

2017-2022年中国二手车 市场深度评估与发展战略咨询报告

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

《2017-2022年中国二手车市场深度评估与发展战略咨询报告》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/F29847PJAV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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”。

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。

中国二手车市场从20世纪80年代发展至今，已经有30多年的历史。1998年以前，二手车市场交易以车贩子倒车为主要方式，基本上没有正规的二手车经销商；1998年，国家贸易部发布《旧机动车交易管理办法》，2005年10月再次发布更加规范的《二手车流通管理办法》，中国二手车市场开始向规范化发展的道路迈进。

近年来，品牌专卖、大型超市、连锁经营等经营模式，二手车经纪公司、二手车拍卖、二手车置换、二手车租赁业务等交易模式先后在市场上出现，但这些外部条件的变化，并没有改变我国二手车市场长期以来形成的以有形交易市场为主体的流通特征。

但是，从资本市场的反应来看，二手车拍卖、置换，特别是建立在电子商务基础上的拍卖、置换模式受到了资本市场的热捧。多元化的发展模式，是我国二手车市场未来发展的必然趋势。

2015年我国二手车行业交易量达到了941.47万辆，交易金额约5535.4亿元，近几年我国二手车行业交易量及交易金额情况如下图所示：

2011-2015年中国二手车行业交易量及交易金额资料来源：智研数据研究中心整理

本二手汽车市场深度评估与发展战略咨询报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国二手汽车行业研究报告是2016-2017年度，目前国内最全面、研究最

为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询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、智研数据研究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。

报告揭示了中国二手汽车行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国二手汽车行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国二手汽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1章 中国二手车市场需求环境分析 1

1.1 二手汽车市场的基本概念特征 1

1.1.1 二手汽车市场的概念 1

1.1.2 二手汽车市场的特点 1

1.1.3 二手汽车交易市场形式 2

1.1.4 二手汽车交易功能分析 3

1.2 中国二手车市场政策环境分析 4

1.2.1 二手车市场相关政策解读 4

(1) 《二手车鉴定评估技术规范》 4

(2) 《大气污染防治行动计划》 5

(3) 《商务部关于促进汽车流通业“十二五”发展的指导意见》 16

(4) 《关于调整汽车以旧换新补贴标准有关事项的通知》 22

(5) 《关于进一步规范二手车市场秩序促进二手车市场健康发展的意见》 23

(6) 《关于促进汽车消费的意见》 26

1.2.2 二手车市场相关法律法规解读 27

(1) 《二手车流通企业经营管理规范》 27

(2) 《机动车强制报废标准规定》 31

(3) 《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》 34

(4) 《关于二手车经营业务有关增值税问题的公告》 42

(5) 新《车辆购置税征收管理办法》 43

(6) 《二手车交易规范》 47

(7) 《二手车流通管理办法》	54
1.2.3 政策法律环境对二手车市场的影响分析	59
1.3 中国二手车市场经济环境分析	60
1.3.1 全球经济环境状况分析	60
(1) 全球经济环境现状	60
(2) 2016年全球经济走势预测	78
1.3.2 中国经济发展状况分析	80
(1) 中国经济环境现状	80
(2) 2016年中国经济走势预测	85
1.3.3 经济环境对二手车市场影响	86
1.4 中国二手车市场社会环境分析	87
1.4.1 传统生活方式改变	87
1.4.2 城市化进程的加快	88
1.4.3 汽车文化开始普及	89
1.4.4 社会“诚信危机”分析	90
(1) 车辆信息不对称	90
(2) 车辆价格的评估	91
(3) 二手车信贷难题	92
(4) 交易运作者因素	93
(5) 二手车售后服务	93
1.4.5 社会环境对二手车市场影响分析	94
第2章 中国二手汽车市场消费者调研	96
2.1 二手车购买者基本情况调查	96
2.1.1 调查者职业分布情况	96
2.1.2 调查者年龄分布情况	96
2.1.3 调查者收入分布情况	97
2.1.4 调查者接受教育程度	98
2.1.5 调查者驾照拥有年限	98
2.1.6 调查者对二手车市场了解程度	99
2.2 消费者对二手车市场看法调研	99
2.2.1 消费者二手车购买原因	99

