

2015- 2020年中国二手车行业趋势及调研分析报 告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国二手车行业趋势及调研分析报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国二手车行业趋势及调研分析报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

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 2013-2014年中国汽车工业运行情况

第一节 2013-2014年中国汽车市场分析

一、中国汽车产销情况分析

二、中国汽车工业运行状况

三、中国汽车进出口贸易情况

第二节 2013-2014年汽车行业经济运行状况

一、中国汽车行业发展概述

二、中国汽车工业产值分析

三、汽车行业销售收入分析

四、汽车行业利润总额分析

第三节 2013-2014年中国汽车分车型销售情况分析

一、中国乘用车市场销售分析

（一）中国轿车销售情况

（二）中国SUV销售情况

（三）中国MPV销售情况

二、中国商用车销售情况分析

- (一) 大中型客车销售情况
- (二) 小型客车销售情况
- (三) 重型卡车销售情况
- (四) 轻卡市场销售情况
- (五) 皮卡市场销售情况

第四节 2013-2014年中国汽车保有量分析

- 一、中国民用汽车保有量
- 二、民用汽车的注册数量
- 三、私人汽车拥有量分析
- 四、公路营运汽车拥有量

第三章 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国二手车市场发展现状

- 一、全国二手车市场规模分析
- 二、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 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 2013-2014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 2013-2014年度汽车消费信誉度调查

第三节 2013-2014年网民汽车消费行为偏好分析

第四节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国二手车交易市场竞争格局分析

第一节 2013-2014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 2015-2020年中国汽车产业发展的趋势

第一节 2015-2020年中国汽车行业预测

一、-2016汽车市场销量预测

二、2015-2020年客车销量预测

三、2015-2020年中国汽车年产量预测

四、2015-2020年中国汽车工业产业规模预测

五、2015-2020年轿车市场需求预测

六、2015-2020年新能源车市场预测

七、2015-2020年专用汽车行业发展趋势预测

八、2015-2020年卡车销售市场规模预测

九、2015-2020年各地客车拥有量预测

十、2015-2020年客车产品需求变化预测

十一、2015-2020年客车行业政策法规预测

十二、2015-2020年客车出口预测分析

十三、2015-2020年豪华车的国产化趋势

十四、2015-2020年汽车售后市场规模预测

第二节 2015-2020年中国汽车发展趋势分析

一、2015-2020年汽车产业的发展趋势分析

二、2015-2020年汽车零部件市场发展趋势

三、2015-2020年新能源汽车市场发展前景

第十三章 -2016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 2015-2020年中国二手车交易市场投资分析

第一节 2015-2020年中国二手车交易市场投资环境分析

第二节 2015-2020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

第章 2015-2020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》

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/31/151540iu4v.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□

中商产业研究院产品与服务

□□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□

□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□

□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□
□□□□□□

市场调研

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□

□□□□ □□□□□□
□□□□ □□□□□□
□□□□ □□□□□□□□

IPO□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□□ □□□□□□



中商产业研究院订购单回执表

单位全称：_____ 部 门：_____

联系人：_____ 联系电话：_____

地址/邮编：_____ 手 机：_____

E-mail：_____ 传 真：_____

报告名称：_____

报告格式：_____

付款方式：银行 邮局 支票 其他 订购数量：_____份

请选择报告版本：_____

1PDF电子版9000元/份 2印刷版9000元/份 3PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额：_____万_____仟_____佰_____拾_____元（小写：_____元）

预计付款日期：_____年_____月_____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

可研报告&商业计划书：400-788-9700

IPO咨询专线：400-788-9689

市场调研：400-666-1917

产业园区咨询专线：400-788-9700

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。