

2014-2020年中国二手车市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国二手车市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1409/S02716A206.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国二手车市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十四章，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！

第一章 二手车定义及相关介绍 19

第一节 二手车简介 19

第二节 二手车定义 19

第三节 二手车的优点 19

一、相对新车二手车优点 19

二、购买二手车的优势 20

第四节 二手车适合人群 21

第五节 购买二手车所需要的手续 22

第六节 二手车交易的流程 23

第二章 中国二手车发展现状 29

第一节 中国汽车工业的发展历程 29

第二节 中国二手车市场的发展历程 30

第三章 全球二手车交易市场现状 32

第一节 发达国家二手车市场发展现状 32

第二节 发达国家二手车交易市场发展特点 33

一、交易量巨大形成规模效应 33

二、价格较低流通频率高 33

三、信息透明售后服务有保障 34

四、评估体系健全 36

五、旧车享受售后服务 37

六、行业自律自我管理 37

第三节 全球部分国家二手车交易市场发展分析 37

一、美国 37

二、日本 38

第四章 2013中国二手车交易市场现状 39

第一节 2013年中国二手车市场发展现状 39

一、综述 39

二、中国二手车市场结构分析 41

三、中国不同区域二手车市场表现 42

四、不同车龄及车系市场分析 42

五、不同价位二手车市场表现 44

第二节 中国二手车市场发展特点 47

一、综述 47

二、中国乘用车二手车市场特征及发展趋势 48

第三节 中国二手车市场存在的问题及解决办法 49

一、存在的问题 49

二、解决办法 50

第四节 影响二手车价格的主要因素 52

一、主要因素 52

二、二手车保值率高低 53

三、是否具备正常的过户手续 53

四、时下车市大环境影响 54

第五节 制约中国二手车市场发展因素分析 55

一、信息不对称诚信缺失 55

二、行业准入门槛低竞争加剧 56

三、流通性差限制行业发展 57

四、落后的评估系统需改革 57

五、消费观念制约行业发展 58

第五章 2013-2013中国二手车区域市场分析 59

第一节 广东省 59

一、2013-2014年广东省成交量分析	59
二、广东省二手车交易市场发展趋势分析	59
第二节 北京市	61
一、2013-2014年北京成交量分析	61
二、2009-2014年北京市二手车交易量分析	62
三、北京地区二手车价格区间与保值率分析	63
四、北京的二手车报价重回战国时代	65
四、北京二手车市场四大发展趋势	67
第三节 上海市	68
一、2013-2014年上海成交量分析	68
二、上海市二手车交易市场发展趋势分析	69
第四节 山东省	69
一、2013-2014年山东省成交量分析	69
二、2009-2014年山东省二手车交易量分析	70
三、山东省二手车交易市场发展趋势	71
第五节 四川省	72
一、2013-2014年四川省成交量分析	72
二、2009-2014年四川省二手车交易量分析	72
三、四川省二手车交易市场发展趋势	73
第六章 中国汽车消费者分析	76
第一节 消费者心理及行为分析	76
一、汽车消费者消费行为分析	76
二、潜在汽车消费者购物行为分析	78
三、中国高档豪华车用户调查分析	84
第二节 2013年度汽车消费信誉度调查	89
第三节 2013年网民汽车消费行为偏好分析	97
第四节 2013年网民购车意向及品牌偏好研究分析	105
一、网民总体购车意向	105
二、车型品牌选择意向分析	106
第五节 中国汽车信贷消费者群体分析	111
第六节 2013年中国汽车潜在消费者人群特征分析	114

