

2021-2027年中国二手车市 场分析与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国二手车市场分析与市场全景评估报告》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.abaogao.com/b/jiaotong/M932714UGW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

二手车是指在公安交通管理部门登记注册，在达到国家规定的报废标准之前或在经济使用寿命期内服役，并仍可继续使用的机动车辆。

二手车，意为“第二手的汽车”或“使用过的汽车”，在中国称为“旧机动车”。 “中古车”是日本的叫法，不过我国台湾也称“中古车”。北美是二手车最发达的市场，因为平民百姓购买旧车时不一定就能买到“第二”手的，而且大多是小轿车和家用吉普车，所以在北美二一种很通俗的叫法“用过的汽车”。

政府工作报告提出，将新能源汽车车辆购置税优惠政策再延长三年，全面取消二手车限迁政策。这将促进二手车消费市场潜力进一步释放。

2019年5月，商务部、公安部、海关总署共同举行二手车出口专题会议，正式启动二手车出口工作。首批开展二手车出口业务的地区为北京、天津、上海、浙江（台州）、山东（济宁）、广东、四川（成都）、陕西（西安）、青岛、厦门10个省市。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国二手车市场分析与市场全景评估报告》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。您若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2015-2019年中国汽车工业运行情况

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国二手车交易市场竞争格局分析

第一节2015-2019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2021-2027年中国汽车产业发展的趋势

第一节2021-2027年中国汽车行业预测

- 一、2021-2027年汽车市场销量预测
- 二、2021-2027年客车销量预测
- 三、2021-2027年中国汽车年产量预测
- 四、2021-2027年中国汽车工业产业规模预测
- 五、2021-2027年轿车市场需求预测
- 六、2021-2027年新能源车市场预测
- 七、2021-2027年专用汽车行业发展趋势预测
- 八、2021-2027年卡车销售市场规模预测
- 九、2021-2027年各地客车拥有量预测
- 十、2021-2027年客车产品需求变化预测
- 十一、2021-2027年客车行业政策法规预测
- 十二、2021-2027年客车出口预测分析

- 十三、2021-2027年豪华车的国产化趋势
- 十四、2021-2027年汽车售后市场规模预测
- 第二节2021-2027年中国汽车发展趋势分析
 - 一、2021-2027年汽车产业的发展趋势分析
 - 二、2021-2027年汽车零部件市场发展趋势
 - 三、2021-2027年新能源汽车市场发展前景

第十三章2021-2027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2021-2027年中国二手车交易市场投资分析

- 第一节2021-2027年中国二手车交易市场投资环境分析
- 第二节2021-2027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2021-2027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22015-2019年中国汽车产销情况统计
图表32015-2019年中国汽车产量增长趋势图
图表42015-2019年中国汽车销量增长趋势图
图表52015-2019年中国乘用车产量统计
图表62015-2019年中国乘用车产量增长趋势图
图表72015-2019年中国乘用车销量统计
图表82015-2019年中国乘用车销量增长趋势图
图表92015-2019年中国商用车产量统计
图表102015-2019年中国商用车产量增长趋势图
图表112015-2019年中国商用车销量统计
图表122015-2019年中国商用车销量增长趋势图
图表132015-2019年中国汽车整车进出口情况统计
图表142015-2019年中国汽车整车出口变化趋势图
图表152015-2019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
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/M932714UGW.html>