

2020-2026年中国二手车行业 发展趋势与市场需求预测报告

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

《2020-2026年中国二手车行业发展趋势与市场需求预测报告》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/202008/183101.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

2019年我国汽车保有量达2.17亿辆，汽车保有量的持续稳定增长，一方面显示我国汽车消费市场的增长潜力，也为二手车消费市场提供了丰富客观的车源。随着居民收入水平的提升、汽车消费的普及、车龄的增长以及消费升级的浪潮下，消费者置换、增购汽车需求提升明显，二手车交易市场活跃度明显提升，2019年全国二手车交易量达1240.1万辆。2011-2017年中国二手车交易量

中企顾问网发布的《2020-2026年中国二手车行业发展趋势与市场需求预测报告》共十五章。首先介绍了二手车相关概念及发展环境，接着分析了中国二手车规模及消费需求，然后对中国二手车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国二手车面临的机遇及发展前景。若您想对中国二手车有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章二手车定义及相关介绍

第一节二手车简介

第二节二手车定义

第三节二手车的优点

一、相对新车二手车优点

二、购买二手车的优势

第四节二手车适合人群

第五节购买二手车所需要的手续

第六节二手车交易的流程

第二章2016-2019年中国汽车工业运行情况

第一节2016-2019年中国汽车市场分析

一、2019年中国汽车产销情况分析

二、2019年中国汽车工业运行状况

三、2019年中国汽车进出口贸易情况

第二节2016-2019年汽车行业经济运行状况

一、2019年中国汽车行业发展概述

二、2019年中国汽车工业产值分析

三、2019年汽车行业销售收入分析

四、2019年汽车行业利润总额分析

第三节2016-2019年中国汽车分车型销售情况分析

一、2019年中国乘用车市场销售分析

（一）2019年中国轿车销售情况

（二）2019年中国SUV销售情况

（三）2019年中国MPV销售情况

二、2019年中国商用车销售情况分析

（一）2019年大中型客车销售情况

（二）2019年小型客车销售情况

（三）2019年重型卡车销售情况

（四）2019年轻卡市场销售情况

（五）2019年皮卡市场销售情况

第四节2016-2019年中国汽车保有量分析

一、2019年中国民用汽车保有量

二、2019年民用汽车的注册数量

三、2019年私人汽车拥有量分析

四、2019年公路营运汽车拥有量

第三章2019年全球二手车交易市场分析

第一节发达国家二手车市场发展现状

第二节发达国家二手车交易市场发展特点

一、交易量巨大并形成规模效应

二、价格较低及流通频率高

三、信息透明与售后服务有保障

四、评估体系健全

五、旧车享受售后服务

六、行业自律自我管理

第三节全球部分国家二手车交易市场发展分析

一、美国

二、日本

第四章2016-2019年中国二手车交易市场现状

第一节中国二手车市场的发展历程

一、中国二手车市场交易量分析2013-2022年中国二手车行业及电商行业交易量

二、中国二手车市场交易额分析

三、二手车平均交易价格分析

第二节2019年中国二手车市场发展现状

一、2019年全国二手车市场规模分析

