

2016-2021年中国二手车市场竞争与企业竞争策略分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：二手车市场竞争环境分析	24
1.1 二手车市场政策法律环境分析	24
1.1.1 二手车市场相关政策解读	24
(1) 《二手车鉴定评估技术规范》即将出台	24
(2) 《大气污染防治行动计划》	24
(3) 商务部“汽车流通发展促进绿色循环消费”发布会	25
(4) 《商务部关于促进汽车流通业“十三五”发展的指导意见》	26
(5) 《关于调整汽车以旧换新补贴标准有关事项的通知》提高补贴标准	27
(6) 《关于进一步规范二手车市场秩序促进二手车市场健康发展的意见》	28
(7) 《汽车以旧换新实施办法》	29
(8) 《关于促进汽车消费的意见》	29
(9) “限迁”政策影响全国性的二手车市场进程	30
(10) “限购”政策导致二手车交易市场后劲不足	31
(11) 《汽车产业调整和振兴规划》	31
1.1.2 二手车市场相关法律法规解读	31
(1) 《二手车流通企业经营管理规范》促进市场规范发展	32
(2) 《机动车强制报废标准规定》利好二手车市场	36
(3) 《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》	36
(4) 《关于二手车经营业务有关增值税问题的公告》	37
(5) 新《车辆购置税征收管理办法》	37
(6) 《二手车交易规范》	37
(7) 《二手车流通管理办法》	38
(8) 《旧机动车交易管理办法》	38
1.1.3 政策法律环境对二手车市场的影响分析	39
1.2 二手车市场经济环境分析	39
1.2.1 全球经济环境分析	39
(1) 欧美地区经济发展状况分析	39
(2) 亚太地区经济发展状况分析	40
1.2.2 中国经济发展状况分析	40
(1) 中国GDP发展水平分析	40
(2) 中国工业发展水平分析	42
(3) 中国服务业发展水平分析	44
(4) 中国居民收入消费水平分析	46
1.2.3 经济环境对二手车市场的影响	47
1.3 二手车市场产业环境分析	47
1.3.1 中国汽车保有量分析	47
(1) 2005年以来汽车保有量逐年增长，且保持较高增速	47
(2) 2009年以来汽车保有量占全球比重呈上升趋势	48
(3) 汽车保有量东西部差距较大，华东地区居首位	49
(4) 载客汽车占主导地位，小型载客汽车占较大比重	49
(5) 2016-2021年汽车保有量规模预测	50
1.3.2 中国汽车产销状况分析	51
(1) 2013年前汽车产销呈快速增长态势	51
(2) 2005年以来汽车产销保持同步增长，但增速有所放缓	53
(3) 2009年以来汽车产销占全球比重呈上升趋势，连续四年居世界首位	54
(4) 汽车产销率保持在较高水平	55
(5) 2016-2021年汽车产销量规模预测	56
1.3.3 中国乘用车市场产销分析	56
(1) 2013年前乘用车保持较快增长，增速高于平均水平	56
(2) 2005年以来乘用车产销逐年增长	57
(3) 2005年以来乘用车占总产销较大比重，且呈上升趋势	58

(4) 2012年乘用车产销量结构分析.....	59
(5) 2005年以来轿车/MPV/SUV/交叉型乘用车产销及占比分析.....	60
(6) 2008年以来乘用车品牌分国别销量分析.....	64
(7) 2009年以来轿车分国别销量分析.....	65
(8) 2012年轿车/MPV/SUV热销品牌销量分析.....	66
1.3.4 中国商用车市场产销分析.....	68
(1) 2013年前商用车产销呈现正增长，增速低于平均水平.....	68
(2) 2005年以来商用车产销呈现波动性，下降趋势明显.....	69
(3) 2005年以来商用车占总产销量比重呈下降趋势.....	70
(4) 2012年商用车产销量结构分析.....	71
(5) 2005年以来重/中/微/轻型货车产销量及占比分析.....	72
(6) 2005年以来大/中/轻型客车产销量及占比分析.....	77
(7) 2008年以来客车分地区销量分析.....	80
(8) 2012年客车热销品牌销量分析.....	81
1.3.5 中国汽车进出口状况分析.....	82
(1) 2013年汽车进出口较上年有所下降.....	82
(2) 2005年以来汽车进出口总额呈波动性上升趋势.....	83
(3) 2005年以来汽车进口数量保持稳定增长，出口呈现波动性.....	84
