

2016-2022年中国二手车市 场竞争状况分析与投资发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国二手车市场竞争状况分析与投资发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/qiche/A718943WW1.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

二手车，英文译为“Second Hand Vehicle”或“Used Car”，意为“第二手的汽车”或“使用过的汽车”，在中国也称为“旧机动车”。“中古车”是日本的叫法，不过我国台湾也称“中古车”。北美是二手车最发达的市场，因为平民百姓购买旧车时不一定就能买到“第二手的”，而且大多是小轿车和家用吉普车，所以在北美二手车有一种很通俗的叫法，“用过的汽车”。

2014年来，二手车交易量持续走高，去年全年二手车交易已达605万辆，单月平均交易价格保持在6万元左右。经过近几年我国汽车交易市场“黄金时代”的高速发展，截至2014年年底，我国汽车保有量已经达到1.54亿辆，机动车保有量也决定了二手车的供给来源，因此二手车定会随着新车保有量的逐渐饱和而升温。同时消费者持有汽车的平均年限也在逐步缩短，“黄金时代”的新车用户开始步入换车升级阶段，从而有效保障了二手车的供给。此外，随着消费者消费能力的提升、消费观念的成熟，越来越多的消费者开始接受并选择二手车。尤其是豪华品牌的认证二手车，因其可靠的质量保障和品牌价值，更是成为很多消费者换车、置换的首选。

据中国汽车流通协会数据，2014年全年累计交易二手车605.29万辆，同比增长16.33%。交易额3675.65亿元，同比增长26.03%。

二手车市场的经营模式和交易模式在很大程度上代表了二手车市场的发展程度。国外的二手车企业在其相关行业组织的引导下，已经形成了品牌专卖、大型超市、连锁经营、旧车专营、旧车拍卖等并存的多元化经营模式，其交易模式有直接销售、代销、租赁（实物和融资）、拍卖、置换等多样化形式，为消费者营造了良好的二手车购置环境。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了二手车行业市场潜在需求与市场机会，报告对二手车行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国二手车行业发展前景预测。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准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 二手车产业环境透视 1

第一章 中国二手汽车行业概述与环境分析 1

第一节 二手汽车行业的概念及特点 1

一、二手汽车行业的概念 1

二、二手汽车行业的特点 1

三、二手汽车发展模式分析 3

四、二手汽车交易功能分析 3

第二节 中国汽车销售市场分析 4

一、汽车销售情况分析 4

1、汽车销售规模分析 4

据中国汽车工业协会统计，我国全年累计生产汽车2372.29万辆，同比增长7.3%，销售汽车2349.19万辆，同比增长6.9%。2014年我国乘用车产销1991.98万辆和1970.06万辆，同比分别增长10.2%和9.9%。

二、乘用车销售情况分析 6

1、乘用车销售规模分析 6

2014年我国乘用车产销1991.98万辆和1970.06万辆，同比分别增长10.2%和9.9%。

2014年12月，在乘用车主要品种中，与上月相比，交叉型乘用车产量有所下降，销量小幅增长，其他三大类品种产销均呈增长；与上年同期相比，交叉型乘用车产销下降明显，基本型乘用车（轿车）产量微降，销量略有增长，其他品种产销增速依然明显。

12月，基本型乘用车（轿车）产销115.25万辆和126.30万辆，环比增长6.26%和17.56%，产量同比下降1.15%，销量增长7.43%；多功能乘用车（MPV）产销21.91万辆和21.45万辆，环比增长1.49%和6.85%，同比增长38.67%和33.25%；运动型多用途乘用车（SUV）产销48.45万辆和49.16万辆，环比增长10.03%和18.56%，同比增长50.82%和56.15%；交叉型乘用车产销8.54万辆和9.20万辆，产量环比下降8.98%，销量增长7.46%，同比下降37.65%和26.68%。

