

2016-2020年中国汽车经销及汽车后市场行业研究报告

- 受竞争加剧、运营成本上升、库存压力增长等因素影响，以及在电商模式逐步兴起的冲击下，汽车经销行业面临着很大的压力，2015年中国4S店数量同比减少920家。未来，中国4S店数量还将缩减，而汽车电商、汽车超市等多品牌汽车经营模式将逐步发展起来。
- 在汽车经销行业发展疲软的情形下，利润率相对更高的汽车金融、汽修美容、二手车等汽车后市场行业则迅速发展。2015年，中国汽车后市场整体规模达21,540亿元，其中汽车金融和汽修美容市场规模分别达8,500亿元和7,550亿元。
- 近几年，中国汽车经销商汽车销售毛利率基本不到5%，且整体呈下滑趋势，与售后服务高达40%以上的毛利率相差巨大。
- 在面临毛利率下滑，库存压力大，经济效益逐步下滑的情形下，部分经销商或通过产业并购，或通过拓展汽车后市场，或通过打造线上线下结合的经营模式，或通过布局新能源汽车等领域以寻求发展。



表：2013-2016年中国主要汽车经销商汽车销售与售后服务毛利率对比

	2013		2014		2015		2016H1	
	汽车销售	售后服务	汽车销售	售后服务	汽车销售	售后服务	汽车销售	售后服务
国机汽车	1.50%	44.80%	2.30%	50.60%	3.60%	51.70%	2.70%	35.70%
中升集团	4.20%	46.60%	3.30%	46.90%	2.60%	45.50%	--	--
正通汽车	4.70%	45.30%	4.20%	47.40%	3.30%	48.50%	3.10%	46.90%
永达汽车	4.20%	46.70%	3.30%	45.80%	3.10%	45.60%	3.00%	46.80%
宝信汽车	6.00%	47.50%	4.80%	47.30%	4.00%	45.20%	3.50%	46.00%
和谐汽车	8.70%	45.90%	5.80%	45.80%	4.10%	45.10%	4.50%	46.80%

整理：水清木华研究中心

表：中国主要汽车经销商在各领域的布局情况

	汽车金融	互联网+	二手车	新能源汽车	汽修美容	汽车保险
庞大集团	√	√		√	√	
国机汽车		√	√	√	√	
中升集团	√		√		√	√
大昌行	√					
广汇汽车	√	√	√		√	√
正通汽车	√	√	√		√	√
大东方	√		√			√
永达汽车	√	√	√	√		
和谐汽车	√	√		√	√	√
亚夏汽车	√	√	√		√	√
物产中大		√	√		√	

整理：水清木华研究中心



- 产业并购案例：2016年，广汇汽车先后收购了宝信汽车、大连尊荣、深圳鹏峰汽车等汽车经销集团，扩大公司销售网络，进一步巩固公司汽车经销商龙头的位置。
- 汽车后市场布局案例：2015年，国机汽车与辉门汽车零部件公司成立中汽辉门汽车技术服务（北京）有限公司，致力于在汽车后市场建立起以汽车维修保养为主的业务网络，以“产品+服务”为核心，建立线上线下一规范生态链，为中高端品牌汽车客户提供综合维修解决方案。
- 互联网+布局案例：2015年，广汇汽车陆续与阿里巴巴、易车网、汽车之家展开合作，建立O2O平台，为消费者提供从选车、贷款、车辆保险、车辆交付、保养车、二手车置换、二手车贷款等服务。
- 新能源汽车布局案例：2014年，庞大集团便与北汽合资设立庞大北汽新能源汽车销售有限公司，2015年公司新能源汽车销量约1.4万辆。此外，公司还在北京五方桥地区建成电动汽车一条街和电动汽车试乘试驾场，在天津建成新能源汽车大卖场，在唐山建成新能源汽车租售体验中心，在沈阳建成新能源汽车超市。

《2016-2020年中国汽车经销及汽车后市场行业研究报告》主要包括以下内容：

- 中国汽车经销概况及竞争格局分析，包括市场现状、经销模式、盈利模式、竞争格局及发展趋势分析；
- 中国新车销售市场分析，包括汽车整体市场分析、乘用车、商用车、新能源汽车市场分析及发展趋势分析；
- 中国二手车销售市场分析、汽车金融市场分析、汽修美容市场分析以及汽车保险市场分析；
- 对12家汽车经销商的经营情况、布局情况、销售情况、发展情况等各方面进行分析。