(4) 汽车国际贸易竞争力呈下降趋势.....	84
(5) 乘用车占汽车进出口主导地位.....	85
(6) 小型轿车进进口保持平稳增长，出口呈波动性增长.....	85
(7) 商用车出口大于进口规模，进口数量相对较小.....	85
(8) 货车出口市场快速增长，在商用车出口市场占主导地位.....	86
1.4 二手车市场发展状况分析.....	86
1.4.1 二手车市场规模分析.....	86
(1) 2013年二手车市场保持快速增长，行业发展呈良好态势.....	86
(2) 2005年以来二手车市场交易额呈稳步增长趋势.....	86
(3) 2005年以来二手车市场交易量逐年增长，增速低于交易额增速.....	87
(4) 二手车占新车交易量比重相对稳定，但比值较低.....	88
(5) 中外二手车占新车交易量比重对比分析.....	89
(6) 二手车交易量占保有量比重呈波动性.....	89
(7) 中外二手车占保有量比重对比分析.....	90
(8) 二手车交易对新车贡献率分析.....	90
(9) 二手车市场规模预测.....	90
1.4.2 二手乘用车市场规模分析.....	91
(1) 二手乘用车交易数量保持快速增长，.....	91
(2) 二手乘用车占交易总量的比重较大，呈上升趋势.....	92
(3) 二手乘用车占新乘用车比重低于市场平均水平.....	92
(4) 二手轿车/MPV/SUV/交叉型乘用车市场规模分析.....	93
1.4.3 二手商用车市场规模分析.....	96
(1) 二手商用车交易数量增速低于市场平均水平.....	96
(2) 二手商用车占交易总量的比重低于乘用车.....	97
(3) 二手商用车占新商用车比重在40%左右.....	97
(4) 二手客车/货车市场规模分析.....	98
1.4.4 二手车市场结构分析.....	99
(1) 区域结构：东部地区引领行业发展，中部和东北地区存在差距.....	99
(2) 省份结构：前十名省份基本保持稳定，天津市场发展迅速.....	100
(3) 产品结构：乘用车、私家车成为二手车交易主流.....	101
(4) 车龄结构：3-10年二手车占市场主体地位.....	102
(5) 交易方式：直接交易、本地交易占绝对地位.....	102
(6) 交易主体：以二手车交易市场为主，呈多元化发展.....	102
(7) 市场集中度：市场集中度有所提高，行业引领作用明显增强.....	103
1.4.5 二手车市场价格水平分析.....	104
(1) 二手车市场平均价格呈上升趋势，2012年单价突破5万元.....	104
(2) 库存单价水平呈上升趋势分析.....	105
(3) 不同车龄库存均价：单价与车龄呈负相关关系.....	106
(4) 不同省份：库存单价山东省最低，浙江居首位.....	107
(5) 各级别二手车保值率随车龄增长而下降.....	107
1.4.6 二手车市场竞争结构分析.....	108

(1) 供应商议价能力分析.....	108
(2) 购买者议价能力分析.....	108
(3) 新进入者威胁分析.....	109
(4) 替代品的威胁分析.....	109
(5) 行业内市场竞争分析.....	109
1.4.7 二手车市场存在的问题分析.....	109
(1) 市场发展时间较短, 行业规范不完善, 结构单一.....	109
(2) 二手车市场信息不透明、不对称.....	110
(3) 市场缺乏对车况第三方认证和评估机构.....	110
(4) 市场诚信度低, 售后服务水平有待提升.....	110
(5) 市场区域发展不均衡, 跨区域流通有待完善.....	111
(6) 缺少统一收费标准, 税收征收困难.....	111
(7) 二手车金融跟不上市场发展速度.....	111
1.4.8 二手车市场的发展趋势分析.....	112
(1) 汽车市场换车高峰期到来.....	112
(2) 法规不断完善, 市场逐步信息透明化、市场规范化.....	112
(3) 新车不断降价, 单车利润变薄, 市场进入以量取胜时代.....	112
(4) 交易量高增, 二手车市场进入转型期.....	112
(5) 线上交易平台成为市场发展新希望.....	113
(6) 二手车呈年份缩短、车况趋新、档次升高的趋势.....	113
1.5 二手车细分市场发展分析.....	113
1.5.1 中高端二手车市场发展分析.....	113
(1) 中高端二手车市场需求旺盛.....	113
