

汽车零售 - 中国 - 2013年 3月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“汽车产业作为国民经济的支柱产业之一，对我国经济发展起着举足轻重的作用。然而，汽车消费刺激政策的退市和连续两年汽车总销量低速增长是否就意味着车市发展的黄金时代已经结束？这是一个政府、生产厂商、经销商和消费者都在思考和担心的问题。”
— 黄灿，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 政府的政策导向和车市政策对中国的汽车市场和零售有怎样的影响？
- 2012汽车零售市场的诸多变化对中国汽车零售业，特别是经销商们有着什么样的影响？
- 中国汽车零售模式前路何在？售后服务能否成为汽车4S店转型的方向？

英敏特预测，在今后五年，我国汽车销量将保持稳定的增长态势，除非受到其他宏观环境因素影响、新的刺激政策出台，否则像前几年20%-30%的年增长率应该不会再次出现。

我国汽车零售业的基础框架是汽车品牌经销授权制，这一制度给予了汽车生产商绝对的主导地位，实际上是进一步强化了外资对于整个中国汽车产业和零售市场的控制力。我们预计政府今后的政策将会朝着平衡生产商和经销商双方关系和利益的方向发展。同时，汽车经销商集团的出现和壮大将挑战生产商在汽车零售市场上的主导地位并从长远上影响汽车零售业的格局。

汽车零售业将从单一的4S店模式向多元模式转化。4S店业务创新势在必行，而售后服务大有文章可做。这不仅包括传统的维修和保养，还包括汽车金融和汽车改装等更新更高附加值的业务。

定义

本报告的研究对象是个人消费者的乘用车零售。因此针对商用车的销售分析不在本报告的涵盖范围之内，而商用车数据仅仅被包括在全国汽车销售总量和市场预测里。

在中国，汽车主要的零售渠道为：汽车专卖店（如4S店），其他汽车经销商（如多品牌汽车经销商、汽车超市），汽车交易市场，汽车园区/汽车城，车展现场，二手车经销商，二手车交易市场和网络渠道。

购买 这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史