

2022-2028年中国汽车经销商授信行业分析与投资方向研究报告

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

《2022-2028年中国汽车经销商授信行业分析与投资方向研究报告》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/202112/260063.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

随着汽车品牌的增加，新产品不断上市，中国汽车市场已经开始不以任何人意志为转移地向“买方市场”迈进。所有经销商的注意力开始从“产品”向市场的真正主人“客户”转移。作为与客户最主要的接触点，各家汽车制造商都将销售作为重点关注环节。从过去的“统配”销售，到过渡时期的“代理”销售，再到现在的“4S店”销售，在每一步转变中都体现出汽车制造商、汽车经销商、客户三者之间博弈的结果。对于汽车制造商和汽车经销商来说，谁掌握了客户，谁的销售模式更容易被客户接受，谁就将在市场竞争中获得优势。中国汽车市场现存几种主要销售模式：

中企顾问网发布的《2022-2028年中国汽车经销商授信行业分析与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国汽车经销商授信行业市场发展环境、汽车经销商授信整体运行态势等，接着分析了中国汽车经销商授信行业市场运行的现状，然后介绍了汽车经销商授信市场竞争格局。随后，报告对汽车经销商授信做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车经销商授信行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车经销商授信产业有个系统的了解或者想投资中国汽车经销商授信行业，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局数据，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：第一章 汽车经销商资金链条不容乐观第一节 汽车销量与经销商资金链条关系分析第二节 银行信贷与经销商资金链条关系分析第三节 汽车经销商授信动态分析一、浅谈汽车经销商授信审查二、光大银行预警汽车经销商风险三、首家汽车经销商集团获中信银行综合授信 第二章 汽车经销商授信风险的主要来源第一节 授信客体风险一、汽车经销行业与市场竞争风险二、汽车经销商的经营与道德风险三、潜藏第二还款来源风险第二节 授信主体风险一、操作风险二、“同业竞争”风险 第三章 汽车经销商授信风险防范与控制对策研究第一节 实行严格准入与退出机制第二节 采取复合担保方式规避第二还款来源风险一、规范库存车辆质押行为二、以汽车提单作为授信质押物三、扣留合格证作为促使按时还款的手段第三节 加强授信后期跟踪管理第四节 加强授信业务人员队伍建设第五节 建立银行同业公会通报制度 第四章 中国汽车流通所属行业分析第一节 中国汽车流通行业综合分析一、中国汽车流通的发展历程二、我国汽车流通行业逐渐发展成熟三、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演四、中国汽车流通领域业态分析五、我国汽车流通体制向品牌营销转变第二节 汽车流通的渠道分析一、我国汽车流通渠道酝酿变局二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌三、我国轿车流通渠道分析四、2015-2019年汽车流通渠道新模式 第五章 中国汽车经销业务模式第一节 经销简介一、经销的特点二、经销分类三、经销协议四、经销方式的利弊五

、经销方式的问题第二节 中国汽车经销发展总况一、发展历程二、发展特色三、中国汽车经销商分布区域特征明显四、中国各类汽车经销业务发展浅析第三节 经销模式一、主要营销模式二、营销模式特点三、进口汽车经销模式四、营销渠道发展特点 第六章 2015-2019年中国汽车经销商所属行业发展分析第一节 2015-2019年中国汽车经销商发展概况一、中国汽车经销商生存环境二、中国汽车经销商发展特点三、中国汽车经销商数据统计四、中国汽车4S店数量统计及增加情况第二节 2015-2019年中国汽车经销商所属行业盈利能力分析一、利润率二、盈利结构第三节 市场份额一、汽车经销商排名二、汽车经销商市场份额第四节 汽车经销商地域特征 第七章 中国汽车销售所属行业分析第一节 中国汽车销售概况一、中国汽车分网销售分析二、我国汽车销售业面临多业态转型三、我国汽车销售市场面临洗牌四、多家汽车企业变革销售网络促销五、汽车销售服务新法规的优势分析第二节 2015-2019年汽车销售所属行业市场状况一、2019年我国汽车销售状况二、2019年全国汽车销量创新高三、2019年我国汽车销量分析四、2015-2019年汽车产销分析四、2019年汽车产销分析第三节 各品牌汽车销售状况 2019年，豪华品牌第一阵营发生了剧烈变化。2019年1-12月，宝马集团以723,680辆的成绩夺得冠军，同比增幅达到13.1%；奔驰汽车排名第二，首次突破年销量70万辆大关；而长期稳坐中国豪华品牌销冠的奥迪，只取得了4.1%的增幅，屈居第三位。2019年主要豪华品牌在华销量及同比增长走势 可见，中国豪华品牌市场，终于从此前的ABB（奥迪、宝马、奔驰）回归BBA（宝马、奔驰、奥迪）阵型。 另一方面，这也标志着，2019年豪华车市场开始进入一个新阶段。具体特征就是强势的一线品牌月销量即将步入7万辆时代，年销量进入“70万辆+”时代。 其实，豪华品牌头部三强之所以取得这样的成绩，除了更为深厚的品牌力，也源于其长久以来对中国市场的精耕细作和持续推进的本土化。对于2019年的市场而言，产品投放周期的轮换——即产品大小年的分布，也是头部三强形成目前实力对比的重要原因一、宝马二、奥迪三、奔驰四、大众五、奇瑞第四节 汽车销售模式分析一、汽车销售4S店集群新模式介绍二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式三、汽车销售模式有待变革四、汽车销售4S店存在的问题分析五、我国汽车销售必须打破传统模式五、“总量控制”或将改变汽车销售模式第五节 汽车销售中存在的问题及对策一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展二、我国汽车销售价格战原因及对策解析三、提高汽车销售服务水平的措施 第八章 中国新车销售业务现状及前景预测第一节 新车销量特点一、总销量二、乘用车销量特点三、商用车销量特点第二节 新车价格特点一、整体价格二、乘用车价格三、商用车价格第三节 经销模式一、乘用车经销模式二、商用车经销模式第四节 经销商经营现状一、新车销售盈利情况二、盈利模式三、建设成本 第九章 中国二手车业务现状及前景预测第一节 销售情况一、销售量二、主要车型三、销售价格第二节 经销模式第三节 市场前景预测一、发展趋势预测二、市场规模预测 第十章 中国主要汽车