2、乘用车销量结构分析 7

3、轿车/MPV/SUV销量走势 10

三、商用车销售情况分析 17

1、商用车销量规模分析 17

2、商用车销量结构分析 18

3、货车销量规模分析 20

4、客车销量规模分析 21

第三节 中国汽车后市场分析 22

一、汽车保有量情况分析 22

1、汽车保有量规模分析 22

2、汽车保有量占全球比重 26

3、汽车保有量结构分析 26

4、汽车保有量细分市场分析 27

二、汽车后市场发展现状 29

三、汽车后市场发展规模分析 30

四、汽车后市场利润结构分析 31

五、汽车后市场发展趋势分析 32

第二章 二手车行业市场环境及影响分析（PEST） 34

第一节 二手车行业政治法律环境（P） 34

一、行业管理体制分析 34

二、行业主要法律法规 34

三、二手车行业标准 35

四、行业相关发展规划 35

1、二手车行业国家发展规划 35

2、二手车行业地方发展规划 37

五、政策环境对行业的影响 38

第二节 行业经济环境分析（E） 39

一、宏观经济形势分析 39

1、国际宏观经济形势分析 39

2、国内宏观经济形势分析 59

3、产业宏观经济环境分析 69

二、宏观经济环境对行业的影响分析 70

1、经济复苏对行业的影响 70

2、货币政策对行业的影响 71

3、区域规划对行业的影响 71

第三节 行业社会环境分析（S） 72

一、二手车产业社会环境 72

1、2014年中国人口环境	72
2、2014年中国教育环境	74
3、2014年中国城镇化建设	76
4、2014年文化环境分析	76
5、居民的各种消费观念和习惯	79
二、社会环境对行业的影响	80
三、二手车产业发展对社会发展的影响	81
第四节 行业技术环境分析(T)	82
一、二手车技术分析	82
1、技术水平总体发展情况	82
2、我国二手车行业新技术研究	82
二、二手车技术发展水平	83
三、2014-2015年二手车技术发展分析	84
四、行业主要技术发展趋势	84
五、技术环境对行业的影响	85
第二部分 二手车行业深度分析	86
第三章 中国二手汽车行业发展分析	86
第一节 中国二手车行业发展分析	86
一、二手车交易规模分析	86
1、二手车交易量分析	86
2、二手车交易额分析	88
二、二手车交易价格分析	89
三、二手车交易结构分析	90
1、车型结构分析	90
2、区域结构分析	91
3、交易渠道结构	92
4、车龄结构分析	92
5、车源结构分析	93
四、二手车行业参与主体分析	93
五、二手车行业存在的问题	94
第二节 中国二手汽车行业发展分析	97

一、二手汽车行业发展概况	97
1、二手汽车行业发展阶段	97
2、二手汽车交易成本因素	99
二、二手汽车交易总况分析	100
1、二手汽车与新车交易对比	100
2、二手汽车交易占保有量比重	101
三、二手乘用车交易情况分析	101
四、二手商用车交易情况分析	102
1、二手商用车交易规模	102
2、二手客车交易规模	102
3、二手货车交易规模	103
第三节 二手汽车行业发展SWOT分析	103
一、二手汽车行业优势分析	103
二、二手汽车行业劣势分析	104
三、二手汽车行业机会分析	105
四、二手汽车行业威胁分析	105
第四节 中国二手汽车市场调研分析	107
一、汽车用户车辆处置调研分析	107
1、车辆处置方式调研分析	107
2、车辆出售渠道调研分析	109
3、用户倾向的出售方式分析	111
二、用户期望更换周期及置换率分析	113
1、用户期望更换周期分析	113
2、用户的车辆置换率分析	113
三、用户期望车辆保值率调研分析	114
1、用户期望车辆保值率分析	114
2、不同车辆品牌延续度分析	119
四、车辆评估分析	122
第四章 我国二手车行业整体运行指标分析	127
第一节 2012-2015年中国二手车行业总体规模分析	127
一、企业数量结构分析	127