(2) 中高端二手车市场呈现区域性差异.....	114
(3) 名牌车企推出“置换”业务, 推动中高端市场发展.....	114
(4) 中高端二手车消费群体向多元化发展.....	114
1.5.2 低端二手车市场发展分析.....	114
(1) 低端二手车市场竞争激烈, 利润下降.....	114
(2) 保值率低, 成低端二手车硬伤.....	115
(3) 汽车报废新规利好低端二手车市场.....	115
1.5.3 准新车市场发展分析.....	115
(1) 新车不断上市及价格的走低推动“准新车”的发展.....	115
(2) 高性价比提升“准新车”市场竞争力.....	115
(3) 一线城市二手车“准新车”比例较高.....	116
1.5.4 认证二手车市场发展分析.....	116
(1) 限购政策为认证二手车市场带来机遇.....	116
(2) 认证二手车提升消费者信心.....	116
(3) 车企逐渐向认证二手车市场渗透.....	117
(4) 认证二手车或致行业洗牌.....	117
(5) 认证二手车市场规模快速扩大, 保持较高增速.....	117
(6) 认证二手车优劣势分析.....	117
1.5.5 农村二手车市场发展分析.....	118
(1) 农村汽车市场受到国家政策支持.....	118
(2) 农村汽车保有量低, 刚性需求大.....	118
(3) 农村将成二手车市场巨大“蓝海”.....	118
(4) 农村二手车市场需求结构分析.....	118
(5) 农村二手车市场营销策略分析.....	119
1.6 二手车市场需求环境分析.....	119
1.6.1 消费者需求趋势分析.....	119
(1) 多元化的消费动机.....	119
(2) 消费者趋于年轻化.....	119
(3) 消费者需求升级加快.....	119
1.6.2 消费者二手车接受度分析.....	120
(1) 欲购买国产小型车和进口车的二手车接受度较高.....	120
(2) 东北地区消费者二手车接受度较高.....	120
(3) 车龄在3年或者5年的接受度比重最大.....	120
(4) 月收入低于1万元的消费者接受度最高.....	120
(5) 价格、车况是主要影响因素.....	121
1.6.3 消费者车辆处置方式.....	121

(1) 车辆处置方式调研分析.....	121
(2) 车辆出售渠道调研分析.....	121
(3) 用户倾向的出售方式分析.....	122
1.6.4 消费者车辆更换周期及置换率.....	123
(1) 用户期望更换周期分析.....	123
(2) 用户的车辆置换率分析.....	123
1.6.5 消费者期望保值率分析.....	124
(1) 用户期望车辆保值率分析.....	124
(2) 不同车辆品牌延续度分析.....	125
1.6.6 消费者车辆评估需求分析.....	126
(1) 二手汽车评估时间分析.....	126
(2) 用户期望评估时间分析.....	126
第2章：二手车企业经营模式创新与经营策略分析.....	127
2.1 国外二手车经营模式分析及借鉴.....	127
2.1.1 美国二手车经营模式与特点.....	127
2.1.2 德国二手车经营模式与特点.....	127
2.1.3 日本二手车经营模式与特点.....	128
2.1.4 韩国二手车经营模式与特点.....	128
2.2 中国二手车市场传统经营模式分析.....	129
2.2.1 按照经营业务分类.....	129
(1) 传统单一业务经营模式分析.....	129
(2) 传统混合业务经营模式分析.....	129
2.2.2 传统经营的盈利模式.....	129
2.3 中国二手车市场趋势化经营模式分析.....	130
2.3.1 二手车连锁经营模式.....	130
(1) 直营式连锁/网络化连锁/特许连锁.....	130
(2) 二手车连锁经营优势.....	131
(3) 二手车连锁经营盈利模式.....	131
(4) 二手车连锁经营服务方式.....	131
(5) 二手车连锁经营竞争策略分析.....	132
2.3.2 品牌二手车经营模式.....	132
(1) 品牌二手车经营渐成趋势.....	133
(2) 品牌二手车经营优势与劣势.....	133
(3) 品牌二手车消费者需求分析.....	133
(4) 品牌二手车经营业务分析.....	134
(5) 品牌化经营企业竞争分析.....	134
(6) 品牌二手车经营策略分析.....	134