生产企业经销网络第一节 一汽丰田第二节 广汽本田第三节 东风日产第四节 上海大众第五节 上海通用 第十一章 中国汽车经销商龙头企业分析第一节 庞大集团一、公司简介二、经营情况三、竞争优势第二节 物产中大一、公司简介二、经营情况三、经销网络第三节 中升控股一、公司简介二、经营情况三、经销网络第四节 大昌行集团一、公司简介二、经营情况三、经销网络第五节 正通汽车一、公司简介二、经营情况三、公司扩张 第十二章 汽车经销商的融资现状及融资模式第一节 汽车经销商融资现状一、股权融资二、汽车销售金融服务网络银行信贷、第二节 汽车经销商融资模式的延伸一、仓单质押模式二、买方信贷模式三、授信融资模式四、三种融资模式的对比分析第三节 汽车经销商融资最新动态现金池融资 第十三章 汽车经销商信贷风险分析第一节 国际突发事件一、日本地震二、利比亚地缘政治引发的石油危机第二节 国内相关政策的变动一、购置税鼓励政策退出二、部分城市汽车限购第三节 信贷紧缩给汽车经销商带来较大困扰一、融资成本高企二、信贷紧缩的痛楚三、银行信贷规模趋势分析第四节 汽车经销商在产业链中的弱势地位第五节 汽车经销商自身的经营风险分析第六节 汽车经销商授信模式风险分析一、汽车销售金融服务模式下的汽车合格证质押风险二、汽车经销商融资延伸模式风险分析 第十四章 2022-2028年中国汽车经销商授信风险防控建议（）第一节 加强汽车未来销售的走势分析一、短期内汽车销售情况不容乐观二、着眼于国内汽车销售市场新动态变化及发展趋势第二节 进行全面风险排查一、关注经销商的自身情况及应对之策二、排查范围为经销商项下除低风险以外的全部授信业务第三节 加强风险防范举措一、实行严格准入与退出机制二、采取复合担保方式，规避第二还款来源风险三、加强授信后期跟踪管理，及时调整授信控制总量四、加强授信业务人员队伍建设，提高业务人员素质五、建立银行同业公会通报制度第四节 调整授信策略一、无厂家担保汽车经销商授信政策（）二、厂商整体授信模式下授信政策调整 图表目录：图表：中国汽车经销主要方式图表：中国各类汽车营销模式特点对比图表：进口与国产汽车经营模式对比图表：2015-2019年中国汽车4S店数量图表：2019年中国汽车4S店地区分布图表：2019年中国主要汽车经销商毛利率对比图表：中国汽车经销服务范围图表：中美汽车经销商利润构成对比图表：2019年中国排名前20位汽车经销商图表：2019年美国前10名汽车经销商市场份额图表：2019年中国营业收入排名前10汽车经销商市场份额图表：2019年中国销量排名前10汽车制造商市场份额图表：中国主要汽车经销商4S店布局区域特点图表：2015-2019年中国汽车销量图表：2015-2019年中国乘用车销量图表：2015-2019年中国基本型乘用车及SUV占乘用车销量的比重图表：2015-2019年中国排量1.0-1.6L乘用车占乘用车销量比重图表：2019年中国各乘用车企业销售目标完成率图表：2015-2019年中国商用车销量图表：2015-2019年中国3类型客车销量比重图表：2015-2019年中国4类型货车销量比重图表：2015-2019年中国汽车价格指数图表：2015-2019年中国轿车价格指数图表：2015-2019年中国货车价格指数图表：中国乘用车4S店建设流程图表：经销商各类

型汽车盈利能力对比图表：中国经销商新车销售业务盈利模式图表：汽车4S店建设成本构成
图表：中、日、韩汽车保有量与新车销量对比图表：工信部及中汽协2020年中国汽车销量预
测图表：2022-2028年中国新车销量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/260063.html>