

2021年中国二手车行业分析报告- 市场现状调查与发展战略评估

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《2021年中国二手车行业分析报告-市场现状调查与发展战略评估》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/535519535519.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

二手车，又称为“旧机动车”，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实用寿命期内服役，并仍可继续使用的机动车辆。其产业链上游主要为个人以及企业车源，下游主要为二手车卖家。

二手车产业链

资料来源：公开资料整理

二手车交易主要有三大形式，有消费者到经销商再到消费者的过程，也有经过拍卖环节再到经销商和消费者的模式。

二手车交易形式

资料来源：公开资料整理

2015-2019年，受居民消费水平提高影响，汽车消费越来越普及，而二手汽车由于价格便宜，流动性强等特点备受消费者青睐，交易量、交易金额稳定增长。2020受疫情影响，市场表现不佳，但在相关政策持续释放利好驱动下，预计2021年我国二手车市场交易份额将有不小的回升。

数据显示，2020年，我国二手车交易量达1434.14万辆，小幅下降3.9%，交易金额达888.4亿元；截至2021年2月，我国二手车累计交易量为238.69万辆，同比增长126.06%，交易金额为1516.93亿元。

2015-2020年2月我国二手车交易量变化

数据来源：中国汽车流通协会

2015-2020年2月我国二手车交易金额变化

数据来源：中国汽车流通协会

从二手车交易车型来看，数据显示，截至2021年2月，我国二手轿车的交易量占比最大，为60.6%，交易量为61.8万辆；其次为SUV，占比为10.6%，交易量为25.29万辆。

截至2021年2月我国各交易类型二手车累计交易量占比

数据来源：中国汽车流通协会

从车龄分布来看，我国的二手车交易以低龄车辆为主，但高龄车辆的交易量正逐渐提升。数据显示，2016-2021年，我国7年以上的二手车交易量占比不断增长，7年以下的交易量占比总体下降，但7年以下的交易量占比仍在50%以上。

2016-2021年2月我国二手车交易年龄分布趋势

数据来源：中国汽车流通协会

从地域分布来看，我国二手车区域集中度较高。数据显示，2020年，广东省的二手车交易量领先，达205.28万辆，同比增长9.5%；其次是浙江省和山东省，交易量均在百万辆以上。

2020年我国二手车交易量TOP10省市

数据来源：中国汽车流通协会

从各类型城市交易量来看，我国二手车交易市场份额主要集中在一、二线城市，其销量共占据全国市场近6成比例。因此，三线及以下城市市场空间仍待挖掘。

2019年VS2020年我国各类型城市二手车销量占比对比

数据来源：中国汽车流通协会

从交易价格来看，2020年我国二手车交易价格大多在8万元以下，其中在3万元、3-5万元之间的二手车较多，占比分别为33%、22%。整体来看，与去年相比，我国二手车交易价格逐渐下滑。

2019年VS2020年我国二手车交易价格占比对比

数据来源：中国汽车流通协会

综上所述，我国二手车市场整体向好发展，交易量、交易金额稳定增长，行业区域集中度较高，市场份额主要集中在一、二线城市；随着消费升级，行业交易价格逐渐下滑。

展望未来，目前我国新能源车产业蓬勃发展，而相较于传统燃油车，新能源车的置换周期更短，新能源二手车将成为我国二手车交易主体。

新能源车与燃油车被二手置换时的里程分布对比

数据来源：公开资料整理（shz）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国二手车行业分析报告-市场现状调查与发展战略评估》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。

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家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 2017-2020年中国二手车行业发展概述

第一节 二手车行业发展情况概述

- 一、二手车行业相关定义
- 二、二手车行业基本情况介绍
- 三、二手车行业发展特点分析
- 四、二手车行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、二手车行业需求主体分析

第二节 中国二手车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、二手车行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国二手车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国二手车行业生命周期分析

