

# 2017-2022年中国二手车产业竞争现状及十三五投资商机研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国二手车产业竞争现状及十三五投资商机研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/258563258563.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目前我国的二手车市场情况是供小于求，并且二手车又多集中于北京、上海、广州这样的大城市中，像二三线城市，其二手车交易分部更加分散，加之中间环节过多，导致不同商家的交易价格相差较为悬殊。即便是相同品牌的不同4S店二手车认证服务，也由于不同认证人员对于车辆本身的认可度不同，导致消费者的产品也会出现价格差，而正是由于没有一个相对固定的标准，对于绝大多数消费者而言，想要卖车，是难上加难，若想要把自己的车卖出个好价钱，则更是难上加难。

欧美二手车市场已然是供大于求的状态，并且经过多年的发展，已然形成了自己的二手车文化，主要体现在北美二手车的销量是新车销量的三倍还多，欧洲的数据也同样如此，这一点对于国内而言仍然是需要追赶的目标。

中国报告网发布的《2017-2022年中国二手车产业竞争现状及十三五投资商机研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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

节二手车交易的流程

第二章2016年中国汽车工业运行情况

第一节2016年中国汽车市场分析

- 一、2016年中国汽车产销情况分析
- 二、2016年中国汽车工业运行状况
- 三、2016年中国汽车进出口贸易情况
- 第二节2016年汽车行业经济运行状况
  - 一、2016年中国汽车行业发展概述
  - 二、2016年中国汽车资产总额分析
  - 三、2016年中国汽车销售产值分析
  - 四、2016年汽车行业销售收入分析
  - 五、2016年汽车行业利润总额分析
- 第三节2016年中国汽车分车型销售情况分析
  - 一、2016年中国乘用车市场销售分析
    - (一) 2016年中国轿车销售情况
    - (二) 2016年中国suv销售情况
    - (三) 2016年中国mpv销售情况
  - 二、2016年中国客车销售情况分析
    - (一) 2016年大型客车销售情况
    - (二) 2016年中型客车销售情况
    - (三) 2016年轻型客车销售情况
    - (四) 2016年微型客车销售情况
  - 三、2016年中国卡车销售情况分析
    - (一) 2016年重型卡车销售情况
    - (二) 2016年中型卡车销售情况
    - (三) 2016年轻型卡车销售情况
    - (四) 2016年微型卡车销售情况
- 第四节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2016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2014-2016年中国二手车交易市场现状

### 第一节2014-2016年中国二手车市场的发展历程

#### 一、二手车市场交易量分析

#### 二、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2014-2016年中国二手车市场发展现状

#### 一、中国二手车市场规模分析

#### 二、中国二手车市场运行特点

### 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年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分析

## 第六章2016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

### 第二节汽车消费信誉度调查

### 第三节网民汽车消费行为偏好分析

### 第四节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

### 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2016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2016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2016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2016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2016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2016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年中国二手车交易市场竞争格局分析

第一节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2017-2022年中国汽车产业发展的趋势

第一节2017-2022年中国汽车行业预测

一、2017-2022年汽车市场销量预测

二、2017-2022年客车销量预测

三、2017-2022年中国汽车年产量预测

四、2017-2022年中国汽车工业产业规模预测

五、2017-2022年轿车行业现状分析

六、2017-2022年新能源车市场预测

七、2017-2022年专用汽车行业发展趋势预测

八、2017-2022年卡车销售市场规模预测

九、2017-2022年各地客车拥有量预测

十、2017-2022年客车产品需求预测

十一、2017-2022年客车行业政策法规预测

十二、2017-2022年客车出口预测分析

十三、2017-2022年豪华车的国产化趋势

十四、2017-2022年汽车售后市场发展预测

第二节2017-2022年中国汽车发展趋势分析

一、2017-2022年汽车产业的发展趋势分析

二、2017-2022年汽车零部件市场发展趋势

三、2017-2022年新能源汽车市场趋势预测

第十三章2017-2022中国二手车趋势预测及趋势分析

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

第五节网购二手车趋势预测分析

第六节品牌二手车成为发展趋势

第十四章2017-2022年中国二手车交易市场投资分析

第一节2017-2022年中国二手车交易市场投资环境分析

第二节2017-2022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2017-2022年中国二手车交易市场投资前景分析

