

2020-2026年中国二手车行业 前景展望与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国二手车行业前景展望与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202007/174769.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

二手车是指办理完注册登记手续到达国家制度报废标准之前进行交易并转移所有权的汽车、挂车和摩托车。二手车最大的优点就是便宜。不同年份的二手车价格仅相当于新车的三分之一到二分之一，甚至更少。而且，由于新车头两年折旧率比较高，买二手车避开了汽车的快速折旧期，所以还具有相对保值的优势。此外，某些特定年代和车型的二手车还具有收藏的价值。中企顾问网发布的《2020-2026年中国二手车行业前景展望与产业竞争格局报告》分析了二手车行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国二手车行业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 二手车市场概述1.1 二手车市场的概念界定1.1.1 二手车的普遍定义1.1.2 我国二手车的定义1.1.3 二手车的交易优势1.2 二手车市场与相关市场的关系1.2.1 与新车市场的关系1.2.2 与租赁市场的关系1.2.3 与汽车金融/保险市场的关系1.2.4 与汽车检测服务市场的关系 第二章 2016-2019年中国二手车市场增长动力分析2.1 中国汽车产业蓬勃发展2.1.1 汽车工业产销规模2.1.2 汽车保有量规模2.1.3 汽车工业经济效益2.1.4 新车与二手车市场关联分析2.2 消费需求环境日益趋好2.2.1 居民收入水平2.2.2 潜在消费者分析2.2.3 二手车消费市场潜力2.2.4 二手车消费人群分析2.3 互联网的发展提高信息透明度2.3.1 互联网基础建设日趋完善2.3.2 互联网打破信息壁垒2.3.3 大数据及诚信档案的运用2.3.4 支付技术日渐成熟2.3.5 电商平台蓬勃发展2.4 政府和行业协会的支持性政策2.4.1 二手车限迁政策放宽2.4.2 促进市场交易意见2.4.3 二手车企业规范管理2.4.4 二手车税收政策调整2.4.5 二手车评估规范政策 第三章 国际二手车市场发展分析及经验借鉴3.1 国外二手车市场特点分析3.1.1 交易规模特征3.1.2 市场流通特征3.1.3 收售评估体制3.1.4 交易模式特征3.1.5 其他特征分析3.2 美国二手车市场分析3.2.1 市场发展概述3.2.2 市场运行分析3.2.3 二手车流通分析3.2.4 行业特征分析3.2.5 经营模式分析3.3 日本二手车市场分析3.3.1 市场发展概述3.3.2 市场交易渠道3.3.3 市场消费特征3.3.4 经营模式分析3.4 德国二手车市场分析3.4.1 市场现状分析3.4.2 行业特征分析3.4.3 经营模式分析3.5 其他国家二手车市场分析3.5.1 法国3.5.2 俄罗斯3.5.3 韩国3.6 国外二手车评估体系及启示3.6.1 国外二手车评估体系现状3.6.2 国内外二手车评估体系差异3.6.3 国外二手车评估体系的启示3.7 国外二手车市场经验的借鉴意义3.7.1 丰富二手车收售模式3.7.2 健全二手车评估体系3.7.3 规范售后服务 第四章 2016-2019年中国二手车市场发展分析4.1 中国二手车市场发展概述4.1.1 对经济发展的重要性4.1.2 二手车市场背景回顾4.1.3 二手车市场发展态势4.1.4 二手车市场发展利好4.2

