

2017-2023年中国二手车行业分析与发展前景评估报告

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

《2017-2023年中国二手车行业分析与发展前景评估报告》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/Z22719IUK2.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

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国二手车行业分析与发展前景评估报告》共十一章。首先介绍了二手车相关概念及发展环境，接着分析了中国二手车规模及消费需求，然后对中国二手车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国二手车面临的机遇及发展前景。您若想对中国二手车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 2014-2016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 互联网基础设施建设日趋完善
 - 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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 新疆自治区

第十章 2014-2016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 Beepi
 - 10.4.1 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（ZYLT）

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 2017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 对2017-2023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 2017-2023年中国二手车交易量预测

11.5.3 2017-2023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》（2016年修正版）

图表目录：

图表1 2014-2016年中国汽车月度销量及增速

图表2 2014-2016年中国乘用车月度销量及增速

图表3 2014-2016年中国商用车月度销量及增速

图表4 2012-2016年中国汽车保有量规模

图表5 2014-2016年汽车工业重点企业（集团）工业经济效益综合指数

图表6 2014-2016年汽车工业重点企业（集团）工业增加值增速

图表7 2014-2016年汽车工业重点企业（集团）工业总产值增速

图表8 2016年汽车工业重点企业（集团）营业收入增长率

图表9 2016年汽车工业重点企业（集团）利润总额增长率

图表10 2012-2016年我国新车销量增速与二手车交易量增速对比

图表11 2011-2016年全国居民人均可支配收入及其增速

图表12 2012-2016年中国农村和城镇居民人均可支配收入

图表13 中国二手车市场各渠道成交占比

图表14 2014年中国电子平台二手车交易量

图表15 二手车交易增值税调整及影响

图表16 2012-2016年美国新车和二手车交易量

图表17 2012-2016年美国二手车交易价格

图表18 2016年美国特许经销商不同车龄二手车的毛利率

图表19 美国二手车交易规则

图表20 美国二手车流通特点

图表21 2014-2016年全国二手车交易市场环比增速

图表22 2011-2016年全国二手车交易量及增速

图表23 2016年全国二手车交易量

图表24 2016年中国二手车经理人指数

图表25 2016年12月中国二手车市场总需求走势

图表26 2016年12月中国二手车线上线下集客量走势

图表27 2016年12月中国二手车价格走势

图表28 2016年12月中国二手车销售量走势

图表29 2016年12月中国二手车库存量走势

图表30 2016年全国六大区域交易量占比

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/Z22719IUK2.html>