二、人员规模状况分析	127
三、行业资产规模分析	127
四、行业市场规模分析	128
第二节 2012-2015年中国二手车行业财务指标总体分析	128
一、行业盈利能力分析	128
1、我国二手车行业销售利润率	128
2、我国二手车行业成本费用利润率	129
3、我国二手车行业亏损面	129
二、行业偿债能力分析	130
1、我国二手车行业资产负债率	130
2、我国二手车行业利息保障倍数	130
三、行业营运能力分析	130
1、我国二手车行业应收帐款周转率	130
2、我国二手车行业总资产周转率	131
3、我国二手车行业流动资产周转率	131
四、行业发展能力分析	132
1、我国二手车行业总资产增长率	132
2、我国二手车行业利润总额增长率	132
3、我国二手车行业主营业务收入增长率	132
4、我国二手车行业产值利税率	133
第三部分 二手车市场全景调研	134
第五章 中国品牌二手车现状及发展策略分析	134
第一节 国外品牌二手车市场发展分析	134
一、国外品牌二手车市场现状分析	134
二、重点品牌二手车在华业务情况	142
1、大众二手车	142
2、丰田二手车	143
3、宝马二手车	149
4、其他二手车	150
第二节 中国品牌二手车市场发展分析	154
一、品牌二手车发展现状分析	154

1、品牌二手车发展历程	154
2、品牌二手车市场分析	156
3、品牌二手车发展瓶颈	157
二、品牌二手车发展机遇分析	158
三、品牌二手汽车经营优劣势	159
四、品牌二手汽车市场需求分析	160
五、品牌二手汽车经营策略分析	161
第三节 中国品牌二手车主营业务分析	173
一、整车置换业务分析	173
二、汽车认证业务分析	175
三、汽车拍卖业务分析	175
四、汽车金融业务分析	180
五、售后服务业务分析	182
第六章 二手汽车市场管理策略与服务体系建设	183
第一节 二手汽车市场经营管理策略分析	183
一、建立二手汽车市场信息平台	183
二、规范第三方二手汽车评估体系	183
1、日本二手车市场评估体系	183
2、美国二手车市场评估体系	184
3、中国《二手车鉴定评估规范》	185
三、培养二手汽车行业从业人才	187
第二节 二手汽车市场售后服务体系分析	191
一、二手汽车售后服务网络的构成	191
二、二手汽车售后服务网络的功能建设	192
三、二手汽车客户满意度考评体系分析	193
第四部分 二手车行业竞争格局分析	196
第七章 中国二手汽车市场重点地区发展状况分析	196
第一节 二手汽车交易市场区域分布	196
一、各区域二手汽车交易量情况	196
1、前10省市交易量情况	196

2、各区域交易份额情况	197
二、华东地区二手汽车交易情况	198
三、中南地区二手汽车交易情况	199
四、华北地区二手汽车交易情况	201
五、西南地区二手汽车交易情况	202
六、东北地区二手汽车交易情况	203
七、西北地区二手汽车交易情况	205
第二节 广东省二手汽车市场发展状况	206
一、广东省二手汽车市场交易规模	206
二、重点城市二手汽车交易市场情况	209
1、广州市二手汽车交易市场发展情况	209
2、深圳市二手汽车交易市场发展情况	209
3、佛山市二手汽车交易市场发展情况	210
4、东莞市二手汽车交易市场发展情况	210
5、中山市二手汽车交易市场发展情况	210
第三节 山东省二手汽车市场发展状况	211
一、山东省二手汽车市场交易规模	211
二、重点城市二手汽车市场发展情况	213
1、济南市二手汽车交易市场发展情况	213
2、青岛市二手汽车交易市场发展情况	215
3、临沂市二手汽车交易市场发展情况	215
4、枣庄市二手汽车交易市场发展情况	216
第四节 四川省二手汽车市场发展状况	216
一、四川省二手汽车市场发展情况	216
二、重点城市二手汽车市场发展情况	217
1、成都市二手汽车交易市场发展情况	217
2、绵阳市二手汽车交易市场发展情况	218
第五节 河南省二手汽车市场发展状况	219
一、河南省二手汽车市场发展情况	219
二、重点城市二手汽车市场发展情况	221
1、郑州市二手汽车交易市场发展情况	221
2、洛阳市二手汽车交易市场发展情况	222