2.4 中国二手车市场创新经营模式分析.....	135
2.4.1 二手车超市经营模式.....	135
2.4.2 “4S店+二手车连锁店”模式.....	135
2.4.3 “实体+电子商务”经营模式.....	135
2.4.4 “车秘书”经营模式.....	136
2.4.5 “品牌二手车+二手车经纪”融合模式.....	136
2.4.6 品牌二手车大卖场模式.....	136
2.4.7 二手车“大连模式”.....	136
2.5 二手车企业经营策略分析.....	137
2.5.1 推动社会资源整合，实行规模化经营.....	137
2.5.2 不同业务组合，形成多个主体之间战略合作.....	137
2.5.3 跨区域流动与合作.....	137
2.5.4 探索网上交易平台的应用.....	138
第3章：二手车企业交易模式创新与竞争力提升策略分析.....	139
3.1 国外二手车交易模式分析及借鉴.....	139
3.1.1 美国二手车交易模式分析.....	139
3.1.2 澳大利亚二手车交易模式分析.....	139
3.1.3 日本二手车交易模式分析.....	139
3.1.4 韩国二手车交易模式分析.....	140
3.2 中国二手车市场流行交易模式分析.....	140
3.2.1 二手车直接销售模式分析.....	140
3.2.2 二手车经纪模式分析.....	140

3.2.3 二手车传统拍卖模式分析.....	141
(1) 中国二手车拍卖市场规模.....	141
(2) 中国二手车拍卖区域结构.....	142
3.2.4 二手车置换模式分析.....	143
3.2.5 二手车租赁模式分析.....	143
3.3 中国二手车市场创新交易模式分析.....	145
3.3.1 二手车“寄卖/寄售”模式.....	145
(1) 寄卖的定义.....	145
(2) 寄卖的优势.....	145
(3) 寄卖的形式.....	145
(4) 应用案例.....	146
3.3.2 二手车网络拍卖模式.....	146
(1) 网络拍卖的定义.....	146
(2) 国外二手车拍卖规模.....	146
(3) 网络拍卖的优势.....	146
(4) 中国发展历程.....	147
(5) 网络拍卖的市场规模.....	147
(6) 优信拍/车易拍对比.....	147
(7) 网络拍卖核心问题.....	148
3.3.3 二手车“标车”模式.....	149
3.4 二手车企业营销与服务提升策略分析.....	149
3.4.1 二手车企业营销提升策略分析.....	149
3.4.2 二手车企业服务提升策略分析.....	150
第4章：二手车电子商务平台应用与企业竞争策略分析.....	152
4.1 电子商务市场发展规模分析.....	152
4.2 电商网民规模与网购普及率.....	152
4.2.1 中国网民规模.....	152
4.2.2 网络购物网民规模.....	153
4.3 电子商务市场竞争分析.....	154
4.3.1 电子商务市场区域竞争分析.....	154
4.3.2 电子商务行业各行业竞争格局.....	155
4.4 移动电子商务市场发展规模分析.....	156
4.4.1 中国智能手机保有量规模.....	156
4.4.2 中国移动电子商务实物交易用户规模.....	156
4.4.3 中国移动电子商务市场规模.....	157
4.5 移动电子商务市场竞争分析.....	158
4.5.1 中国移动电子商务市场竞争状况分析.....	158
4.5.2 中国移动电子商务行业竞争格局分析.....	159
4.5.3 中国电子商务行业发展趋势.....	160
4.5.4 中国电子商务行业前景预测.....	162
(1) 汽车电子商务市场发展分析.....	163
4.6 国外汽车电子商务市场发展借鉴.....	163
4.6.1 国外汽车电子商务发展状况.....	163
4.6.2 国外汽车电子商务发展借鉴.....	163
4.7 中国汽车电子商务的商业模式分析.....	164
4.7.1 B2C电子商务模式刚刚开始.....	164
4.7.2 O2O模式是汽车网销首选.....	164
4.8 中国汽车电子商务的市场规模分析.....	164
4.9 汽车电子商务应用实例分析.....	165
4.9.1 天猫商城品牌汽车官方旗舰店.....	165
4.9.2 路畅品牌团周末疯狂购.....	165