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22014-2016年中国汽车产销情况统计

图表32014-2016年中国汽车产量增长趋势图

- 图表42014-2016年中国汽车销量增长趋势图
- 图表52014-2016年中国乘用车产量统计
- 图表62014-2016年中国乘用车产量增长趋势图
- 图表72014-2016年中国乘用车销量统计
- 图表82014-2016年中国乘用车销量增长趋势图
- 图表92014-2016年中国商用车产量统计
- 图表102014-2016年中国商用车产量增长趋势图
- 图表112014-2016年中国商用车销量统计
- 图表122014-2016年中国商用车销量增长趋势图
- 图表132014-2016年中国汽车整车出口情况统计
- 图表142014-2016年中国汽车整车出口变化趋势图
- 图表152014-2016年中国汽车整车进口变化趋势图
- 图表162014-2016年中国汽车整车进口变化趋势图
- 图表172016年中国汽车整车制造行业经济统计
- 图表182016年中国汽车整车制造行业前五省区企业数量排名
- 图表192016年中国汽车整车制造行业前五省区资产总计排名
- 图表202016年中国汽车整车制造行业前五省区销售收入排名
- 图表212016年中国汽车整车制造行业前五省区利润总额排名
- 图表222014-2016年中国汽车整车制造行业资产总额统计
- 图表232014-2016年中国汽车整车制造行业资产增长趋势图
- 图表242016年中国各省区汽车整车制造行业资产总额比较
- 图表252014-2016年中国汽车整车制造行业销售产值统计
- 图表262014-2016年中国汽车整车制造行业销售产值变动趋势图
- 图表272016年中国主要省区汽车整车制造行业销售产值比较
- 图表282014-2016年中国汽车整车制造行业销售收入统计
- 图表292014-2016年中国汽车整车制造行业销售收入增长趋势图
- 图表302016年中国各省区汽车整车制造行业销售收入比较
- 图表312014-2016年中国汽车整车制造行业利润总额统计
- 图表322014-2016年中国汽车整车制造行业利润增长趋势图
- 图表332016年中国各省区汽车整车制造行业利润总额比较
- 图表342014-2016年中国基本型乘用车（轿车）销量统计
- 图表352014-2016年中国基本型乘用车（轿车）销量增长趋势图
- 图表362014-2016年中国suv销量统计
- 图表372014-2016年中国mpv销量统计
- 图表382014-2016年中国大型客车销量统计

- 图表392014-2016年中国中型客车销量统计
- 图表402014-2016年中国轻型客车销量统计
- 图表412014-2016年中国微型客车销量统计
- 图表422014-2016年中国重型卡车销量统计
- 图表432014-2016年中国中型卡车销量统计
- 图表442014-2016年中国轻型卡车销量统计
- 图表452014-2016年中国微型卡车销量统计
- 图表462014-2016年中国民用汽车保有量统计
- 图表472014-2016年中国民用汽车保有量增长趋势图
- 图表48中国民用汽车新注册量和增长率统计
- 图表49中国民用汽车新注册量增长趋势图
- 图表502014-2016年中国私人汽车保有量和增长率统计
- 图表512014-2016年中国私人汽车保有量增长趋势图
- 图表52中国公路运营汽车保有量和增长率统计
- 图表53中国公路运营汽车保有量增长趋势图
- 图表542014-2016年中国二手车市场交易量统计
- 图表552014-2016年中国二手车市场交易量变化趋势图
- 图表562014-2016年中国二手车市场交易额统计
- 图表572014-2016年中国二手车市场交易额变化趋势图
- 图表582014-2016年中国二手车平均价格走势
- 图表592016年中国不同类型二手车交易量统计
- 图表602016年不同类型二手车交易量结构图
- 图表612016年中国不同类型二手车成交量统计
- 图表622016年不同类型二手车交易量结构图
- 图表632016年中国不同类型二手车交易额统计
- 图表642016年中国不同类型二手车交易额结构图
- 图表652016年二手车交易量位列前十的省市市场变化情况
- 图表662014-2016年广州市二手汽车交易量统计
- 图表672014-2016年深圳市二手汽车交易量统计
- 图表682014-2016年东莞市二手汽车交易量统计
- 图表69广州市二手车主要经销商
- 图表70深圳市二手车主要经销商
- 图表71东莞市二手车主要经销商
- 图表722014-2016年北京市二手汽车交易量统计
- 图表732016年北京市二手车交易总量排行