2.2.2 消费者二手车购买顾虑	101
2.2.3 消费者二手车了解渠道	101
2.2.4 消费者对评估过程认可度	103
2.2.5 消费者对评估报告看法	103
2.3 消费者对二手车购买偏好调研	104
2.3.1 消费者二手车购买渠道偏好	104
2.3.2 消费者二手车购买价格偏好	105
2.3.3 消费者二手车购买性能偏好	106
2.3.4 消费者二手车购买年限偏好	107
2.3.5 消费者二手车购买车系偏好	107
2.3.6 消费者二手车购买品牌偏好	108
2.4 消费者对二手车市场期望调研	109
2.4.1 汽车用户车辆处置调研分析	109
(1) 车辆处置方式调研分析	109
(2) 车辆出售渠道调研分析	109
(3) 车辆出售渠道选择分析	110
(4) 用户倾向的出售方式分析	111
2.4.2 用户期望更换周期及置换率分析	111
(1) 用户期望更换周期分析	111
(2) 用户的车辆置换率分析	112
2.4.3 用户期望车辆保值率调研分析	112
(1) 用户期望车辆保值率分析	112
(2) 不同车辆品牌延续度分析	113
2.4.4 样用户期望的车辆评估调研分析	116
(1) 二手汽车评估时间分析	116
(2) 用户期望评估时间分析	117
2.4.5 用户车辆评估需求分析	117
(1) 二手汽车评估时间分析	117
(2) 用户期望评估时间分析	118
第3章 中国二手汽车市场需求现状分析	119
3.1 二手车市场发展状况分析	119

3.1.1	二手车市场整体规模情况	119
3.1.2	二手车百强市场发展情况	119
(1)	市场集中度高	119
(2)	主体业态合理	123
(3)	盈利能力提升	124
(4)	区域分布集中	124
(5)	交易规模结构上移	124
3.2	二手车市场需求规模分析	124
3.2.1	二手车市场交易量分析	124
3.2.2	二手车市场交易额分析	125
3.2.3	二手车交易量占新车销量比重	126
3.2.4	二手车交易量占保有量比重	126
3.2.5	二手车交易对新车销售贡献率	127
3.2.6	二手车市场交易需求影响因素分析	127
3.3	二手车市场需求结构分析	129
3.3.1	二手车市场产品结构	129
3.3.2	二手车市场车龄结构	130
3.3.3	二手车交易方式结构	131
3.3.4	二手车交易主体结构	132
3.4	二手车市场需求价格分析	133
3.4.1	二手车市场平均价格	133
3.4.2	二手车市场库存价格	134
3.4.3	二手车不同车龄价格	136
3.4.4	二手车交易区域价格	137
3.5	二手汽车市场发展SWOT分析	139
3.5.1	二手汽车市场优势分析	139
3.5.2	二手汽车市场劣势分析	139
3.5.3	二手汽车市场机会分析	140
3.5.4	二手汽车市场威胁分析	141
第4章 中国二手汽车细分市场的需求分析		143
4.1	二手轿车市场需求情况分析	143

4.1.1 轿车新车市场发展状况	143
(1) 轿车新车产量情况	143
(2) 轿车新车销量情况	143
(3) 轿车销量占汽车销量比重	145
4.1.2 二手轿车市场现状分析	146
(1) 二手轿车市场交易规模	146
(2) 二手轿车交易量占轿车新车市场比重	146
(3) 二手轿车交易量占二手汽车市场交易比重	147
4.1.3 二手轿车市场趋势预测分析	147
4.2 二手MPV市场需求情况分析	147
4.2.1 MVP新车市场发展状况	147
(1) MPV新车产量情况	147
(2) MPV新车销量情况	153
(3) MPV销量占汽车销量比重	158
4.2.2 二手MPV市场现状分析	159
(1) 二手MPV市场交易规模	159
(2) 二手MPV交易量占MVP新车市场比重	159
(3) 二手MPV交易量占二手汽车市场交易比重	160
4.2.3 二手MPV市场趋势预测分析	160
4.3 二手SUV市场需求情况分析	160
4.3.1 SUV新车市场发展状况	160
(1) SUV新车产量情况	160
(2) SUV新车销量情况	175
(3) SUV销量占汽车销量比重	190
4.3.2 二手SUV市场现状分析	191
(1) 二手SUV市场交易规模	191
(2) 二手SUV交易量占SUV新车市场比重	191
(3) 二手SUV交易量占二手汽车市场交易比重	191
4.3.3 二手SUV市场趋势预测分析	192
4.4 二手交叉型乘用车市场需求分析	192
4.4.1 交叉型乘用车新车市场发展状况	192
(1) 交叉型乘用车新车产量情况	192