报告目录

第一章 概述

- 1.1 发展历程
- 1.2 经销模式
 - 1.2.1 主要营销模式
 - 1.2.2 营销模式特点
 - 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
 - 1.3.3 发展现状
- 1.4 发展趋势

第二章 中国汽车经销概况及竞争格局分析

- 2.1 市场现状
- 2.2 经销模式
 - 2.2.1 乘用车经销模式
 - 2.2.2 商用车经销模式
- 2.3 盈利模式
- 2.4 竞争格局
 - 2.4.1 百强总体收入情况

- 2.4.2 企业经营对比
- 2.4.3 4S店数量对比
- 2.5 发展趋势
 - 2.5.1 产业并购不断市场集中度进一步提升
 - 2.5.2 加大力度拓展汽车后市场
 - 2.5.3 汽车经销向“互联网+”发展
 - 2.5.4 布局新能源汽车领域

第三章 中国新车销售市场分析

- 3.1 汽车市场
 - 3.1.1 产量
 - 3.1.2 销量
 - 3.1.3 进口量
- 3.2 乘用车市场
 - 3.2.1 产量
 - 3.2.2 销量
 - 3.2.3 进口量
- 3.3 商用车市场
 - 3.3.1 产量
 - 3.3.2 销量
 - 3.3.3 进口量
- 3.4 新能源汽车
 - 3.4.1 产销量