第七节 北京汽车消费市场分析 116

第七章 2013年中国二手车行业市场消费行为调研 121

第一节 消费者购买二手车意向分析 121

一、消费者购买二手车意向 121

二、购买二手车主要动机 121

第二节 2013年消费者对二手车市场发展看法调查 122

第三节 二手车保值率地域区别分析 125

第八章 2013年中国二手车行业主要经营模式分析 128

第一节 全球主要国家二手车的经营方式 128

一、日本二手车市场现状 128

二、韩国二手车市场现状 133

三、德国二手车市场现状 134

四、瑞士二手车市场现状 137

五、美国二手车市场现状 139

六、澳大利亚二手车市场现状 141

第二节 2013年中国二手车经营主体分析 142

一、中国二手车各经营主体市场结构分析 142

二、网络结盟式二手车经销店 148

三、整车厂家为代表的品牌二手车店 149

四、二手车连锁店 149

五、二手车拍卖公司 150

六、二手车交易市场 150

七、二手车经纪公司 150

第三节 2013年中国二手车行业主要经营模式分析 151

一、品牌化经营模式 151

二、成立经营实体 151

三、经营多元化模式 152

四、市场经营批发二手车业务模式 152

五、发展相关配套业务 153

第九章 中国二手车市场营销模式探析 154

第一节 中国二手汽车市场营销环境分析 154

- 一、二手汽车相关政策促进二手汽车市场发展 154
- 二、新车产销量和经济增长促进二手汽车交易 156
- 三、市场信息表明中国二手汽车市场正蓬勃发展 156

第二节 中国二手车市场营销模式探析 157

- 一、建立二手汽车市场信息平台 157
- 二、规范第三方二手汽车评估体系 157
- 三、加强培养二手汽车行业从业人才 158

第三节 国内外二手车交易环节差异分析 159

第十章 2013-2014年中国二手车交易市场竞争格局分析 168

第一节 2013-2014年中国二手车交易竞争现状分析 168

- 一、二手车交易市场竞争环境分析 168
- 二、自主品牌二手车竞争激烈 169

第二节 中国二手车交易潜在进入者竞争分析 169

第三节 中国二手车交易市场提升竞争力策略分析 170

第十一章 中国汽车产业发展的趋势 176

第一节 中国汽车行业预测 176

- 一、2014-2020年汽车市场销量预测 176
- 二、2014-2020年客车销量预测 176
- 三、2014-2020年中国汽车年产量预测 177
- 四、2014-2020年中国汽车工业产业规模预测 178
- 五、2014-2020年中国电动汽车市场销量规模预测 178
- 六、2014-2020年轿车市场需求预测 179
- 七、未来新能源车市场预测 180
- 八、未来专用汽车行业发展趋势预测 182
- 九、未来各地区客车拥有量预测 185
- 十、未来客车产品需求变化预测 186
- 十一、未来汽车零部件市场趋势预测 187
- 十二、未来客车行业政策法规预测 189