二、2019年中国二手车市场主要特点

第三节中国二手车市场发展特点

一、增长呈快速递增趋势

二、地域性发展特点突出

三、市场步入多元化轨道

第四节中国二手车市场存在的问题及解决办法

一、存在的问题

二、解决办法

第五节影响二手车价格的主要因素

一、基本参数影响价格

二、二手车保值率高低

三、是否具备正常的过户手续

四、时下车市大环境影响

第六节制约中国二手车市场发展因素分析

一、信息不对称诚信缺失

二、行业准入门槛低竞争加剧

三、流通性差限制行业发展

四、落后的评估系统需改革

五、消费观念制约行业发展

第五章2016-2018中国二手车区域市场分析

第一节广东省

一、广东省二手汽车成交量分析

（一）广州市二手汽车交易市场分析

（二）深圳市二手汽车交易市场分析

（三）东莞市二手汽车交易市场分析

二、广东省主要城市二手车经销商

（一）广州市二手车主要经销商

（二）深圳市二手车主要经销商

（三）东莞市二手车主要经销商

第二节北京

一、北京市二手汽车交易市场分析

二、北京地区二手车交易排行

三、北京市二手车价格情况分析

四、北京二手车市场发展趋势分析

第三节上海

一、上海市二手车交易量分析

二、上海市二手车交易市场介绍

第六章2016-2019年中国汽车消费者分析

第一节消费者心理及行为分析

一、汽车消费者消费行为分析

二、潜在汽车消费者购物行为分析

三、中国高档豪华车用户调查分析

第二节2019年度汽车消费信誉度调查

第三节2019年网民汽车消费行为偏好分析

第四节2019年网民购车意向及品牌偏好研究分析

一、网民总体购车意向

（一）网民车型选择偏好

（二）不同区域网民车型选择偏好

（三）网民汽车排量选择

（四）网民购车价格预算

二、车型品牌选择意向分析

（一）微型车品牌选择意向

- (二) 小型车品牌选择意向
- (三) 紧凑型车品牌选择意向
- (四) 中型车品牌选择意向
- (五) 中大型车品牌选择意向
- (六) SUV品牌选择意向
- (七) MPV品牌选择意向

第五节中国汽车信贷消费者群体分析

第六节2019年中国汽车潜在消费者人群特征分析

第七节上海汽车消费市场分析

第八节广东汽车消费市场分析

一、广州市汽车消费市场分析

二、深圳市汽车消费调查分析

第七章2019年中国二手车行业市场消费行为调研

第一节消费者购买二手车意向分析

- 一、二手车价格较便宜
- 二、二手车更适合新手
- 三、二手车选择余地大
- 四、《二手车交易规范》
- 五、二手车折旧率较低

第二节消费者对二手车市场发展看法调查

第三节二手车保值率地域区别分析

第八章2019年中国二手车行业主要经营模式分析

第一节全球主要国家二手车的经营方式

- 一、日本二手车市场现状
- 二、韩国二手车市场现状
- 三、德国二手车市场现状
- 四、瑞士二手车市场现状
- 五、美国二手车市场现状
- 六、澳大利亚二手车市场现状

第二节2019年中国二手车经营主体分析

- 一、网络结盟式二手车经销店
- 二、整车厂家为代表的品牌二手车店
- 三、二手车连锁店
- 四、二手车拍卖公司
- 五、二手车交易市场
- 六、二手车经纪公司

第三节2019年中国二手车行业主要经营模式分析

- 一、品牌化经营模式
- 二、成立经营实体
- 三、经营多元化模式
- 四、市场经营批发二手车业务模式
- 五、发展相关配套业务

第九章2019年中国二手车拍卖市场分析

第一节国内二手车交易市场分析

- 一、二手车交易市场相关概述
 - (一) 二手车交易市场的内涵
 - (二) 二手车交易市场的功能
 - (三) 二手车交易市场的形式
- 二、国内二手车行业发展特点
- 三、中国二手车市场发展对策

