

2020-2026年中国二手车市场全景调查与投资战略报告

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年中国二手车市场全景调查与投资战略报告》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/201910/144482.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国二手车市场全景调查与投资战略报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 二手车行业相关概述

1.1 二手车行业定义及特点

1.1.1 二手车行业的定义

1.1.2 二手车行业产品/服务特点

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

1.3 二手车行业经营模式分析

1.3.1 生产模式

1.3.2 采购模式

1.3.3 销售模式

第二章 2015-2019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 潜在消费者分析

2.2.2 二手车消费市场潜力

2.2.3 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

第三章 2015-2019年中国二手车行业发展环境分析

3.1 二手车行业政治法律环境（P）

3.1.1 《二手车流通管理办法》

3.1.2 《二手车流通企业经营管理办法》

3.1.3 《二手车交易规范》

3.1.4 《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》

3.1.5 《机动车强制报废标准规定》

3.1.6 《车辆购置税征收管理办法》

3.2 二手车行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 二手车行业社会环境分析（S）

3.3.1 二手车产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

第四章 全球二手车行业发展概述

4.1 2015-2019年全球二手车行业发展情况概述

4.1.1 全球二手车行业发展现状

4.1.2 全球二手车行业发展特征

1、交易规模特征

2、市场流通特征

- 3、收售评估体制
- 4、交易模式特征
- 5、其他特征分析
- 4.1.3 全球二手车行业市场规模
- 4.2 2015-2019年全球主要地区二手车行业发展状况
 - 4.2.1 欧洲二手车行业发展情况概述
 - 4.2.2 美国二手车行业发展情况概述
 - 4.2.3 日韩二手车行业发展情况概述
- 4.3 2020-2026年全球二手车行业发展前景预测
 - 4.3.1 全球二手车行业市场规模预测
 - 4.3.2 全球二手车行业发展前景分析
 - 4.3.3 全球二手车行业发展趋势分析
- 4.4 全球二手车行业重点企业发展动态分析

第五章 中国二手车行业发展概述

- 5.1 中国二手车行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国二手车行业发展阶段
 - 5.1.2 中国二手车行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国二手车行业发展特点分析
- 5.2 2015-2019年二手车行业发展现状
 - 5.2.1 2015-2019年中国二手车行业市场规模
 - 5.2.2 2015-2019年中国二手车行业发展分析
 - 5.2.3 2015-2019年中国二手车市场发展现状特征
 - 1、二手车交易量偏低
 - 2、二手车供给不充分
 - 3、用户接受度较低
 - 4、用户群体特征
- 5.3 2020-2026年中国二手车行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国二手车行业面临的困境及对策
 - 1、中国二手车行业面临困境
 - 2、中国二手车行业对策探讨
 - 5.3.2 中国二手车企业发展困境及策略分析

- 1、中国二手车企业面临的困境
- 2、中国二手车企业的对策探讨
- 5.3.3 中国二手车行业的发展建议
 - 1、大力发展品牌二手车经营
 - 2、推动交易市场优化升级
 - 3、加快信息化建设进程
 - 4、完善相关政策和制度
 - 5、推广二手车认证制度
 - 6、建立二手车历史档案

第六章 2015-2019年中国二手车电商市场发展分析

6.1 二手车电商市场竞争优势

- 6.1.1 快速拓展市场
- 6.1.2 缩减销售成本
- 6.1.3 竞争更透明化
- 6.1.4 信息的公开化
- 6.1.5 形成规模效应

6.2 2015-2019年中国二手车电商市场发展综述

- 6.2.1 二手车电商发展周期
- 6.2.2 二手车电商发展阶段
- 6.2.3 二手车电商产业链
- 6.2.4 二手车电商竞争格局
- 6.2.5 二手车电商市场主体

