

2020-2026年中国二手车行业前景展望与发展前景预测报告

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年中国二手车行业前景展望与发展前景预测报告》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/202001/150586.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

2016年上半年整体低迷，我国二手车下半年整体行业成交量呈现大幅提升的态势，下半年整体交易量达561.7万辆，全年交易量更是首次突破千万辆大关，达1039.1万辆，相比去年增长率重回两位数，达到了10.3%。 2011-2016年中国二手车成交量走势 2016年上半年二手车电商平台整体交易量达663099辆，行业渗透率达13.9%，在整体交易量较为低迷的情况下，仍保持着快速的增长趋势；下半年，二手车电商平台交易量达785858辆，相比上半年增长率达18.5%，同时下半年行业渗透率达到了14.0%。2016年二手车行业成交量及电商渗透率

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国二手车行业前景展望与发展前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国二手车行业市场发展环境、二手车整体运行态势等，接着分析了中国二手车行业市场运行的现状，然后介绍了二手车市场竞争格局。随后，报告对二手车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国二手车行业发展趋势与投资预测。您若想对二手车产业有个系统的了解或者想投资中国二手车行业，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2014-2019年中国汽车工业运行情况

第，一节2014-2019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2014-2019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2014-2019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2014-2019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2014-2019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

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2014-2017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2014-2019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2014-2019年中国二手车交易市场竞争格局分析

第 一 节 2014-2019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2019年中国汽车销量市场的预测

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

2015-2020年中国新能源汽车产量预测

2016-2021中国新能源汽车销量预测（单位：万辆）

七、2020-2026年专用汽车行业发展趋势预测中国专用汽车产量预测

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

附录

《二手车流通管理办法》

图表目录

图表1二手车交易流程

图表22006-2019年中国汽车产销情况统计

图表32006-2019年中国汽车产量增长趋势图
图表42006-2019年中国汽车销量增长趋势图
图表52005-2019年中国乘用车产量统计
图表62006-2019年中国乘用车产量增长趋势图
图表72005-2019年中国乘用车销量统计
图表82006-2019年中国乘用车销量增长趋势图
图表92005-2019年中国商用车产量统计
图表102006-2019年中国商用车产量增长趋势图
图表112005-2019年中国商用车销量统计
图表122006-2019年中国商用车销量增长趋势图
图表132005-2019年中国汽车整车进出口情况统计
图表142005-2019年中国汽车整车出口变化趋势图
图表152005-2019年中国汽车整车进口变化趋势图
图表162019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
图表212019年不同规模汽车制造企业工业销售产值情况表
图表222019年中国不同规模汽车制造企业工业销售产值所占份额
图表232019年不同所有制汽车制造企业工业销售产值情况表
图表242019年中国不同所有制汽车制造企业工业销售产值所占份额
图表252019年中国汽车制造行业工业销售产值分地区情况表
图表262006-2019年中国汽车制造行业销售收入统计
图表272006-2019年中国汽车制造行业销售收入增长趋势图
图表282006-2019年中国汽车制造行业利润总额统计
图表292006-2019年中国汽车制造行业利润增长趋势图
图表302005-2019年中国基本型乘用车（轿车）销量统计
图表312006-2019年中国基本型乘用车（轿车）销量增长趋势图
图表322005-2019年中国SUV销量统计
图表332006-2019年中国SUV销量增长趋势图
图表342005-2019年中国MPV销量统计

