

# 2024-2030年中国二手车交易 市场深度评估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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国二手车交易市场深度评估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/202401/435491.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

二手车交易主要包括：二手车评估前期工作、技术状况鉴定、寄卖、置换业务、价格评估、交易实务。主要手续包括车务手续、车辆保养维修手续、税费手续。从2022年各月度二手车交易额市场走势来看，其中2月份二手车交易额最低，为80.73万辆，但同比2018年同期增长1.68%，上半年仅5月份市场交易额出现下滑倾向，同比下降3.49%，6月份当月我国二手车交易额达124.44万辆，同比增长17.76%。中企顾问网发布的《2024-2030年中国二手车交易市场深度评估与市场需求预测报告》共十三章。首先介绍了二手车交易行业市场发展环境、二手车交易整体运行态势等，接着分析了二手车交易行业市场运行的现状，然后介绍了二手车交易市场竞争格局。随后，报告对二手车交易做了重点企业经营状况分析，最后分析了二手车交易行业发展趋势与投资预测。您若想对二手车交易产业有个系统的了解或者想投资二手车交易行业，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家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2022年二手车交易市场运行状况分析 第一节2022年二手车市场动态分析 一、最大二手车超市开张 二、经济危机为二手车行业带来新的机遇 第二节2022年二手车市场运行概况 一、二手车交易市场亮点分析 二、变暖严重影响二手车产业格局 三、二手车进入快速发展期 第三节2022年二手车交易市场剖析 一、二手车交易量分析 二、二手车交易价格较与流通频率 三、二手车交易体制对交易的影响 四、发达国家与发展中国家二手车交易市场同比分析 第四节2022年部分国家二手车市场运营状况分析 一、美国 二、日本 第五节2024-2030年二手车交易市场发展趋势分析 第二章2022年中国二手车交易市场运行环境分析 第一节 2022年中国宏观经济环境分析 一、国民经济运行情况gdp(季度更新) 二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新） 三、全国居民收入情况（季度更新） 四、恩格尔系数（年度更新） 五、工业发展形势（季度更新） 六、固定资产投资情况（季度更新） 七、财政收支状况（年度更新） 八、中国汇率调整（人民币升值） 九、存贷款基准利率调整情况 十、存款准备金率调整情况 十一、社会消费品零售总额 十二、对外贸易&进出口 第二节2022年中国二手车交易市场产业政策环境分析 一、汽车贸易政策 二、二手车交易规范 三、二手车流通管理办法 四、二手车销售增值税或 第三节2022年中国二手车交易社会环境分析 一、居民的各种消费观念和习惯 二、汽车性能与新款式设计更新换代加速 三、文化环境分析 四、中国城镇化率 第三章2022年中国二手车行业发展形势分析 第一节2022年中国二手车交易概况 一、二手车交易市场特点分析 二、二手车交易品牌多元化分析 三、国内二手车交易应拓

展经营思路 第二节2022年中国二手车经销/经纪企业的创新分析 一、二手车经销/经纪企业创新的必要性 二、二手车经销/经纪企业的经营创新分析 三、二手车经销/经纪企业进行理念创新 四、二手车经销/经纪企业经营创新的策略分析 第三节2022年中国二手车行业细分市场现状综述 一、中国二手货车行业市场现状分析 二、中国二手客车行业市场现状分析 三、中国二手轿车行业市场现状分析 四、中国二手越野车行业市场现状分析 五、中国其他二手车行业市场现状分析 第四节2022年中国二手车行业发展存在的问题 一、二手车行业管理混乱 二、没有统一收费标准，税收征收困难 三、缺乏跨地区交易网络市场 四、缺乏标准规范，评估结果主观 五、交易手续繁琐，买卖双方麻烦 第四章2022年中国二手车行业主要经营模式分析 第一节2022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 第二节2022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 第五章2022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、二手车价格相对便宜 二、二手车适合新手练习驾艺 三、二手车选择余地大 四、二手车交易规范 五、相对新车而言，二手车折旧率低 第二节消费者购买二手车的价格区间分析 第三节消费者购买二手车的品牌意向分析 第六章2022年中国汽车销售市场及对二手车交易市场的影响分析 第一节2022年中国汽车市场销售概况 一、中国汽车分网销售分析 二、中国汽车销售业面临多业态转型 三、中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2022年中国汽车销售模式分析 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、中国汽车销售必须打破传统模式 六、“总量控制”或将改变汽车销售模式 第三节2022年中国汽车销售中存在的问题及对策 一、八大问题制约中国汽车销售行业的发展 二、中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 第七章近几年中国二手汽车市场深度剖析 第一节2024-2030年中国汽车产量分析 一、2024-2030年全国汽车产量分析 二、2022年全国及主要省份汽车产量分析 三、2022年汽车产量集中度分析 第二节2022年中国三大城市汽车保有量分析 一、2022年中国民用汽车保有量 二、各省民用汽车保有量分析 三、不同类型民用汽车保有量 四、2022年中国私人汽车保有量 五、各省私人汽车保有量分析 六、不同类型私人汽车保有量 第三节近两年中国新车与二手车年销量对比分析 一、中国新车年销量分析 二、二手轿车是二手车交易的主力军 三、中国二手车年销量分析 四、中国新车与二手车年销量综合比较 第八章2022年中国二手车交易市场竞争格局分析 第一节2022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、外资加剧中国汽车流通业竞争 三、长三角地区二手车交易领

