

2018年中国二手车行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国二手车行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/360880360880.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

《中国二手车电商数字用户白皮书2018》显示，2017年中国二手车交易量达到1240.9万辆，二手车电商平台总交易量为218.4万辆，电商渗透率达17.61%。易观分析预测，未来二手车电商渗透率会持续提升，预计2018年二手车电商平台交易量达324.3万辆，电商渗透率达到22%，中国二手车电商的发展前景广阔。

同时，二手车电商的影响力正在向二三线城市进一步下沉。人人车数据显示，2017年二、三线城市的车源量有了明显增长，其整体占比从2016年的14.77%增加到19.95%。

接下来，伴随市场容量进一步变大、限迁取消等政策利好，将会有更多的二手车资源被盘活，二三线城市也将会成为二手车电商的新战场。

2016-2017年二手车电商各级城市车源量变化

图表来源：观研天下整理

虽然二手车市场发展较快，但不论线上还是线下，信用问题仍是当前困扰行业继续壮大的最大障碍之一。面对市场上部分车商诚信缺失、流程不透明等问题，不少意向购车用户因缺乏专业鉴别能力，往往对二手车望而却步。目前国内二手车销量与新车销量的比例，与欧美等成熟的二手车市场相比仍有不小差距。与此同时，不少车商则受制于缺少车源、资金、客流、品牌等问题，难以把规模做大。

从发展趋势看，二手车市场今后势必进入以打造诚信为核心的新阶段，这是市场发展程度、法律引导以及消费者需求导向等诸多因素共同作用的必然结果。二手车市场中的主流企业将率先发起这一阶段的洗牌，加快构建满足消费信用需求的有效交易闭环。今后一段时间，行业内围绕这一目标的优势互补合作及强强联合有望不断增多。纯粹依靠巨额广告投入获得流量来“跑马圈地”的模式或将逐步淡化，依靠优质口碑的平台和品牌会脱颖而出，而难以进入信用闭环的商家则可能会被市场淘汰。

观研天下发布的《2018年中国二手车行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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 2016-2018年中国汽车工业运行情况

第一节 2016-2018年中国汽车市场调研

一、2018年中国汽车产销情况分析

二、2018年中国汽车工业运行状况

三、2018年中国汽车进出口贸易情况

第二节 2016-2018年汽车行业经济运行状况

一、2018年中国汽车行业发展概述

二、2018年中国汽车工业产值分析

三、2018年汽车行业销售收入分析

四、2018年汽车行业利润总额分析

第三节 2016-2018年中国汽车分车型销售情况分析

一、2018年中国乘用车市场销售分析

（一）2018年中国轿车销售情况

（二）2018年中国SUV销售情况

（三）2018年中国MPV销售情况

二、2018年中国商用车销售情况分析

（一）2018年大中型客车销售情况

（二）2018年小型客车销售情况

（三）2018年重型卡车销售情况

（四）2018年轻卡市场销售情况

（五）2018年皮卡市场销售情况

第四节 2016-2018年中国汽车保有量分析

一、2018年中国民用汽车保有量

二、2018年民用汽车的注册数量

三、2018年私人汽车拥有量分析

四、2018年公路营运汽车拥有量

第三章 2018年全球二手车交易市场调研

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 2016-2018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 2018年中国二手车市场发展现状

一、2018年全国二手车市场规模分析

二、2018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 2016-2018中国二手车区域市场调研

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调研

（二）深圳市二手汽车交易市场调研

（三）东莞市二手汽车交易市场调研

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调研

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 2016-2018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 2018年度汽车消费信誉度调查

第三节 2018年网民汽车消费行为偏好分析

第四节 2018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 2018年中国汽车潜在消费者人群特征分析

第七节 上海汽车消费市场调研

第八节 广东汽车消费市场调研

一、广州市汽车消费市场调研

二、深圳市汽车消费调查分析

第七章 2018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 2018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 2018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 2018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 2018年中国二手车拍卖市场调研

第一节 国内二手车交易市场调研

- 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调研

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 2018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 2016-2018年中国二手车交易市场竞争格局分析

第一节 2016-2018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 2018-2024年中国汽车产业发展的趋势

第一节 2018-2024年中国汽车行业预测

一、2016-2018汽车市场销量预测

二、2018-2024年客车销量预测

三、2018-2024年中国汽车年产量预测

四、2018-2024年中国汽车工业产业规模预测

五、2018-2024年轿车行业现状分析

六、2018-2024年新能源车市场预测

七、2018-2024年专用汽车行业发展趋势预测

八、2018-2024年卡车销售市场规模预测

九、2018-2024年各地客车拥有量预测

十、2018-2024年客车产品需求变化预测

十一、2018-2024年客车行业政策法规预测

十二、2018-2024年客车出口预测分析

十三、2018-2024年豪华车的国产化趋势

十四、2018-2024年汽车售后市场规模预测

第二节 2018-2024年中国汽车发展趋势分析

一、2018-2024年汽车产业的发展趋势分析

二、2018-2024年汽车零部件市场发展趋势

三、2018-2024年新能源汽车市场趋势预测

第十三章 2016-2018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 中国二手车交易行业现状分析

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 网购二手车趋势预测分析

第七节 品牌二手车成为发展趋势

第十四章 2018-2024年中国二手车交易市场投资分析

第一节 2018-2024年中国二手车交易市场投资环境分析

第二节 2018-2024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 2018-2024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》（GYZQPT）

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/360880360880.html>