图表352006-2019年中国MPV销量增长趋势图

图表362006-2019年中国大中型客车销量统计

图表372006-2019年中国大中型客车销量增长趋势图

图表382006-2019年中国大型及中型客车销量统计

图表392006-2019年中国轻型客车销量统计

图表402006-2019年中国轻型客车销量增长趋势图

图表412004-2019年中国重卡销量统计

图表422004-2019年中国重卡销量增长趋势图

图表432006-2019年中国轻卡销量统计

图表442006-2019年中国轻卡销量增长趋势图

图表452006-2019年中国皮卡销量统计

图表462006-2019年中国皮卡销量增长趋势图

图表472000-2019年中国民用汽车保有量统计

图表482006-2019年中国民用汽车保有量增长趋势图

图表492019年中国各地区民用汽车保有量和占比统计

图表502019年中国民用汽车保有量区域分布图

图表512019年中国各省民用汽车保有量和占比统计

图表522002-2019年中国民用汽车新注册量和增长率统计

图表532005-2019年中国民用汽车新注册量增长趋势图

图表542019年中国各地区民用汽车新注册量和占比统计

图表552019年中国民用汽车新注册量区域分布图

图表562019年中国各省民用汽车新注册量和占比统计

图表572000-2019年中国私人汽车保有量和增长率统计

图表582019年中国各区域私人汽车保有量和占比统计

图表592019年中国私人汽车保有量区域分布图

图表602019年各省中国私人汽车保有量和占比统计

图表612000-2019年公路运营汽车保有量和增长率统计

图表622005-2019年中国公路运营汽车保有量增长趋势图

图表632019年中国各区域公路运营汽车保有量和占比统计

图表642019年中国各区域公路运营汽车保有量分布图

图表652019年各省中国公路运营汽车保有量和占比统计

图表662000-2019年中国二手车市场交易量变化趋势图

图表672019年中国二手车市场交易量变化趋势图

图表682019年二手车重点区域交易量

图表692019年中国不同类型二手车成交量

图表702019年不同类型二手车交易量所占比例

图表712004-2019年中国二手车市场交易额变化趋势

图表722019年不同类型二手车交易额所占比例

图表732000-2019年中国二手车平均交易价格走势

图表742019年中国二手车单月平均交易价格变化趋势图

图表752019年二手车交易品种结构情况

图表762019年按交易量分二手车交易品种结构

图表772019年分地区二手车交易经营情况

图表782019年地区二手车交易情况排名

图表792019年二手车重点区域交易规模

图表802009-2019年广州市二手汽车交易量统计

图表812009-2019年深圳市二手汽车交易量统计

图表822009-2019年东莞市二手汽车交易量统计

图表832019年广州市二手车主要经销商

图表842019年深圳市二手车主要经销商

图表852019年东莞市二手车主要经销商

图表862010-2019年北京市二手汽车交易量统计

图表872019年北京市二手车交易总量排行

图表882006-2019年上海市二手汽车交易量统计

图表89潜在消费者分类

图表90不同消费类型人群所占比例

图表91潜在消费者的购物场所

图表92潜在消费者的购物场所按性别分类

图表93潜在消费者的购物场所按年龄分类

图表94潜在消费者的购物行为

图表95潜在消费者的购物行为按性别分类

图表96潜在消费者的购物行为按年龄分类

图表972006-2019年中国超豪华车市场销量变化趋势图

图表98享乐主义人群特征分析

图表99针对不同类型的人群可采用不同的沟通方式

图表1002019年中国汽车消费信誉度调查自主品牌奖项

图表1012019年中国汽车消费信誉度调查车型奖项

图表1022019年中国汽车消费信誉度调查企业服务类奖项

图表103不同车型的购买意向

图表104不同区域网民车型选择偏好

图表105汽车排量选择

图表106购车价格预算

图表107微型车品牌选择偏好

图表108小型车品牌选择偏好

图表109紧凑型车品牌选择偏好

图表110中型车品牌选择偏好

图表111中大型车品牌选择偏好

图表112SUV品牌选择偏好

图表113MPV品牌选择偏好

图表114目前汽车消费群体的收入分布图

图表115目前汽车消费群体的年龄分布图

图表116目前汽车消费群体的职业分布图

图表1172019年中国汽车潜在消费人群特征占比分布图

图表118深圳消费者购车意愿

图表119汽车消费档次分布

图表120汽车消费品牌分布

图表121汽车消费车型分布

图表122新能源汽车消费关注情况

图表123汽车消费影响因素

图表124汽车消费重视类型分布图

图表125对二手车消费的关注情况

图表126消费者对汽车了解程度分布

图表127深圳车主年龄分布图

图表128深圳车主性别分布图

图表129深圳车主汽车拥有数量分布图

图表130深圳车主汽车价位分布图

图表131深圳车主汽车品牌分布图
图表132深圳车主汽车车型分布图
图表133深圳车主购车意愿分布图
图表134深圳车主用车费用分布图
图表135深圳车主对汽车性能关注分布图
图表136深圳车主对汽车售后服务的关注
图表137不同家庭年收入水平消费者对二手汽车消费意向统计
图表138不同家庭年收入水平消费者对二手汽车消费档次统计
图表139不同家庭年收入水平消费者眼中二手车相对于新车的优点
图表140不同家庭年收入水平消费者眼中二手车相对于新车的不足
图表1412020-2026年中国汽车销量预测
图表1422020-2026年中国客车销售量统计预测
图表1432020-2026年中国汽车产量增长预测趋势图
图表1442020-2026年中国汽车制造业销售收入预测趋势图
图表1452020-2026年中国轿车销量预测趋势图
图表1462020-2026年中国新能源汽车销售量统计预测
图表1472020-2026年中国卡车销售量统计预测
图表1482020-2026年客车行业可能实施的政策预测
图表1492020-2026年中国汽车售后服务行业市场规模预测
图表1502020-2026年中国新能源汽车市场前景展望
图表1512020-2026年中国二手汽车销售量统计预测
图表152“十三五”时期中国经济社会发展主要指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150586.html>