域竞争激烈 第二节2022年中国二手车市场区域格局分析 一、二手车主要集中区域分布 二、主力品牌分布 第三节2022年中国二手车交易潜在进入者竞争分析 第四节2022年中国二手车交易市场提升竞争力策略分析 第九章 中国二手车行业重点省市竞争格局分析 第一节北京 一、北京市近期主要二手车交易政策 二、&lt;二手车流通管理办法&gt;对北京二手车市的影响 三、北京二手车市场预测 四、东风日产二手车北京交易中心成立 第二节上海 一、上海近期二手车交易政策 二、上海市二手车交易基本情况 三、外地车商&ldquo;淘车潮&rdquo; 第三节广东 一、广东省二手车交易基本情况 二、广东省各地二手车交易情况 三、轿车占市场份额最大 四、准新车越来越多 第四节成都 一、成都市旧机动车市场发展情况 二、成都二手车市场存在的主要问题 三、建议 第十章 中国二手车行业主力品牌企业竞争分析 第一节捷达 一、2022年捷达二手车销售总量 二、捷达二手车热销车型 第二节桑塔纳 一、2022年桑塔纳二手车销售总量 二、桑塔纳热销车型 第三节本田 一、2022年本田二手车销售总量 二、本田二手车热销车型 第十一章 中国主要二手车市场竞争力分析 第一节云南融联二手车交易市场 一、市场基本概况 二、市场主要产品分析 三、市场竞争优势分析 第二节日照永明旧车交易公司 一、市场基本概况 二、市场主要产品分析 三、市场竞争优势分析 第三节兴隆二手车交易公司 一、市场基本概况 二、市场主要产品分析 三、市场竞争优势分析 第四节恒发二手车贸易有限公司 一、市场基本概况 二、市场主要产品分析 三、市场竞争优势分析 第五节天宇二手汽车贸易有限公司 一、市场基本概况 二、市场主要产品分析 三、市场竞争优势分析 第十二章2024-2030年中国二手车交易市场发展趋势预测分析 第一节2024-2030年中国二手车交易市场发展前景分析 一、二手车交易市场前景分析 二、二手车交易市场发展趋势分析 三、二手车交易市场规划分析 第二节2024-2030年中国二手车市场预测分析 一、二手车成交量预测分析 二、二手车市场需求预测分析 三、二手车交易市场盈利预测分析 第三节2024-2030年中国二手车市场营销策略分析 一、拓展经营渠道 二、新车、二手车合作经营 三、为二手车交易提供信息平台 四、加强与国外同业经营交流、合作 五、加强品牌二手车置换业务 六、加强旧车交易的循环速度 七、有效地分流旧车交易部分 第十三章2024-2030年中国二手车交易市场投资前景预测 第一节2024-2030年中国二手车交易市场投资环境分析 第二节2024-2030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 第三节2024-2030年中国二手车交易市场投资风险分析 一、市场运营风险 二、政策风险 三、进入退出风险 四、管理风险 第四节投资建议 图表目录： 图表2024-2030年日本二手车年销量统计 图表2024-2030年日本新车年销量统计 图表：2024-2030年我国汽车制造行业企业数量增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业亏损企业数量增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业从业人数增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业资产规模增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业产成品增长趋势图 图表：2024-2030

年我国汽车制造行业工业销售产值增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业出货值增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业销售成本增长趋势图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业费用使用统计图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业主要盈利指标统计图 图表：2024-2030年我国汽车制造行业主要盈利指标增长趋势图  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/435491.html>