3、周口市二手车市场发展情况	222
第六节 河北省二手汽车市场发展状况	222
一、河北省二手汽车市场发展情况	222
二、重点城市二手汽车市场发展情况	224
1、石家庄市二手汽车交易市场发展情况	224
2、保定市二手汽车交易市场发展情况	224
三、河北省二手交易市场发展动向	224
第七节 北京市二手汽车市场发展状况	226
一、北京市二手汽车市场交易规模	226
二、限购令对二手汽车市场的影响	226
三、北京市二手汽车市场发展趋势	229
四、北京市二手交易市场发展动向	230
第八节 天津市二手汽车市场发展状况	232
一、天津市二手汽车市场交易规模	232
二、北京限购令对天津二手汽车市场的影响	232
三、天津市二手汽车市场发展动向	233
第九节 上海市二手汽车市场发展状况	234
一、上海市二手汽车市场交易规模	234
二、上海二手车市场交易车型分析	235
三、上海市二手汽车发展规划解读	235
四、上海市二手汽车交易量上升原因	237
五、上海市二手汽车市场发展动向	237
第十节 其他地区二手汽车市场发展状况	238
一、黑龙江省二手汽车市场发展状况	238
二、吉林省二手汽车市场发展状况	238
三、辽宁省二手汽车市场发展状况	240
四、江苏省二手汽车市场发展状况	241
五、浙江省二手汽车市场发展状况	243
六、安徽省二手汽车市场发展状况	245
七、江西省二手汽车市场发展状况	246
八、福建省二手汽车市场发展状况	247
九、湖南省二手汽车市场发展状况	248

- 十、新疆二手汽车市场发展状况 249
- 十一、广西二手汽车市场发展状况 250
- 十二、海南省二手汽车市场发展状况 250
- 十三、贵州省二手汽车市场发展状况 252

第八章 2016-2022年二手车行业领先企业经营形势分析 254

第一节 江苏通源旧机动车交易市场有限公司 254

- 一、企业发展简况分析 254
- 二、企业主营业务分析 254
- 三、企业经营情况分析 254
- 四、企业配套服务分析 255

第二节 陕西精锐二手车置换信息服务有限公司 255

- 一、企业发展简况分析 255
- 二、企业主营业务分析 255
- 三、企业经营情况分析 255
- 四、企业配套服务分析 256

第三节 北京天安旧机动车经纪有限公司 256

- 一、企业发展简况分析 256
- 二、企业主营业务分析 256
- 三、企业经营情况分析 256
- 四、企业配套服务分析 257

第四节 广西旧机动车交易市场有限责任公司 257

- 一、企业发展简况分析 257
- 二、企业主营业务分析 257
- 三、企业经营情况分析 257

第五节 江西旧机动车交易中心有限公司 258

- 一、企业发展简况分析 258
- 二、企业主营业务分析 258
- 三、企业经营情况分析 258
- 四、企业配套服务分析 259
- 五、企业最新发展动态 259

第六节 广东省东莞市旧机动车交易中心有限公司 259

一、企业发展简况分析	259
二、企业主营业务分析	259
三、企业经营情况分析	259
四、企业配套服务分析	260
五、企业最新发展动态	260
第七节 太原旧机动车交易中心有限公司	261
一、企业发展简况分析	261
二、企业主营业务分析	261
三、企业经营情况分析	262
四、企业配套服务分析	262
五、企业发展方向	262
第八节 广东大昌行喜龙汽车贸易有限公司	264
一、企业发展简况分析	264
二、企业主营业务分析	264
三、企业经营情况分析	264
四、企业配套服务分析	264
五、企业最新发展动态	265
第九节 重庆中汽西南二手车交易市场有限公司	265
一、企业发展简况分析	265
二、企业主营业务分析	265
三、企业经营情况分析	265
四、企业配套服务分析	266
第十节 沈阳奥驰二手车经纪有限公司	266
一、企业发展简况分析	266
二、企业主营业务分析	266
三、企业经营情况分析	267
四、企业配套服务分析	267
第五部分 二手汽车行业发展前景展望	268
第九章 中国二手汽车市场投资分析与前景预测	268
第一节 二手汽车市场的投资风险分析	268
一、二手汽车市场政策风险分析	268