十三、未来客车出口预测 189

十四、未来豪华车的国产化趋势 190

第二节 中国汽车发展趋势 193

一、2014-2020年汽车行业前景预测 193

二、2014-2020年汽车及零部件产销形势预测 194

第十二章 2014-2020年中国二手车发展前景及趋势分析 195

第一节 中国将成为全球第二大二手车交易市场 195

第二节 中国二手车交易形式发展趋势 195

第三节 2014-2020年中国二手车成交量预测 197

第四节 中国二手车交易市场需求预测 198

第五节 中国二手车交易市场盈利现状及方向预测分析 200

一、二手车交易市场盈利现状 200

二、二手车交易市场未来盈利方向 202

第六节 网购二手车发展前景 203

第七节 品牌二手车成未来发展趋势 204

第八节 品牌二手车的发展趋势 206

第十三章 2014-2020年中国二手车交易市场投资分析 208

第一节 2014-2020年中国二手车交易市场投资环境分析 208

第二节 2014-2020年中国二手车交易市场投资机会分析 221

一、区域投资机会分析 221

二、产业投资热点分析 221

第十四章 博思数据关于中国二手车交易投资风险分析 223

第一节 市场运营风险 223

第二节 政策风险 223

第三节 进入退出风险 224

第四节 管理风险 224

附录 226

一、中国产业研究报告网发布的《二手车流通管理办法》 226

二、中国产业研究报告网发布的《二手车交易规范》 234

图表1：二手车交易流程	23
图表2：2013年中国不同区域二手车市场表现	42
图表3：2013-2014年不同车龄市场分析	43
图表4：2013-2014年不同车系市场分析	44
图表5：2013-2014年单月平均交易价格	46
图表6：中国二手乘用车历年销量与增长率	48
图表7：2013-2014年广东省二手车交易量	59
图表8：2013-2014年北京市二手车交易量	61
图表9：2009-2014年北京市二手车交易量	62
图表10：自主品牌	63
图表11：自主品牌不同价格区间	63
图表12：合资品牌	63
图表13：合资品牌不同价格区间	64
图表14：进口品牌	64
图表15：进口品牌不同价格区间	65
图表16：2013-2014年上海市二手车交易量	68
图表17：2013-2014年山东省二手车交易量	69
图表18：2009-2014年山东省二手车交易量	70
图表19：2013-2014年四川省二手车交易量	72
图表20：2009-2014年四川省二手车交易量	72
图表21：25-40岁男性主要购车决定者	76
图表22：25-40岁男性理想的汽车类型	76
图表23：25-40岁男性购买汽车的主要目的	77
图表24：消费者分类	79
图表25：不同消费类型人群所占比率	80
图表26：潜在消费者的购物场所	80
图表27：潜在男女消费者的购物场所	81
图表28：潜在不同年龄消费者的购物场所	82
图表29：潜在消费者的购物行为	82
图表30：潜在男女消费者的购物行为	83
图表31：潜在不同年龄消费者的购物行为	84
图表32：上网家庭中的汽车拥有率	97

图表33：上网家庭汽车拥有率的城乡分布	98
图表34：上网家庭汽车拥有率的地域分布	98
图表35：上网家庭汽车车系购买分布	99
图表36：上网家庭车系购买和地域分布对应分析	100
图表37：网民车系购买和年代分布对应分析	100
图表38：上网家庭汽车品牌拥有率（总体）	101
图表39：网民汽车品牌偏好（总体）	102
图表40：上网家庭汽车品牌拥有率（50万以上高端车）	103
图表41：汽车用户过去1周的媒体接触	104
图表42：汽车用户的特征指数	104
图表43：2013年网民购车意向	105
图表44：不同地区网民购车意向	106
图表45：消费者车型选择意向	106
图表46：不同区域网民车型选择偏好	107
图表47：汽车排量选择	107
图表48：购车价格预算	108
图表49：微型车品牌选择偏好	108
图表50：小型车品牌选择偏好	109
图表51：紧凑型车品牌选择偏好	109
图表52：中型车品牌选择偏好	109
图表53：中大型车品牌选择偏好	110
图表54：SUV品牌选择偏好	110
图表55：MPV品牌选择偏好	110
图表56：2013年中国汽车消费贷款客户的区域分布（单位：万人）	111
图表57：2013年中国汽车消费贷款客户收入分布（单位：元/月）	112
图表58：2013年中国汽车消费贷款客户年龄分布	112
图表59：2013年中国汽车消费贷款客户职业分布	113
图表60：公众欲购车性别情况	114
图表61：公众欲购车年龄情况	115
图表62：预计半年内公众的购车情况	115
图表63：购买二手车动机分析	121
图表64：消费者会不会选择二手车	122

图表65：消费者看中的二手车档次 123

图表66：消费者眼中二手车相对于新车的优点 123

图表67：消费者眼中二手车的不足 124

图表68：2014-2020年汽车市场销量预测 176

图表69：2014-2020年客车销量预测 176

图表70：2014-2020年中国汽车年产量预测 177

图表71：2014-2020年中国汽车工业产业规模预测 178

图表72：2014-2020年中国电动汽车市场销量规模预测 178

图表73：2014-2020年中国轿车市场需求预测 179

图表74：2014-2020年中国二手车成交量预测 197

图表75：2009-2014年国内生产总值及其增长速度 209

图表76：2009-2014年末国家外汇储备及其增长速度 210

图表77：2009-2014年公共财政收入及其增长速度 211

图表78：2009-2014年社会消费品零售总额及其增长速度 211

图表79：2009-2014年货物进出口总额 212

图表80：2009-2014年全部工业增加值及其增长速度 213

图表81：2013年主要工业产品产量及其增长速度 213

图表82：2009-2014年建筑业增加值及其增长速度 216

图表83：2009-2014年全社会固定资产投资及其增长速度 217

图表84：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 218

图表85：2013年固定资产投资新增主要生产能力 218

图表86：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 219

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合，并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业的系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1409/S02716A206.html>