图表742014-2016年上海市二手汽车交易量统计

图表75潜在汽车消费者分类

图表76不同汽车消费类型人群所占比例

图表77潜在汽车消费者的购物场所

图表78潜在汽车消费者的购物场所按性别分类

图表79潜在汽车消费者的购物场所按年龄分类

图表80潜在汽车消费者的购物行为

图表81潜在汽车消费者的购物行为按性别分类

图表82潜在汽车消费者的购物行为按年龄分类

图表83享乐主义人群特征分析

图表84针对不同类型的人群可采用不同的沟通方式

图表85中国汽车消费信誉度调查自主品牌奖项

图表86中国汽车消费信誉度调查车型奖项

图表87中国汽车消费信誉度调查企业服务类奖项

图表88不同车型的购买意向

图表89不同区域网民车型选择偏好

图表90汽车排量选择

图表91购车价格预算

图表92微型车品牌选择偏好

图表93小型车品牌选择偏好

图表94紧凑型车品牌选择偏好

图表95中型车品牌选择偏好

图表96中大型车品牌选择偏好

图表97suv品牌选择偏好

图表98mpv品牌选择偏好

图表99汽车消费群体的收入分布图

图表100汽车消费群体的年龄分布图

图表101汽车消费群体的职业分布图

图表102中国汽车潜在消费人群特征占比分布图

图表1032016年上海各车型上牌量同比情况

图表1042014-2016年上海车辆月度上牌数累计情况

图表1052014-2016年上海车辆月度上牌数量情况

图表1062016年上海上牌进口车来源国情况

图表1072016年上海国产轿车分类型上牌情况

图表1082016年上海国产小客车分类型上牌情况

- 图表109深圳消费者购车意愿
- 图表110汽车消费档次分布
- 图表111汽车消费品牌分布
- 图表112汽车消费车型分布
- 图表113新能源汽车消费关注情况
- 图表114汽车消费影响因素
- 图表115汽车消费重视类型分布图
- 图表116对二手车消费的关注情况
- 图表117消费者对汽车了解程度分布
- 图表118深圳车主年龄分布图
- 图表119深圳车主性别分布图
- 图表120深圳车主汽车拥有数量分布图
- 图表121深圳车主汽车价位分布图
- 图表122深圳车主汽车品牌分布图
- 图表123深圳车主汽车车型分布图
- 图表124深圳车主购车意愿分布图
- 图表125深圳车主用车费用分布图
- 图表126深圳车主对汽车性能关注分布图
- 图表127深圳车主对汽车售后服务的关注
- 图表128不同家庭年收入水平消费者对二手汽车的消费意向统计
- 图表129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130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131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1322017-2022年中国汽车销量预测趋势图
- 图表1332017-2022年中国客车销售量预测趋势图
- 图表1342017-2022年中国汽车产量预测趋势图
- 图表1352017-2022年中国汽车制造业销售收入预测趋势图
- 图表1362017-2022年中国轿车销量预测趋势图
- 图表1372017-2022年中国卡车销售量预测趋势图
- 图表138“十三五”期间客车行业可能实施的政策预测
- 图表1392017-2022年中国新能源汽车市场前景展望
- 图表1402017-2022年中国二手汽车交易量预测趋势图
- 图表141“十三五”时期中国经济社会发展主要指标  
( GYZT )
- 图表详见正文 . . . . .

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/258563258563.html>