- (2) 交叉型乘用车新车销量情况 193
- (3) 交叉型乘用车销量占汽车销量比重 193
- 4.4.2 二手交叉型乘用车市场现状分析 193
 - (1) 二手交叉型乘用车市场交易规模 193
 - (2) 二手交叉型乘用车交易量占交叉型乘用车新车市场比重 194
 - (3) 二手交叉型乘用车交易量占二手汽车市场交易比重 194
- 4.4.3 二手交叉型乘用车市场趋势预测分析 194
- 4.5 二手乘用车市场需求分析 195
 - 4.5.1 乘用车新车市场发展状况 195
 - (1) 乘用车新车产量情况 195
 - (2) 乘用车新车销量情况 196
 - (3) 乘用车销量占汽车销量比重 196
 - 4.5.2 二手乘用车市场现状分析 197
 - (1) 二手乘用车市场交易规模 197
 - (2) 二手乘用车交易量占乘用车新车市场比重 197
 - (3) 二手乘用车交易量占二手汽车市场交易比重 197
 - 4.5.3 二手乘用车市场趋势预测分析 198
- 4.6 二手客车市场需求分析 198
 - 4.6.1 客车新车市场发展状况 198
 - (1) 客车新车产量情况 198
 - (2) 客车新车销量情况 207
 - (3) 客车销量占汽车销量比重 214
 - 4.6.2 二手客车市场现状分析 215
 - (1) 二手客车市场交易规模 215
 - (2) 二手客车车交易量占客车新车市场比重 215
 - (3) 二手客车交易量占二手汽车市场交易比重 215
 - 4.6.3 二手客车市场趋势预测分析 216
- 4.7 二手货车市场需求分析 216
 - 4.7.1 货车新车市场发展状况 216
 - (1) 货车新车产量情况 216
 - (2) 货车新车销量情况 219
 - (3) 货车销量占汽车销量比重 225

4.7.2 二手货车市场现状分析	226
(1) 二手货车市场交易规模	226
(2) 二手货车交易量占货车新车市场比重	226
(3) 二手货车交易量占二手汽车市场交易比重	226
4.7.3 二手货车市场趋势预测分析	227
4.8 二手商用车市场需求分析	227
4.8.1 商用车新车市场发展状况	227
(1) 商用车新车产量情况	227
(2) 商用车新车销量情况	228
(3) 商用车销量占汽车销量比重	229
4.8.2 二手商用车市场现状分析	229
(1) 二手商用车市场交易规模	229
(2) 二手商用车交易量占商用车新车市场比重	230
(3) 二手商用车交易量占二手汽车市场交易比重	230
4.8.3 二手商用车市场趋势预测分析	230
第5章 中国二手汽车市场重点区域需求分析	232
5.1 二手汽车交易市场区域分布	232
5.1.1 各区域二手汽车交易量情况	232
5.1.2 各省市二手汽车交易量情况	233
5.2 广东省二手汽车市场发展状况	234
5.2.1 广东省二手汽车市场交易规模	234
(1) 交易量	234
(2) 交易金额	235
(3) 交易车型结构	235
5.2.2 重点城市二手汽车交易市场情况	236
(1) 广州市二手汽车交易市场发展情况	236
(2) 深圳市二手汽车交易市场发展情况	237
(3) 佛山市二手汽车交易市场发展情况	237
(4) 东莞市二手汽车交易市场发展情况	238
(5) 中山市二手汽车交易市场发展情况	239
5.3 四川省二手汽车市场发展状况	239

5.3.1	四川省二手汽车市场发展情况	239
5.3.2	重点城市二手汽车市场发展情况	240
(1)	成都市二手汽车交易市场发展情况	240
(2)	绵阳市二手汽车交易市场发展情况	240
5.4	北京市二手汽车市场发展状况	241
5.4.1	北京市二手汽车市场交易规模	241
5.4.2	限购令对二手汽车市场的影响	241
5.4.3	北京市二手汽车市场发展趋势	242
5.4.4	北京市二手交易市场发展动向	243
5.5	山东省二手汽车市场发展状况	244
5.5.1	山东省二手汽车市场交易规模	244
5.5.2	重点城市二手汽车市场发展情况	244
(1)	济南市二手汽车交易市场发展情况	244
(2)	青岛市二手汽车交易市场发展情况	244
(3)	枣庄市二手汽车交易市场发展情况	245
5.6	上海市二手汽车市场发展状况	246
5.6.1	上海市二手汽车市场交易规模	246
(1)	交易量	246
(2)	交易金额	247
(3)	入围百强名单	248
5.6.2	上海二手汽车各市场交易情况	248
5.6.3	上海二手汽车市场交易车型分析	249
5.6.4	上海市二手汽车发展规划解读	250
5.6.5	上海市二手汽车交易量上升原因	252
5.6.6	上海市二手汽车市场发展动向	253
5.7	河南省二手汽车市场发展状况	257
5.7.1	河南省二手汽车市场发展情况	257
5.7.2	重点城市二手汽车市场发展情况	257
(1)	郑州市二手汽车交易市场发展情况	257
(2)	洛阳市二手汽车交易市场发展情况	258
5.8	浙江省二手汽车市场发展状况	259
5.8.1	浙江省二手汽车市场发展状况	259