6.3 2015-2019年中国二手车电商市场规模分析

- 6.3.1 二手车电商交易规模
- 6.3.2 二手车电商市场渗透率
- 6.3.3 二手车电商2B模式规模

6.4 中国二手车电商商业模式分析

- 6.4.1 网上竞价交易平台
- 6.4.2 C2C虚拟寄售模式
- 6.4.3 B2C卖场模式
- 6.4.4 交易服务资讯平台

6.4.5 简单收购模式

6.4.6 第三方信息服务平台

第七章 2014-2016中国二手车流通经营管理分析

7.1 二手车流通概述

7.1.1 二手车交易链介绍

7.1.2 二手车流通的要求

7.1.3 二手车流通过程条件

7.1.4 二手车流通监管措施

7.2 中国二手车市场参与主体分析

7.2.1 二手车交易市场

7.2.2 二手车鉴定评估机构

7.2.3 二手车拍卖公司

7.2.4 二手车经营公司

7.3 中国二手车流通体系现状特征

7.3.1 区域集中度高

7.3.2 经营主体分散

7.3.3 评估体系缺失

7.3.4 专业化分工缺失

7.4 中国二手车经营格局的瓶颈分析

7.4.1 交易市场水平较低

7.4.2 缺乏现代经营手段

7.4.3 经营方式单一

7.4.4 4S店发展不成熟

第八章 2015-2019年中国二手车交易渠道分析

8.1 二手车交易渠道概述

8.1.1 二手车交易渠道概述

8.1.2 二手车交易渠道格局

8.1.3 二手车交易渠道趋势

8.1.4 二手车交易产品定位

8.2 中国二手车交易主流渠道介绍

- 8.2.1 整车厂经销商
- 8.2.2 独立二手车经销商
- 8.2.3 C2C模式
- 8.2.4 线上平台
- 8.3 OEM渠道分析
 - 8.3.1 OEM渠道介绍
 - 8.3.2 OEM渠道的优势
 - 8.3.3 OEM渠道定价分析
- 8.4 在线拍卖渠道分析
 - 8.4.1 在线拍卖渠道介绍
 - 8.4.2 在线拍卖渠道的优势
 - 8.4.3 在线拍卖渠道关键因素
- 8.5 品牌经销渠道分析
 - 8.5.1 品牌经销模式
 - 8.5.2 品牌经销交易模式
 - 8.5.3 品牌经销渠道现状
 - 8.5.4 品牌经销渠道的优势

第九章 2015-2019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 二手车外迁情况

9.4 浙江省

9.4.1 二手车交易规模

9.4.2 市场存在的问题

9.5 山东省

9.5.1 市场交易结构

9.5.2 加强市场整治

第十章 中国二手车行业领先企业竞争力分析

10.1 广汇汽车服务股份公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.2 浙江金固股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.3 芜湖亚夏汽车股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.4 优信集团竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.5 车易拍竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.6 瓜子二手车直卖网竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.7 华夏二手车网竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

第十一章 2020-2026年中国二手车行业发展趋势与前景分析

11.1 2020-2026年中国二手车市场发展前景

11.1.1 2020-2026年二手车市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年二手车市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年二手车细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年中国二手车市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年二手车行业发展趋势

11.2.2 2020-2026年二手车市场规模预测

11.2.3 2020-2026年二手车行业应用趋势预测

11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

第十二章 2020-2026年中国二手车行业投资前景

12.1 二手车行业投资机会分析

12.1.1 产业链投资机会

- 12.1.2 细分市场投资机会
- 12.1.3 重点区域投资机会
- 12.1.4 产业发展的空白点分析
- 12.2 二手车行业投资风险分析
 - 12.2.1 二手车行业政策风险
 - 12.2.2 宏观经济风险
 - 12.2.3 市场竞争风险
 - 12.2.4 关联产业风险
 - 12.2.5 产品结构风险
 - 12.2.6 技术研发风险
 - 12.2.7 其他投资风险
- 12.3 二手车行业投资潜力与建议
 - 12.3.1 二手车行业投资潜力分析
 - 12.3.2 二手车行业最新投资动态
 - 12.3.3 二手车行业投资机会与建议

第十三章 2020-2026年中国二手车企业投资战略分析

- 13.1 战略综合规划
- 13.2 技术开发战略
- 13.3 区域战略规划
- 13.4 产业战略规划
- 13.5 营销品牌战略
- 13.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议
 - 14.2.1 行业发展策略建议
 - 14.2.2 行业投资方向建议
 - 14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：二手车行业特点

图表：二手车行业生命周期

图表：二手车行业产业链分析

图表：2015-2019年二手车行业市场规模分析

图表：2020-2026年二手车行业市场规模预测

图表：中国二手车行业盈利能力分析

图表：中国二手车行业运营能力分析

图表：中国二手车行业偿债能力分析

图表：中国二手车行业发展能力分析

图表：中国二手车行业经营效益分析

图表：2015-2019年二手车重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国二手车行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国二手车行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国二手车行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国二手车竞争力分析

图表：2020-2026年中国二手车产能预测

图表：2020-2026年中国二手车消费量预测

图表：2020-2026年中国二手车市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国二手车发展趋势预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144482.html>