2016-2019年中国二手车市场交易分析4.2.1 市场规模分析4.2.2 市场景气程度4.2.3 区域格局分析4.2.4 车型种类分布4.2.5 使用年限分析4.2.6 交易价格分布4.3 2016-2019年中国二手车市场区域分析4.3.1 区域活跃度分析4.3.2 城市活跃度分析4.3.3 市场活跃度特点4.3.4 各区域交易价格4.4 2016-2019年中国二手车市场发展现状特征4.4.1 二手车交易量偏低4.4.2 二手车供给不充分4.4.3 用户接受度较低4.4.4 用户群体特征4.5 2016-2019年中国二手车跨区域流通情况4.5.1 二手车跨区域交易规模4.5.2 二手车跨区域流通利好4.5.3 二手车限迁问题回顾4.5.4 我国机动车排放标准4.5.5 二手车跨区域流通前景4.6 中国二手车市场面临的问题4.6.1 市场税费问题4.6.2 车辆限迁问题4.6.3 市场诚信问题4.6.4 售后质保问题4.6.5 金融服务问题4.6.6 保险服务问题4.6.7 流通体系问题4.7 中国二手车行业的发展建议4.7.1 大力发展品牌二手车经营4.7.2 推动交易市场优化升级4.7.3 加快信息化建设进程4.7.4 完善相关政策和制度4.7.5 推广二手车认证制度4.7.6 建立二手车历史档案 第五章 2016-2018中国二手车流通经营管理分析5.1 二手车流通概述5.1.1 二手车交易链介绍5.1.2 二手车流通的要求5.1.3 二手车流通过程条件5.1.4 二手车流通监管措施5.2 中国二手车市场参与主体分析5.2.1 二手车交易市场5.2.2 二手车鉴定评估机构5.2.3 二手车拍卖公司5.2.4 二手车经营公司5.2.5 二手车经纪公司5.3 中国二手车流通体系现状特征5.3.1 区域集中度高5.3.2 经营主体分散5.3.3 评估体系缺失5.3.4 专业化分工缺失5.4 中国二手车经营格局的瓶颈分析5.4.1 交易市场水平较低5.4.2 缺乏现代经营手段5.4.3 经营方式单一5.4.4 4S店发展不成熟 第六章 2016-2019年中国二手车交易渠道分析6.1 二手车交易渠道概述6.1.1 二手车交易渠道概述6.1.2 二手车交易渠道格局6.1.3 二手车交易渠道趋势6.1.4 二手车交易产品定位6.2 中国二手车交易主流渠道介绍6.2.1 整车厂经销商6.2.2 独立二手车经销商6.2.3 C2C模式6.2.4 线上平台6.3 OEM渠道分析6.3.1 OEM渠道介绍6.3.2 OEM渠道的优势6.3.3 OEM渠道定价分析6.4 在线拍卖渠道分析6.4.1 在线拍卖渠道介绍6.4.2 在线拍卖渠道的优势6.4.3 在线拍卖渠道关键因素6.5 品牌经销渠道分析6.5.1 品牌经销模式6.5.2 品牌经销交易模式6.5.3 品牌经销渠道现状6.5.4 品牌经销渠道的优势 第七章 2016-2019年中国二手车电商市场发展分析7.1 二手车电商市场竞争优势7.1.1 快速拓展市场7.1.2 缩减销售成本7.1.3 竞争更透明化7.1.4 信息的公开化7.1.5 形成规模效应7.2 2016-2019年中国二手车电商市场发展综述7.2.1 二手车电商发展周期7.2.2 二手车电商发展阶段7.2.3 二手车电商产业链7.2.4 二手车电商竞争格局7.2.5 二手车电商市场主体7.3 2016-2019年中国二手车电商市场规模分析7.3.1 二手车电商交易规模7.3.2 二手车电商市场渗透率7.3.3 二手车电商2B模式规模7.3.4 二手车电商2C模式规模7.4 中国二手车电商商业模式分析7.4.1 二手车电商主要类型介绍7.4.2 网上竞价交易平台7.4.3 C2C虚拟寄售模式7.4.4 B2C卖场模式7.4.5 交易服务资讯平台7.4.6 简单收购模式7.4.7 第三方信息服务平台7.5 2016-2019年中国二手车电商交易模式分析7.5.1 二手车电商交易模式介绍7.5.2 二手车电商B2B/C2B模式分析7.5.3 二手车电商B2C/C2C模式分析7.6 2016-2019年二手车电商市场投融资分析7.6.1 市场投资规模7.6.2 投资项