5.8.2 重点城市二手汽车市场发展状况	260
(1) 杭州市二手汽车市场分析	260
(2) 宁波市二手汽车市场分析	261
5.9 河北省二手汽车市场发展状况	262
5.9.1 河北省二手汽车市场发展情况	262
5.9.2 重点城市二手汽车市场发展情况	262
(1) 石家庄市二手汽车交易市场发展情况	262
(2) 保定市二手汽车交易市场发展情况	263
5.10 天津市二手汽车市场发展状况	264
5.10.1 天津市二手汽车市场交易规模	264
(1) 交易量	264
(2) 交易金额	265
(3) 交易车型结构	265
5.10.2 天津二手车交易市场	266
5.10.3 北京限购令对天津二手汽车市场的影响	266
5.10.4 天津市二手汽车市场发展动向	266
5.11 湖北省二手汽车市场发展状况	267
5.11.1 湖北省二手汽车市场发展状况	267
5.11.2 武汉市二手汽车市场发展状况	267
5.11.3 湖北省二手汽车市场发展动向	268
第6章 中国二手汽车市场重点企业经营状况分析	270
6.1 上海车王二手车经营有限公司经营情况分析	270
6.1.1 企业发展简况分析	270
6.1.2 企业主营业务分析	270
6.1.3 企业经营模式分析	270
6.1.4 企业配套服务分析	270
6.1.5 企业规模实力分析	271
6.1.6 企业最新发展动向	271
6.1.7 企业竞争优势分析	271
6.2 深圳市澳康达二手车交易经纪有限公司经营情况分析	272
6.2.1 企业发展简况分析	272

6.2.2 企业主营业务分析	273
6.2.3 企业经营模式分析	273
6.2.4 企业业务资质分析	273
6.2.5 企业配套服务分析	273
6.2.6 企业竞争优势劣势分析	273
6.3 武汉汉西旧机动车交易市场经营情况分析	274
6.3.1 企业发展简况分析	274
6.3.2 企业主营业务分析	274
6.3.3 企业经营情况分析	274
6.3.4 企业配套服务分析	275
6.3.5 企业服务资质分析	275
6.3.6 企业竞争优势劣势分析	275
6.4 上海诚新二手车经营管理有限公司经营情况分析	276
6.4.1 企业发展简况分析	276
6.4.2 企业经营业务分析	276
6.4.3 企业股权结构分析	276
6.4.4 企业经营特点分析	276
6.4.5 企业配套服务分析	277
6.4.6 企业竞争优势劣势分析	277
6.5 天津空港二手车交易市场有限公司经营情况分析	277
6.5.1 企业发展简况分析	277
6.5.2 企业主营业务分析	278
6.5.3 企业经营情况分析	278
6.5.4 企业配套服务分析	278
6.5.5 企业业务资质分析	278
6.5.6 企业竞争优势劣势分析	278
6.6 大连旧机动车交易市场有限公司经营情况分析	279
6.6.1 企业发展简况分析	279
6.6.2 企业主营业务分析	279
6.6.3 企业经营情况分析	279
6.6.4 企业发展战略规划	279
6.6.5 企业竞争优势劣势分析	281