3.4.2 发展前景

3.5 发展趋势

3.5.1 汽车经销互联网化

3.5.2 新能源汽车销量增长迅速

3.5.3 二胎政策推动行业发展

3.5.4 二手车销量增长

3.5.5 汽车金融的迅速发展推动汽车经销行业发展

第四章 中国二手车销售市场分析

4.1 市场现状

4.2 经销模式

4.3 交易情况

4.3.1 整体市场

4.3.2 市场结构

4.3.3 区域市场

4.4 竞争格局

4.5 发展前景

4.5.1 取消二手车限迁政策利好行业发展

4.5.2 二手车电商模式推进市场发展

4.5.3 二手车交易量预测

第五章 中国汽车金融市场分析

5.1 发展现状

5.2 市场规模

5.3 竞争格局

5.4 发展趋势

5.4.1 国内整车厂商加速布局汽车金融领域

5.4.2 新能源和二手车金融获政策支持发展潜力大

5.4.3 汽车互联网金融成发展趋势

5.4.4 银行和企业合作是汽车金融发展方向

5.4.5 汽车金融行业竞争加剧

5.4.6 资金来源逐步专业化、多样化

5.4.7 国际化

第六章 中国汽修美容市场分析

6.1 市场规模

6.2 投融资分析

6.3 竞争格局

6.4 渠道分析

6.5 区域分析

6.6 发展趋势

6.6.1 总体发展趋势

6.6.2 渠道发展趋势

6.7 互联网+汽修美容

6.7.1 发展现状

6.7.2 经营模式



6.7.3 竞争格局

第七章 中国汽车保险市场分析

7.1 发展现状

7.2 市场规模

第八章 中国主要汽车经销商

8.1 庞大集团

8.1.1 公司简介

8.1.2 经营模式及盈利模式

8.1.3 经营情况

8.1.4 营收构成

8.1.5 毛利率

8.1.6 布局情况

8.1.7 销售情况

8.1.8 客户情况

8.1.9 与京东金融合作，布局汽车互联网金融

8.1.10 发展情况

8.2 国机汽车

8.2.1 公司简介

8.2.2 经营情况

8.2.3 营收构成

8.2.4 毛利率

8.2.5 进口汽车业务

8.2.6 销售情况

8.2.7 发展情况

8.3 中升集团

8.3.1 公司简介

8.3.2 经营情况

8.3.3 营收构成

8.3.4 毛利率

8.3.5 销售情况

8.3.6 布局情况

8.3.7 发展情况

8.4 大昌行

8.4.1 公司简介

8.4.2 经营情况

8.4.3 营收构成

8.4.4 毛利率

8.4.5 汽车经销业务

8.4.6 发展情况

8.5 广汇汽车

8.5.1 公司简介

8.5.2 经营情况

8.5.3 营收构成

8.5.4 毛利率



8.5.5 汽车经销业务

8.5.6 二手车业务

8.5.7 收购宝信汽车

8.5.8 收购深圳鹏峰17家4S店

8.5.9 布局互联网和二手车汽车金融

8.5.10 发展情况

8.6 正通汽车

8.6.1 公司简介

8.6.2 经营情况

8.6.3 营收构成

8.6.4 毛利率

8.6.5 布局情况

8.6.6 销售情况

8.6.7 发展情况

8.7 大东方

8.7.1 公司简介

8.7.2 经营情况

8.7.3 营收构成

8.7.4 毛利率

8.7.5 汽车经销业务

8.8 永达汽车

8.8.1 公司简介

8.8.2 经营情况

8.8.3 营收构成

8.8.4 毛利率

8.8.5 汽车经销业务

8.8.6 二手车经销业务

8.8.7 汽车金融业务

8.8.8 发展情况

8.9 宝信汽车

8.9.1 公司简介

8.9.2 经营情况

8.9.3 营收构成

8.9.4 毛利率

8.9.5 布局情况

8.9.6 汽车经销业务

8.10 和谐汽车

8.10.1 公司简介

8.10.2 经营情况

8.10.3 营收构成

8.10.4 毛利率

8.10.5 布局情况

8.10.6 销售情况

8.10.7 发展情况

8.11 亚夏汽车

8.11.1 公司简介



8.11.2 经营情况

8.11.3 营收构成

8.11.4 毛利率

8.11.5 汽车经销业务

8.11.6 汽车金融业务

8.11.7 发展情况

8.12 物产中大

8.12.1 公司简介

8.12.2 经营情况

8.12.3 营收构成

8.12.4 汽车经销业务

8.12.5 浙江物产元通汽车集团有限公司

8.12.6 发展情况



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：中国各类汽车营销模式特点对比
- 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：2014-2020E中国汽车后市场规模
- 图：2006-2015年中国4S店数量
- 图：2015年中国汽车4S店分布
- 图：中国乘用车4S店建设流程
- 图：汽车4S店建设成本构成
- 图：中国汽车经销服务范围
- 图：中国经销商新车销售业务盈利模式
- 表：经销商各类型汽车盈利能力对比
- 图：2010-2015年中国汽车经销商百强营业总收入
- 图：2010-2015年中国收入百亿以上的汽车经销商数量
- 图：2010-2015年中国汽车经销商百强榜首集团收入
- 图：2010-2015年中国汽车经销商百强整车销售量
- 表：2015年中国汽车经销商收入TOP20
- 表：2014年中国汽车经销商收入TOP20
- 图：2015年中国汽车经销商新车销量对比



- 表：2013-2016年中国主要汽车经销商营业收入对比
- 表：2013-2016年中国主要汽车经销商净利润对比
- 表：2013-2016年中国主要汽车经销商汽车销售毛利率
- 表：2013-2016年中国主要汽车经销商售后服务毛利率
- 图：2015年中国主要汽车经销商4S店数量对比
- 表：中国主要汽车经销商在各领域的布局情况
- 图：2011-2016年中国汽车产量
- 图：2011-2016年中国汽车产量结构（分类型）
- 图：2016-2020E中国汽车产量
- 图：2011-2016年中国汽车销量
- 图：2011-2016年中国汽车销量结构（分类型）
- 图：2016-2020E中国汽车销量
- 图：2011-2016年中国汽车进口量
- 图：2011-2016年中国汽车进口金额
- 图：2011-2016年中国汽车进口构成（分类型）
- 图：2011-2016年中国汽车进口单价
- 图：2011-2016年中国乘用车产量
- 图：2016-2020E中国乘用车产量
- 图：2011-2016年中国乘用车销量
- 图：2016-2020E中国乘用车销量
- 图：2011-2016年中国乘用车销量（分类型）
- 图：2011-2016年中国乘用车销量构成（分类型）