目分布7.6.3 新进企业数量7.6.4 重点融资案例7.7 中国二手车电商市场前景预测7.7.1 二手车电商市场存在的问题7.7.2 二手车电商市场影响因素7.7.3 二手车电商市场趋势展望 第八章 2016-2019年二手车配套市场发展分析8.1 二手车检测8.1.1 二手车检测的必要性8.1.2 二手车检测流程介绍8.1.3 二手车检测O2O模式8.1.4 第三方检测市场商机8.2 二手车估值8.2.1 发展环境分析8.2.2 市场发展现状8.2.3 估值平台分析8.2.4 主流商业模式8.3 二手车认证质保8.3.1 服务形式介绍8.3.2 市场规模分析8.3.3 市场发展痛点8.3.4 市场渗透情况8.3.5 市场竞争动态8.3.6 服务发展升级8.3.7 发展方向分析8.4 二手车拍卖8.4.1 二手车拍卖的流程8.4.2 二手车拍卖的模式8.4.3 二手车拍卖的局限8.4.4 二手车拍卖的策略8.4.5 网络拍卖趋势渐长8.5 二手车金融8.5.1 二手车金融服务主体8.5.2 二手车金融市场格局8.5.3 二手车金融业务范围8.5.4 二手车金融服务创新8.5.5 二手车金融发展展望8.6 二手车出口8.6.1 二手车出口现状8.6.2 二手车出口的必要性8.6.3 构建二手车出口产业链8.6.4 推进二手车出口的建议 第九章 2016-2019年重点区域二手车市场发展分析9.1 广东省9.1.1 二手车交易情况9.1.2 重点地区市场分析9.1.3 二手车交易税收新政9.1.4 相关政策支持措施9.2 上海市9.2.1 二手车交易规模9.2.2 二手车交易态势9.2.3 二手车经营分析9.3 北京市9.3.1 二手车交易规模9.3.2 二手车交易结构9.3.3 二手车交易价格9.3.4 二手车外迁情况9.4 浙江省9.4.1 二手车交易规模9.4.2 二手车市场特点9.4.3 市场存在的问题9.4.4 市场发展建议9.5 山东省9.5.1 市场交易结构9.5.2 加强市场整治9.5.3 市场发展动态9.5.4 市场发展趋势9.6 其他区域9.6.1 长春市9.6.2 沈阳市9.6.3 湖北省9.6.4 四川省9.6.5 新疆维吾尔自治区 第十章 2016-2019年中国二手车市场典型企业案例分析10.1 广汇汽车10.1.1 企业发展概况10.1.2 经营效益分析10.1.3 业务经营分析10.1.4 财务状况分析10.1.5 企业主营业务10.1.6 企业竞争优势10.1.7 二手车业务分析10.1.8 未来前景展望10.2 金固股份10.2.1 企业发展概况10.2.2 经营效益分析10.2.3 业务经营分析10.2.4 财务状况分析10.2.5 布局二手车市场10.2.6 未来前景展望10.3 亚夏汽车10.3.1 企业发展概况10.3.2 经营效益分析10.3.3 业务经营分析10.3.4 财务状况分析10.3.5 二手车业务情况10.3.6 未来前景展望10.4 Beepi10.4.1 企业发展概况10.4.2 企业融资情况10.4.3 企业商业模式10.4.4 企业竞争优势10.4.5 企业发展展望10.5 优信集团10.5.1 企业发展概况10.5.2 企业融资情况10.5.3 行业生态布局10.5.4 企业前景展望10.6 车易拍10.6.1 企业发展概况10.6.2 企业融资情况10.6.3 企业商业模式10.6.4 二手车检测系统10.6.5 企业发展展望 第十一章 二手车市场投资及前景趋势分析11.1 中国二手车市场投资机遇分析11.1.1 品牌二手车发展前景看好11.1.2 二手车电商市场趋于成熟11.1.3 二手车评估市场异军突起11.1.4 二手车金融市场机遇广阔11.2 中国二手车市场发展前景展望11.2.1 国际资本进驻11.2.2 消费环境趋好11.2.3 二手车车源增多11.2.4 市场前景看好11.3 中国二手车市场趋势分析11.3.1 2019年市场趋势预测11.3.2 规模化经营趋势11.3.3 跨区域流趋势11.3.4 市场多元化趋势11.4 中国二手车经营模式发展趋向分析11.4.1 交易水平提升11.4.2 品牌连锁经营11.4.3 线上交易平台11.5 2020-2026年中国二手车市场预测分析11.5.1 中国二手车市场

发展因素分析——11.5.2 2020-2026年中国二手车交易量预测11.5.3 2020-2026年中国二手车交易额预测 附录附录一:《二手车流通管理办法》附录二:《二手车流通企业经营管理办法》附录三:《二手车交易规范》附录四:《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》附录五:《机动车强制报废标准规定》附录六:《车辆购置税征收管理办法》(2019年修正版)

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174769.html>