6.7 中进真容汽车投资管理（北京）有限公司经营情况分析	281
6.7.1 企业发展简况分析	281
6.7.2 企业主营业务分析	281
6.7.3 企业经营特色分析	281
6.7.4 企业配套服务分析	282
6.7.5 企业竞争优势劣势分析	282
6.8 广州市千里发汽车服务有限公司经营情况分析	282
6.8.1 企业发展简况分析	282
6.8.2 企业经营业务分析	282
6.8.3 企业经营环境分析	283
6.8.4 企业业务资质分为	283
6.8.5 企业最新发展动向	283
6.8.6 企业竞争优势劣势分析	283
6.9 卓杰行二手车有限公司经营情况分析	284
6.9.1 企业发展简况分析	284
6.9.2 企业主营业务分析	284
6.9.3 企业经营特色分析	284
6.9.4 企业配套服务分析	284
6.9.5 企业竞争优势劣势分析	285
6.10 安徽旧机动车交易中心经营情况分析	285
6.10.1 企业发展简况分析	285
6.10.2 企业主营业务分析	286
6.10.3 企业经营情况分析	286
6.10.4 企业配套服务分析	286
6.10.5 企业人力资源分析	286
6.10.6 企业竞争优势劣势分析	286
6.11 易车汇二手车置换信息有限公司经营情况分析	287
6.11.1 企业发展简况分析	287
6.11.2 企业主营业务分析	287
6.11.3 企业经营情况分析	287
6.11.4 企业业务原则分析	287
6.11.5 企业竞争优势劣势分析	288

6.12 宁波嘉和汇汽车经纪有限公司经营情况分析	288
6.12.1 企业发展简况分析	288
6.12.2 企业主营业务分析	288
6.12.3 企业经营情况分析	288
6.12.4 企业业务资质分析	288
6.12.5 企业竞争优劣势分析	289
6.13 北京旧机动车交易市场有限公司经营情况分析	289
6.13.1 企业发展简况分析	289
6.13.2 企业主营业务分析	290
6.13.3 企业经营模式分析	290
6.13.4 企业占地规模分析	292
6.13.5 企业竞争优劣势分析	293
6.14 宁波宁兴丰田汽车销售服务有限公司经营情况分析	295
6.14.1 企业发展简况分析	295
6.14.2 企业主营业务分析	295
6.14.3 企业经营模式分析	296
6.14.4 企业竞争优劣势分析	296
6.15 成都鑫迪克二手车有限公司经营情况分析	296
6.15.1 企业发展简况分析	296
6.15.2 企业经营业务分析	297
6.15.3 企业配套服务分析	297
6.15.4 企业服务网点分析	297
6.15.5 企业业务资质分析	298
6.15.6 企业竞争优劣势分析	298
6.16 成都蚂蚁王二手汽车服务有限责任公司经营情况分析	298
6.16.1 企业发展简况分析	298
6.16.2 企业主营业务分析	299
6.16.3 企业配套服务分析	299
6.16.4 企业服务流程分析	299
6.16.5 企业竞争优劣势分析	299
6.17 重庆中汽西南二手车交易市场有限公司经营情况分析	299
6.17.1 企业发展简况分析	299

6.17.2 企业主营业务分析	300
6.17.3 企业经营情况分析	300
6.17.4 企业竞争优劣势分析	300
6.18 济南华瑞源二手车市场经营情况分析	301
6.18.1 企业发展简况分析	301
6.18.2 企业主营业务分析	301
6.18.3 企业特色服务分析	301
6.18.4 企业业务资质分析	302
6.18.5 企业竞争优劣势分析	302
6.19 广东大昌行喜龙二手车交易市场有限公司经营情况分析	302
6.19.1 企业发展简况分析	302
6.19.2 企业主营业务分析	303
6.19.3 企业配套服务分析	303
6.19.4 企业业务资质优势	304
6.19.5 企业竞争优劣势分析	304
6.20 太原旧机动车交易中心有限公司经营情况分析	304
6.20.1 企业发展简况分析	304
6.20.2 企业主营业务分析	304
6.20.3 企业业务规模分析	305
6.20.4 企业业务流程分析	305
6.20.5 企业竞争优劣势分析	305
6.21 广东省东莞市旧机动车交易中心有限公司经营情况分析	305
6.21.1 企业发展简况分析	305
6.21.2 企业主营业务分析	306
6.21.3 企业业务模式分析	306
6.21.4 企业荣誉资质分析	306
6.21.5 企业竞争优劣势分析	307
6.22 山东梁山二手车交易市场经营情况分析	308
6.22.1 企业发展简况分析	308
6.22.2 企业主营业务分析	308
6.22.3 企业经营情况分析	308
6.22.4 企业网络运营平台分析	309