- 图：2011-2016年中国乘用车进口量
- 图：2011-2016年中国乘用车进口金额
- 图：2011-2016年中国乘用车进口单价
- 图：2011-2016年中国商用车产量
- 图：2016-2020E中国商用车产量
- 图：2011-2016年中国商用车销量
- 图：2016-2020E中国商用车销量
- 图：2011-2016年中国商用车销量（分类型）
- 图：2011-2016年中国商用车销量构成（分类型）
- 图：2011-2016年中国商用车进口量
- 图：2011-2016年中国商用车进口金额
- 图：2011-2016年中国商用车进口单价
- 图：2011-2016年中国新能源汽车（EV&PHEV）产销量
- 表：2015-2016年中国新能源汽车（EV&PHEV）销量（分类型）
- 表：2009-2016年中国新能源汽车产业相关政策
- 图：2016-2020E中国新能源汽车销量
- 图：2015-2020E中国二手车交易量
- 图：2012-2016年中国二手车与新车交易量比
- 图：全球主要国家二手车与新车交易量比
- 图：二手车市场发展阶段
- 图：中国二手车主要交易模式
- 表：主要国家二手车交易模式



- 图：2011-2016年中国二手车交易量及同比增长率
- 表：2014-2016年中国二手车交易量占比（分类型）
- 图：2015年中国二手车交易量占比（按使用年限）
- 图：2016年1-9月中国二手车交易量占比（按使用年限）
- 图：2015年中国二手车交易量占比（按价格范围）
- 图：2016年1-9月中国二手车交易量占比（按价格范围）
- 图：2015年中国二手车交易量（分地区）
- 图：2016年1-9月中国二手车交易量（分地区）
- 图：2015年中国二手车交易量占比（分地区）
- 图：2016年1-9月中国二手车交易量占比（分地区）
- 表：中国主要汽车经销商集团在二手车市场的布局情况
- 表：中国主要二手车交易服务平台融资情况
- 图：2015-2020E中国二手车交易量
- 表：中国汽车金融发展阶段
- 图：2015-2020E中国汽车金融渗透率
- 图：2014-2020E中国汽车金融行业市场规模
- 图：2015年中国汽车金融市场资金来源结构
- 表：中国主要汽车金融公司
- 图：2015年中国主要汽车金融公司经营业绩
- 图：2012-2020年中国汽修美容行业市场规模
- 表：2015-2016年汽修美容行业主要融资案例一览
- 图：中国汽修美容行业主要竞争者



- 表：中国主要线下汽修美容连锁企业
- 表：中国主要独立连锁汽修美容品牌对比
- 表：中国部分汽修美容扩张计划
- 表：中国汽修美容不同渠道对比分析
- 表：2015年中国主要汽修美容行业不同渠道商家数量对比
- 表：中国重点区域汽修美容连锁品牌分布
- 图：2015年中国汽车修理店分布
- 图：2015年中国汽车保养美容店分布
- 图：网络汽修美容的相对优势
- 图：互联网维修养护平台主要经营模式
- 表：中国部分汽修美容网络平台项目一览
- 表：中国汽修美容网络平台项目区域分布
- 图：2009-2016年中国汽车保险保费收入
- 图：庞大集团4S店汽车采购模式
- 图：庞大集团4S店汽车销售模式
- 图：庞大集团4S店盈利模式
- 图：2013-2016年庞大集团营业收入及净利润
- 图：2014-2016年庞大集团营业收入（分业务）
- 图：2014-2016年庞大集团营收构成（分业务）
- 图：2014-2016年庞大集团毛利率
- 图：2014-2016年庞大集团主要产品毛利率
- 图：2010-2016年庞大集团经营网点数量（分类型）

- 表: 2015年庞大集团整车销量及库存量
- 表: 2013-2015年庞大集团前五名客户
- 表: 庞大集团核心竞争力
- 图: 2013-2016年国机汽车营业收入及净利润
- 图: 2013-2016年国机汽车营业收入(分业务)
- 图: 2013-2016年国机汽车营业收入构成(分业务)
- 表: 2013-2016年国机汽车营业收入(分地区)
- 图: 2013-2016年国机汽车毛利率(分业务)
- 图: 2008-2014年国机汽车进口汽车销售占比
- 表: 2015年国机汽车销量及库存
- 图: 中升集团主要合作厂家
- 图: 2013-2016年中升集团营业收入及净利润
- 图: 2013-2016年中升集团营业收入(分业务)
- 图: 2013-2016年中升集团营业收入构成(分业务)
- 图: 2013-2016年中升集团毛利率
- 图: 2013-2015年中升集团毛利率(分业务)
- 图: 2011-2016年中升集团新车销量
- 图: 2011-2016年中升集团豪华品牌新车销量及占总销量比重
- 表: 2014-2016年中升集团经销店数量(分地区)
- 图: 2011-2016年中升集团经销店数量(分等级)
- 图: 截至2016年6月中升集团全国布局情况
- 图: 大昌行汽车及汽车相关业务



