属行业进出口市场分析

3.2.1中国汽车所属行进出口市场综述

3.2.2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

3.2.3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

3.3 中国汽车市场营销策略分析

3.3.1汽车营销市场发展现状分析

3.3.2汽车营销体系发展历程分析

3.3.3汽车市场主要营销模式分析

3.3.4汽车市场分销渠道模式分析

3.3.5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

3.3.6国内汽车企业经销商营销网络建设分析

3.4 国内汽车市场网络营销模式分析
3.4.1汽车网络广告投放分析
（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
3.4.2汽车网络营销模式分析
3.4.3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
3.4.4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
3.5 中国汽车营销模式发展趋势分析
3.5.1汽车市场营销模式的影响因素
3.5.2国内外汽车营销模式分析
3.5.3国内汽车营销模式发展对策分析
3.5.4汽车市场营销渠道发展趋势分析
3.5.5汽车市场营销模式未来趋势分析
3.6 中国汽车销售市场发展前景分析
3.6.1中国汽车销售市场发展趋势分析
3.6.2中国汽车消费市场发展前景分析
3.6.3中国汽车销售市场规模预测分析
3.6.4中国汽车销售行业发展建议分析
3.6.5中国汽车所属行业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

第4章：中国汽车销售细分市场及销售策略分析

4.1 乘用汽车销售细分市场分析

4.1.1轿车销售市场分析

（1）轿车销售规模分析

（2）轿车市场发展趋势

4.1.2 MPV销售市场分析

（1）MPV销售规模分析

（2）MPV市场发展趋势

4.1.3 SUV销售市场分析

（1）SUV销售规模分析

（2）SUV市场发展趋势

4.1.4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）交叉型乘用车市场发展趋势

4.2 商用汽车销售细分市场分析

4.2.1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

4.2.2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

4.2.3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

4.2.4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

4.2.5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

4.2.6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
4.2.7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
4.3 新能源汽车销售市场分析
4.3.1新能源汽车行业的运行态势分析
4.3.2新能源汽车市场应用情况分析
4.3.3新能源汽车示范运营效果分析
4.3.4国外新能源汽车销售市场分析
（1）国外新能源汽车市场规模
（2）国外新能源汽车推广分析
4.3.5中国新能源汽车产销情况分析
4.3.6中国新能源客车销售市场分析
（1）新能源客车发展机遇分析
（2）新能源客车销售情况分析
（3）主流企业新能源客车占比
（4）新能源客车市场瓶颈分析
（5）新能源客车各地发展规划
4.3.7新能源汽车销售市场前景预测
4.4 中国二手车销售市场分析
4.4.1二手汽车销售市场现状分析
4.4.2全国新旧车交易量对比分析
4.4.3二手汽车销售区域市场分析
4.4.4二手车交易市场价格变化分析
4.4.5二手车市场消费者调查分析
4.4.6二手汽车销售市场趋势分析
4.5 中国汽车细分市场营销策略分析
4.5.1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
4.5.2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
4.5.3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
4.5.4二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5章：中国汽车销售重点区域发展情况分析
5.1 汽车销售市场区域分布特征
5.2 重点城市汽车销售市场分析
5.2.1北京市汽车销售市场分析
（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
5.2.2上海市汽车销售市场分析
（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
5.2.3广州市汽车销售市场分析
（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
5.2.4深圳市汽车销售市场分析
（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
5.3 其他城市汽车销售市场分析
5.3.1天津汽车销售市场发展分析
5.3.2重庆汽车销售市场发展分析
5.3.3杭州汽车销售市场发展分析
5.3.4武汉汽车销售市场发展分析
5.3.5厦门汽车销售市场发展分析
5.3.6长沙汽车销售市场发展分析

第6章：中国汽车销售主要企业经营及策略分析
6.1 中国汽车销售行业主要企业经营情况分析
6.1.1联拓集团有限公司
（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
6.1.2中国正通汽车服务控股有限公司
（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
6.1.3浙江物产元通机电（集团）有限公司
（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
6.1.4芜湖亚夏汽车股份有限公司
（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
6.1.5广州汽车集团商贸有限公司
（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
6.1.6庞大汽贸集团股份有限公司
（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
6.2 中国汽车销售企业4S店经营策略分析
6.2.1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
6.2.2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7章：中国汽车销售行业并购与转型分析
7.1 中国汽车销售投资兼并与重组分析
7.1.1汽车销售行业投资兼并与重组概况
7.1.2汽车销售行业投资兼并与重组动向
7.1.3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
7.2 美国汽车经销商集团化发展分析
7.2.1美国汽车经销商集团化发展史

7.2.2美国汽车经销商集团化后销售结构分析
7.2.3美国汽车经销商集团化转换策略分析
7.2.4美国汽车经销商集团化对中国企业的启示
7.2.5国家汽车公司转型案例分析

部分图表目录：

图表1：2019年全球主要国家汽车销量统计情况（单位：万辆）
图表2：2015-2019年美国汽车销量（单位：万辆）
图表3：2019年份美国轻型车(分车型)销量（单位：辆，%）
图表4：2015-2019年加拿大轻型车销量（单位：万辆，%）
图表5：2015-2019年墨西哥汽车销量（单位：万辆，%）
图表6：2015-2019年德国汽车销量（单位：万辆，%）
图表7：2015-2019年法国汽车销量（单位：万辆，%）
图表8：2015-2019年英国汽车销量（单位：万辆，%）
图表9：2015-2019年俄罗斯汽车销量（单位：万辆，%）
图表10：2015-2019年意大利汽车销量（单位：万辆，%）
图表11：2015-2019年日本汽车销量（单位：万辆，%）
图表12：2019年日本汽车市场品牌销量排行（单位：辆，%）
图表13：2015-2019年韩国汽车销量（单位：万辆，%）
图表14：2015-2019年韩国汽车销售月度对比（单位：辆）
图表15：2015-2019年印度汽车销量（单位：万辆，%）
图表16：2015-2019年巴西汽车销量（单位：万辆，%）
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202108/234689.html