

2019-2025年中国二手车行业市场前景预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国二手车行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/414982.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

在传统的消费者购买二手车的过程中，获取车辆信息主要从4S店、二手车市场、熟人等渠道获取车辆信息并进行对比筛选，并最终决策购买。随着互联网技术的发展与普及以及二手车电商平台的崛起，消费者及汽车用户获取信息渠道更多的来自于线上。2018年年底汽车电商用户超1000万，且呈逐年上升趋势。

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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2019-2025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 2014-2018年二手车行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2018年中国二手车行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2018年中国二手车行业发展分析
 - 5.2.3 2014-2018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 2019-2025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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 二手车流通程序条件

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 2014-2018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 2014-2018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 2019-2025年中国二手车行业发展趋势与前景分析

11.1 2019-2025年中国二手车市场前景

- 11.1.1 2019-2025年二手车市场发展潜力
- 11.1.2 2019-2025年二手车市场前景展望
- 11.1.3 2019-2025年二手车细分行业发展前景分析
- 11.2 2019-2025年中国二手车市场发展趋势预测
- 11.2.1 2019-2025年二手车行业发展趋势
- 11.2.2 2019-2025年二手车市场规模预测
- 11.2.3 2019-2025年二手车行业应用趋势预测
- 11.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测

第十二章 2019-2025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 2019-2025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

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：2014-2018年二手车行业市场规模分析

图表：2019-2025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：2014-2018年二手车重要数据指标比较

图表：2014-2018年中国二手车行业销售情况分析

图表：2014-2018年中国二手车行业利润情况分析

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/414982.html>