- 图：2013-2016年大昌行营业收入及净利润
- 图：2013-2016年大昌行营业收入（分业务）
- 图：2013-2016年大昌行营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年大昌行营业收入构成（分地区）
- 图：2013-2016年大昌行毛利率
- 图：2013-2016年大昌行汽车及相关业务收入（分地区）
- 图：2013-2016年大昌行汽车及相关业务收入构成（分地区）
- 表：2011-2016年大昌行汽车销量（分地区）
- 图：2011-2016年大昌行4S店数量
- 表：截至2016上半年大昌行中国大陆地区销售渠道数量（分品牌）
- 图：2014-2016年广汇汽车营业收入及净利润
- 图：2015-2016年广汇汽车营业收入（分业务）
- 表：2015-2016年广汇汽车毛利率（分业务）
- 表：2014-2016年广汇汽车新车销量
- 表：截至2016年6月30日广汇汽车4S店数量（分品牌）
- 图：2014-2016年宝信汽车营业收入及净利润
- 图：2013-2016年正通汽车营业收入及净利润
- 表：2013-2016年正通汽车营业收入（分业务）
- 表：2013-2016年正通汽车营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年正通汽车毛利率（分业务）
- 表：截至2015年底正通汽车经营网点数量（分类型）
- 表：2015年正通汽车新开经营网点



- 图：截至2015年底正通汽车全国布局
- 表：截至2016上半年正通汽车经营网点数量（分类型）
- 图：2013-2016年正通汽车新车销量（分品牌）
- 图：2013-2016年正通汽车新车销售收入（分品牌）
- 图：2013-2016年大东方营业收入及净利润
- 图：2013-2016年大东方营业收入（分业务）
- 图：2013-2016年大东方营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年大东方毛利率
- 表：2015年大东方已开业门店分布情况
- 图：2013-2016年大东方汽车销售收入
- 表：大东方汽车销售及服务主要业务及经营模式
- 图：2013-2016年永达汽车营业收入及毛利
- 表：2013-2016年永达汽车营业收入（分业务）
- 表：2013-2016年永达汽车营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年永达汽车毛利率
- 图：2013-2016年永达汽车毛利率（分业务）
- 图：截至2016年6月30日永达汽车覆盖品牌范围
- 表：2015年永达汽车网点数量（分类型）
- 图：2013-2016年永达汽车乘用车销量（分类型）
- 图：永达汽车金融业务
- 图：2014-2016年宝信汽车营业收入及净利润
- 图：2013-2016年宝信汽车营业收入（分业务）

- 图：2013-2016年宝信汽车营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年宝信汽车毛利率（分业务）
- 图：2013-2016年宝信汽车汽车销售收入（分品牌）
- 图：2014-2016年宝信汽车销量（分类型）
- 图：2013-2016年和谐汽车营业收入及净利润
- 图：2013-2016年和谐汽车营业收入（分业务）
- 图：2013-2016年和谐汽车营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年和谐汽车毛利率（分业务）
- 图：2013-2016年和谐汽车新车销量
- 图：2013-2016年亚夏汽车营业收入及净利润
- 表：2013-2016年亚夏汽车营业收入（分业务）
- 图：2013-2016年亚夏汽车营业收入构成（分业务）
- 图：2013-2016年亚夏汽车毛利率（分业务）
- 图：2012-2015年亚夏汽车汽车销量
- 图：2014-2016年物产中大营业收入及净利润
- 表：2014-2016年物产中大营业收入（分业务）
- 图：2014-2016年物产中大整车销售收入及占总营收比重
- 表：2014-2016年浙江物产元通汽车集团有限公司营业收入及净利润



购买报告

价 格	电子版: 8000元	电话：010-8260.1561
	纸质版: 4000元	传真：010-8260.1570
页数：149页		邮箱：hanyue@waterwood.com.cn
发布日期：2016-12		网址：www.pday.com.cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201612/24514139.html		
地址：北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561

传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