一、二手车行业生命周期理论概述

二、二手车行业所属的生命周期分析

第四节 二手车行业经济指标分析

一、二手车行业的赢利性分析

二、二手车行业的经济周期分析

三、二手车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国二手车行业进入壁垒分析

一、二手车行业资金壁垒分析

二、二手车行业技术壁垒分析

三、二手车行业人才壁垒分析

四、二手车行业品牌壁垒分析

五、二手车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球二手车行业市场发展现状分析

第一节 全球二手车行业发展历程回顾

第二节 全球二手车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲二手车行业地区市场分析

一、亚洲二手车行业市场现状分析

二、亚洲二手车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲二手车行业市场前景分析

第四节 北美二手车行业地区市场分析

一、北美二手车行业市场现状分析

二、北美二手车行业市场规模与市场需求分析

三、北美二手车行业市场前景分析

第五节 欧洲二手车行业地区市场分析

一、欧洲二手车行业市场现状分析

二、欧洲二手车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲二手车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界二手车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球二手车行业市场规模预测

第三章 中国二手车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品二手车总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国二手车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国二手车产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国二手车行业运行情况

第一节 中国二手车行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国二手车行业市场规模分析

第三节 中国二手车行业供应情况分析

第四节 中国二手车行业需求情况分析

第五节 我国二手车行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国二手车行业供需平衡分析

第七节 中国二手车行业发展趋势分析

第五章 中国二手车所属行业运行数据监测

第一节 中国二手车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国二手车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国二手车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国二手车市场格局分析

第一节 中国二手车行业竞争现状分析

一、中国二手车行业竞争情况分析

二、中国二手车行业主要品牌分析

第二节 中国二手车行业集中度分析

一、中国二手车行业市场集中度影响因素分析

二、中国二手车行业市场集中度分析

第三节 中国二手车行业存在的问题

第四节 中国二手车行业解决问题的策略分析

第五节 中国二手车行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国二手车行业需求特点与动态分析

第一节 中国二手车行业消费市场动态情况

第二节 中国二手车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 二手车行业成本结构分析

第四节 二手车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国二手车行业价格现状分析

第六节 中国二手车行业平均价格走势预测

一、中国二手车行业价格影响因素

二、中国二手车行业平均价格走势预测

三、中国二手车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国二手车行业区域市场现状分析

第一节 中国二手车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区二手车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区二手车市场规模分析

四、华东地区二手车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区二手车市场规模分析

四、华中地区二手车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区二手车市场规模分析

四、华南地区二手车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国二手车行业竞争情况

第一节 中国二手车行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国二手车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国二手车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 二手车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国二手车行业发展前景分析与预测

第一节 中国二手车行业未来发展前景分析

- 一、二手车行业国内投资环境分析
- 二、中国二手车行业市场机会分析
- 三、中国二手车行业投资增速预测

第二节 中国二手车行业未来发展趋势预测

第三节 中国二手车行业市场发展预测

- 一、中国二手车行业市场规模预测
- 二、中国二手车行业市场规模增速预测
- 三、中国二手车行业产值规模预测
- 四、中国二手车行业产值增速预测
- 五、中国二手车行业供需情况预测

第四节 中国二手车行业盈利走势预测

- 一、中国二手车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国二手车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国二手车行业投资风险与营销分析

第一节 二手车行业投资风险分析

- 一、二手车行业政策风险分析
- 二、二手车行业技术风险分析
- 三、二手车行业竞争风险分析
- 四、二手车行业其他风险分析

第二节 二手车行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国二手车行业发展战略及规划建议

第一节 中国二手车行业品牌战略分析

一、二手车企业品牌的重要性

二、二手车企业实施品牌战略的意义

三、二手车企业品牌的现状分析

四、二手车企业的品牌战略

五、二手车品牌战略管理的策略

第二节 中国二手车行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国二手车行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 二手车行业竞争力提升策略

一、二手车行业产品差异性策略

二、二手车行业个性化服务策略

三、二手车行业的促销宣传策略

四、二手车行业信息智能化策略

五、二手车行业品牌化建设策略

六、二手车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国二手车行业发展策略及投资建议

第一节 中国二手车行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国二手车行业营销渠道策略

一、二手车行业渠道选择策略

二、二手车行业营销策略

第三节 中国二手车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国二手车行业重点投资区域分析

二、中国二手车行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/535519535519.html>