6.22.5 企业竞争优劣势分析	309
6.23 江西旧机动车交易中心有限公司经营情况分析	310
6.23.1 企业发展简况分析	310
6.23.2 企业主营业务分析	310
6.23.3 企业业务升级分析	310
6.23.4 企业竞争优劣势分析	310
6.24 江苏天诚旧机动车交易市场经营情况分析	311
6.24.1 企业发展简况分析	311
6.24.2 企业主营业务分析	311
6.24.3 企业经营情况分析	311
6.24.4 企业竞争优劣势分析	312
6.25 广西旧机动车交易市场有限责任公司经营情况分析	312
6.25.1 企业发展简况分析	312
6.25.2 企业主营业务分析	312
6.25.3 企业经营情况分析	312
6.25.4 企业配套服务分析	313
6.25.5 企业竞争优劣势分析	313
6.26 江苏通源旧机动车交易市场有限公司经营情况分析	314
6.26.1 企业发展简况分析	314
6.26.2 企业经营业务分析	314
6.26.3 企业验车流程分析	315
6.26.4 企业交易流程分析	315
6.26.5 企业竞争优劣势分析	315
6.27 浙元通二手车有限公司	316
6.27.1 企业发展简况分析	316
6.27.2 企业经营状况分析	316
6.27.3 企业二手车业务分析	316
6.27.4 企业营销与服务分析	317
6.27.5 企业竞争战略分析	317
6.27.6 企业竞争优劣势分析	317
6.28 上海开新旧机动车经纪有限公司经营情况分析	318
6.28.1 企业发展简况分析	318

6.28.2 企业主营业务分析	318
6.28.3 企业配套服务分析	318
6.28.4 企业核心服务分析	318
6.28.5 企业竞争优劣势分析	318
6.29 神州租车控股有限公司经营情况分析	319
6.29.1 企业发展简况分析	319
6.29.2 企业主要服务产品	323
6.29.3 企业售后服务分析	323
6.29.4 企业服务渠道分析	323
6.29.5 企业经营优劣势分析	323
6.30 杭州安卡网络技术有限公司经营情况分析	324
6.30.1 企业发展简况分析	324
6.30.2 企业主营业务分析	324
6.30.3 企业客户群体分析	324
6.30.4 企业经营优劣势分析	324
6.31 北京易车互联信息技术有限公司经营情况分析	325
6.31.1 企业发展简况分析	325
6.31.2 企业主营业务分析	325
6.31.3 企业配套服务分析	325
6.31.4 企业服务市场分析	326
6.31.5 企业竞争优劣势分析	326
6.32 上海艾车二手车连锁经营有限公司	327
6.32.1 企业发展简况分析	327
6.32.2 企业经营状况分析	327
6.32.3 二手车业务分析	327
6.32.4 企业营销与服务分析	327
6.32.5 企业竞争战略分析	328
6.32.6 企业竞争优劣势分析	328
6.33 车易拍	328
6.33.1 企业发展简况分析	328
6.33.2 企业经营状况分析	328
6.33.3 二手车业务分析	329

6.33.4 电子商务模式分析	329
6.33.5 企业竞争战略分析	329
6.33.6 企业发展动态分析	329
6.33.7 企业竞争优劣势分析	330
6.34 优信拍	330
6.34.1 企业发展简况分析	330
6.34.2 企业经营状况分析	330
6.34.3 二手车业务分析	330
6.34.4 电子商务模式分析	331
6.34.5 企业营销与服务分析	331
6.34.6 企业发展愿景分析	331
6.34.7 企业发展动态分析	332
6.34.8 企业竞争优劣势分析	332
6.35 上海平安汽车电子商务有限公司经营情况分析	333
6.35.1 企业发展简况分析	333
6.35.2 企业主营业务分析	334
6.35.3 企业配套服务分析	334
6.35.4 企业战略定位分析	334
6.35.5 企业服务市场分析	334
6.35.6 企业竞争优劣势分析	334

第7章 中国二手汽车市场需求前景与投资分析 335

7.1 二手汽车市场需求趋势分析	335
7.1.1 二手汽车市场发展趋势分析	335
7.1.2 二手汽车市场需求规模预测	336
(1) 二手汽车交易量预测	336
(2) 二手汽车交易金额预测	336
7.2 中国二手汽车市场的投资分析(ZY PXS)	337
7.2.1 二手汽车市场的投资前景分析	337
(1) 二手汽车市场政策风险分析	337
(2) 二手汽车市场竞争风险分析	337
(3) 二手汽车行业市场波动风险	338

(4) 二手汽车市场其他风险分析	338
7.2.2 二手汽车市场投资特性分析	338
(1) 二手汽车市场进入壁垒分析	338
(2) 二手汽车市场盈利模式分析	339
(3) 二手汽车市场盈利因素分析	339
7.2.3 二手汽车市场投资机会分析	340
(1) 拍卖市场交易竞拍	340
(2) 二手汽车电子商务	342

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/F29847PJAV.html>