二、二手汽车市场竞争风险分析	268
三、二手汽车行业市场波动风险	268
四、二手汽车市场其他风险分析	269
第二节 二手汽车市场投资特性分析	269
一、二手汽车市场进入壁垒分析	269
二、二手汽车市场盈利模式分析	270
1、经纪经营盈利模式	270
2、经销经营模式	270
3、置换盈利模式	270
第三节 二手汽车市场投资机会分析	270
一、拍卖市场交易情况	270
二、二手汽车电子商务	271
第四节 二手汽车市场发展前景预测	272
一、二手汽车市场发展趋势分析	272
二、二手汽车市场交易规模预测	273
第五节 二手汽车市场最新投融资分析	274
一、二手车电商平台优信拍再获1.7亿融资	274
二、沃尔沃认证二手车全渠道覆盖	275
三、互联网+”概念进入二手车行业，车易拍打响自我革命第一枪	276
四、车易拍获5000万美元融资	277
五、大搜车获千亿级B轮投资	278
第十章 2016-2022年二手车行业投资机会与风险防范	280
第一节 二手车行业投融资情况	280
一、行业资金渠道分析	280
二、固定资产投资分析	281
三、二手车行业投资现状分析	281
第二节 2016-2022年二手车行业投资机会	282
一、产业链投资机会	282
二、二手车行业投资机遇	282
第三节 2016-2022年二手车行业投资风险及防范	285
一、政策风险及防范	285

二、技术风险及防范	286
三、供求风险及防范	286
四、宏观经济波动风险及防范	287
五、产品结构风险及防范	287
六、其他风险及防范	287
第四节 中国二手车行业投资建议	288
一、二手车行业未来发展方向	288
二、中国二手车企业融资分析	289
第六部分 二手车行业发展战略研究	291
第十一章 2016-2022年二手车行业面临的困境及对策	291
第一节 2015年二手车行业面临的困境	291
第二节 二手车企业面临的困境及对策	292
一、重点二手车企业面临的困境及对策	292
1、重点二手车企业面临的困境	292
2、重点二手车企业对策探讨	294
二、中小二手车企业发展困境及策略分析	295
1、中小二手车企业面临的困境	295
2、中小二手车企业对策探讨	296
三、国内二手车企业的出路分析	297
第三节 中国二手车行业存在的问题及对策	299
一、中国二手车行业存在的问题	299
二、二手车行业发展的建议对策	300
三、市场的重点客户战略实施	302
1、实施重点客户战略的必要性	302
2、合理确立重点客户	303
3、重点客户战略管理	303
4、重点客户管理功能	304
第十二章 二手车行业发展战略研究	307
第一节 二手车行业发展战略研究	307
一、战略综合规划	307

二、技术开发战略	307
三、业务组合战略	309
四、区域战略规划	309
五、产业战略规划	310
六、营销品牌战略	310
七、竞争战略规划	312
第二节 对我国二手车品牌的战略思考	312
一、二手车品牌的重要性	312
二、二手车实施品牌战略的意义	315
三、二手车企业品牌的现状分析	315
四、我国二手车企业的品牌战略	316
五、二手车品牌战略管理的策略	317
第三节 二手车经营策略分析	318
一、二手车市场细分策略	318
二、二手车市场创新策略	319
三、品牌定位与品类规划	320
四、二手车新产品差异化战略	320
第四节 二手车行业投资战略研究	320
第十三章 研究结论及投资建议(ZY LXY)	321
第一节 二手车行业研究结论及建议	321
第二节 二手车子行业研究结论及建议	324
第三节 二手车行业投资建议	324
一、行业发展策略建议	324
二、行业投资方向建议	326
三、行业投资方式建议	327

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/A718943WW1.html>