

2020-2026年中国二手车市场深度分析与行业前景预测报告

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年中国二手车市场深度分析与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202002/153042.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

随着我国居民人均收入的提高和消费结构的升级，人们的购车意识增强，购车需求持续增长。此外，库存融资、消费信贷等汽车金融的发展，减轻了消费者的经济负担，便利了购车流程，有效地推动了二手车电商市场。数据显示，2019年，中国二手车交易量达到1240.09万辆，同比增长19.33%。预计到2019年中国二手车交易量将达到1507万辆，未来五年(2018-2022)年均复合增长率约为17.12%，2022年中国二手车交易量将达到2836万辆。

报告目录

第一章 二手车行业发展概述

第一节 行业界定

一、二手车行业定义及分类

二、二手车行业经济特性

三、二手车行业产业链简介

第二节 二手车行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 二手车行业相关产业动态

第二章 国内二手车行业品牌产品市场规模分析

第一节 2015-2019年二手车市场规模分析

第二节 我国二手车区域结构分析

第三节 二手车区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2020-2026年二手车市场规模预测

第三章 2015-2019年我国二手车行业发展现状分析

第一节我国二手车行业发展现状

一、二手车行业品牌发展现状

二、二手车行业需求市场现状

三、二手车市场需求层次分析

四、我国二手车市场走向分析

第二节中国二手车产品技术分析

一、2015-2019年二手车产品技术变化特点

二、2015-2019年二手车产品市场的新技术

三、2015-2019年二手车产品市场现状分析

第三节中国二手车行业存在的问题

一、二手车产品市场存在的主要问题

二、国内二手车产品市场的三大瓶颈

三、二手车产品市场遭遇的规模难题

第四节对中国二手车市场的分析及思考

一、二手车市场特点

二、二手车市场分析

三、二手车市场变化的方向

四、中国二手车行业发展的新思路

五、对中国二手车行业发展的思考

第四章2015-2019年国内二手车行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 二手车产量统计分析

第二节 二手车历年消费量统计分析

第三节 国内二手车行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 二手车产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 二手车产品的品牌市场调查

一、消费者对二手车品牌认知度宏观调查

二、消费者对二手车产品的品牌偏好调查

三、消费者对二手车品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、二手车品牌忠诚度调查

六、二手车品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五章 国内二手车行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对二手车行业品牌发展的重要性

第三节 二手车行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 中国二手车行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节 国内二手车行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第六章 国内二手车行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2019年国内二手车行业进出口量分析

- 一、国内二手车行业进口分析
- 二、国内二手车行业出口分析

第二节 2020-2026年国内二手车行业进出口市场预测分析

- 一、2020-2026年国内二手车行业进口预测
- 二、2020-2026年国内二手车行业出口预测

第七章 二手车国内重点生产厂家分析

第一节 A公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 B公司

- 一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第六节F公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第八章 国内二手车行业品牌竞争格局分析

第一节二手车行业历史竞争格局概况

一、二手车行业集中度分析

二、二手车行业竞争程度分析

第二节二手车行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节2020-2026年国内二手车行业品牌竞争格局展望

第九章2020-2026年国内二手车行业品牌发展预测

第一节2020-2026年二手车行业品牌市场财务数据预测

一、2020-2026年二手车行业品牌市场规模预测

二、2020-2026年二手车行业总产值预测

三、2020-2026年二手车行业利润总额预测

四、2020-2026年二手车行业总资产预测

第二节2020-2026年二手车行业供需预测

一、2020-2026年二手车产量预测

二、2020-2026年二手车需求预测

三、2020-2026年二手车供需平衡预测

五、2020-2026年主要二手车产品进出口预测

第三节2020-2026年二手车行业投资机会

一、2020-2026年二手车行业主要领域投资机会

二、2020-2026年二手车行业出口市场投资机会

三、2020-2026年二手车行业企业的多元化投资机会

第四节 影响二手车行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响二手车行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响二手车行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响二手车行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国二手车行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国二手车行业发展面临的机遇分析

第五节2020-2026年二手车行业投资风险及控制策略分析

一、二手车行业市场风险及控制策略

二、二手车行业政策风险及控制策略

三、二手车行业经营风险及控制策略

四、二手车行业技术风险及控制策略

五、二手车行业同业竞争风险及控制策略

六、二手车行业其他风险及控制策略

第十章2020-2026年国内二手车行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 二手车行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 二手车行业投资价值分析

一、2015-2019年二手车市场趋势总结

二、2020-2026年二手车发展趋势分析

三、2020-2026年二手车市场发展空间

四、2020-2026年二手车产业政策趋向

五、2020-2026年二手车技术革新趋势

六、2020-2026年二手车价格走势分析

第四节 二手车行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节 二手车行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十一章 业内对国内二手车行业总结及企业经营战略建议

第一节 二手车行业问题总结

第二节 2020-2026年二手车行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2020-2026年二手车行业企业的资本运作模式

一、二手车行业企业国内资本市场的运作建议

二、二手车行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2020-2026年二手车行业企业营销模式建议

一、二手车行业企业的国内营销模式建议

二、二手车行业企业海外营销模式建议

第五节二手车市场的重点客户战略实施

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

图表目录

图表：二手车业生命周期

图表：二手车业从业人数

图表：2015-2019年全球二手车业市场规模

图表：2015-2019年中国二手车业市场规模

图表：2015-2019年二手车业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国二手车市场占全球份额比较

图表：2015-2019年二手车业工业总产值

图表：2015-2019年二手车业销售收入

图表：2015-2019年二手车业利润总额

图表：2015-2019年二手车业资产总计

图表：2015-2019年二手车业负债总计

图表：2020-2026年二手车业竞争力预测

图表：2020-2026年二手车市场价格走势预测

图表：2020-2026年二手车业主营业务收入预测

图表：2020-2026年二手车业主营业务成本预测

图表：2020-2026年二手车业销售费用预测

图表：2020-2026年二手车业管理费用预测

图表：2020-2026年二手车业财务费用预测

图表：2020-2026年二手车业销售毛利率预测

图表：2020-2026年二手车业销售利润率预测

图表：2020-2026年二手车业成本费用利润率预测

图表：2020-2026年二手车业总资产利润率预测

图表：2014-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2019年居民消费价格涨跌幅度

……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153042.html>