第二节二手车拍卖市场相关概述

- 一、二手车拍卖的定义与原则
- 二、机动车拍卖主要优势分析
- 三、国内机动车拍卖主要流程
- 四、机动车拍卖中心主要业务
- 五、机动车拍卖应注意的问题

第三节国内二手车拍卖市场分析

- 一、机动车拍卖业务增长原因
- 二、国内二手车拍卖市场现状
- 三、风投涉足二手车拍卖网站
- 四、车商大力支持二手车拍卖

第四节国内二手车拍卖市场前景

第十章2019年中国二手车市场营销模式探析

第一节中国二手汽车市场营销环境分析

一、二手汽车市场营销政策环境分析

二、二手汽车营销市场发展原因分析

三、中国二手汽车市场正蓬勃发展

第二节中国二手车市场营销模式分析

一、品牌化经营模式分析

二、二手车经纪公司模式

三、经营多元化模式分析

四、批发二手车业务模式

五、发展相关配套业务模式

第三节中国二手车市场营销措施分析

一、建立二手汽车市场信息平台

二、规范第三方二手汽车评估体系

三、加强培养二手汽车行业从业人才

第四节国内外二手车交易环节差异分析

一、收车环节差异分析

二、评估环节差异分析

三、流通环节差异分析

四、销售环节差异分析

五、售后环节差异分析

第五节中国二手车市场营销策略分析

一、拓展经营渠道

二、新车与二手车合作经营

三、加强品牌二手车置换业务

四、加强旧车交易的循环速度

五、加强与国外同业经营交流与合作

第十一章2016-2019年中国二手车交易市场竞争格局分析

第一节2016-2019年中国二手车交易竞争现状分析

一、二手车交易市场竞争环境分析

二、中国二手车市场品牌竞争分析

第二节中国二手车交易潜在进入者竞争分析

第三节中国二手车交易市场竞争力策略分析

第四节二手汽车交易市场的SWOT分析

一、二手汽车市场优势分析

二、二手汽车市场劣势分析

三、二手汽车市场机会分析

四、二手汽车市场威胁分析

第十二章2020-2026年中国汽车产业发展的趋势

第一节2020-2026年中国汽车行业预测

一、2020-2026汽车市场销量预测

二、2020-2026年客车销量预测

三、2020-2026年中国汽车年产量预测

四、2020-2026年中国汽车工业产业规模预测

五、2020-2026年轿车市场需求预测

六、2020-2026年新能源车市场预测

七、2020-2026年专用汽车行业发展趋势预测

八、2020-2026年卡车销售市场规模预测

九、2020-2026年各地客车拥有量预测

十、2020-2026年客车产品需求变化预测

十一、2020-2026年客车行业政策法规预测

十二、2020-2026年客车出口预测分析

十三、2020-2026年豪华车的国产化趋势

十四、2020-2026年汽车售后市场规模预测

第二节2020-2026年中国汽车发展趋势分析

一、2020-2026年汽车产业的发展趋势分析

二、2020-2026年汽车零部件市场发展趋势

三、2020-2026年新能源汽车市场发展前景

第十三章2020-2026中国二手车发展前景及趋势分析

第一节中国在全球二手车市场地位分析

第二节中国二手车交易形式发展趋势

第三节中国二手车交易市场成交量预测

第四节中国二手车交易市场需求预测

第五节中国二手车交易市场盈利现状及方向预测分析

一、二手车交易市场盈利现状分析

二、二手车交易市场未来盈利方向

第六节网购二手车发展前景分析

第七节品牌二手车成为发展趋势

第十四章2020-2026年中国二手车交易市场投资分析

第一节2020-2026年中国二手车交易市场投资环境分析

第二节2020-2026年中国二手车交易市场投资机会分析

一、区域投资机会分析

二、产业投资热点分析

第十五章2020-2026年中国二手车交易市场投资风险分析（）

第一节市场运营风险

第二节政策风险分析

第三节道德诚信风险

第四节管理风险分析

图表目录：

图表1二手车交易流程

图表22016-2019年中国汽车产销情况统计

图表32016-2019年中国汽车产量增长趋势图

图表42016-2019年中国汽车销量增长趋势图

图表52016-2019年中国乘用车产量统计

图表62016-2019年中国乘用车产量增长趋势图

图表72016-2019年中国乘用车销量统计

图表82016-2019年中国乘用车销量增长趋势图

图表92016-2019年中国商用车产量统计

图表102016-2019年中国商用车产量增长趋势图

图表112016-2019年中国商用车销量统计

图表122016-2019年中国商用车销量增长趋势图

图表132016-2019年中国汽车整车进出口情况统计

图表142016-2019年中国汽车整车出口变化趋势图

图表152016-2019年中国汽车整车进口变化趋势图

图表1620187年中国汽车制造行业经济指标统计

图表172019年中国汽车制造行业前五省区企业数量排名

图表182019年中国汽车制造行业前五省区资产总计排名

图表192019年中国汽车制造行业前五省区销售收入排名

图表202019年中国汽车制造行业前五省区利润总额排名

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/183101.html>