4.9.3 汽车之家线上购车活动.....	166
4.9.4 车蚂蚁C2B电子商务.....	166
4.9.5 长城汽车独建新车电商平台.....	167
4.10 汽车电子商务的发展趋势.....	167
4.10.1 二手车电子商务市场发展分析.....	168
4.11 国外二手车电子商务应用.....	168
4.12 电子商务对二手车市场的作用.....	168
4.13 二手车电子商务发展水平.....	169

4.13.1 二手车电商处于探索阶段.....	170
4.13.2 2012年成为汽车电商发展元年.....	170
4.13.3 缺少可靠的商业模式.....	170
4.14 二手车市场电子商务发展核心.....	171
4.14.1 掌握客户有效需求信息.....	171
4.14.2 二手车市场数据的整合服务.....	171
4.14.3 二手车交易信息透明化.....	172
4.14.4 二手车定价标准化.....	172
4.14.5 完善的售后服务保障.....	172
4.15 二手车电子商务模式的发展基础.....	173
4.15.1 O2O模式.....	173
4.15.2 B2B模式.....	174
4.15.3 C2B2C模式.....	174
4.16 二手车电商盈利模式分析.....	175
4.17 二手车电子商务市场规模分析.....	175
4.18 二手车电子商务投资与融资分析.....	176
4.19 二手车电子商务发展与应用趋势.....	177
4.19.1 二手车企业电子商务平台模式与应用分析.....	178
4.20 直接买进卖出平台模式.....	178
4.20.1 直接买进卖出模式风险分析.....	178
4.20.2 典型案例企业分析.....	178
4.21 中介服务平台模式.....	179
4.21.1 中介服务平台模式特点.....	179
4.21.2 典型案例企业分析.....	179
4.22 交易服务平台模式.....	180
4.22.1 交易服务平台模式特点.....	180
4.22.2 典型案例企业分析.....	180
4.23 在线竞拍平台模式.....	181
4.23.1 在线竞拍平台模式介绍.....	181
4.23.2 典型案例企业分析.....	181
4.24 二手车创新电商模式.....	182
第5章：二手车市场企业发展与竞争分析.....	183
5.1 二手交易市场企业发展与竞争分析.....	183
5.1.1 二手车交易市场发展分析.....	183
(1) 交易市场经营规模不断扩大.....	183
(2) 市场集中度有所提升.....	184
(3) 交易在10万辆以上的市场数量增加.....	184
(4) 大规模交易市场主要集中在东部地区.....	185
5.1.2 二手车交易市场竞争趋势分析.....	185
5.1.3 二手车交易市场竞争策略分析.....	186
5.1.4 全国主要交易市场对比分析.....	186
5.2 二手车市场经销企业发展与竞争分析.....	187
5.2.1 深圳市澳康达二手车交易市场有限公司.....	188
(1) 企业发展简况分析.....	188
(2) 企业经营状况分析.....	188
(3) 企业二手车业务分析.....	189
(4) 企业营销与服务分析.....	189
(5) 企业竞争战略分析.....	189
(6) 企业发展动态分析.....	189
(7) 企业竞争优势分析.....	189
5.2.2 浙江元通二手车有限公司.....	190
(1) 企业发展简况分析.....	190
(2) 企业经营状况分析.....	190
(3) 企业二手车业务分析.....	190
(4) 企业营销与服务分析.....	191
(5) 企业竞争战略分析.....	191
(6) 企业竞争优势分析.....	191
5.2.3 上海艾车二手车连锁经营有限公司.....	191
(1) 企业发展简况分析.....	191

(2) 企业经营状况分析.....	192
(3) 二手车业务分析.....	192
(4) 企业营销与服务分析.....	192
(5) 企业竞争战略分析.....	192
(6) 企业竞争优势劣势分析.....	193
5.2.4 帅车（北京）旧机动车经纪有限公司.....	193
(1) 企业发展简况分析.....	193
(2) 企业经营状况分析.....	193
(3) 二手车业务分析.....	194
(4) 企业营销与服务分析.....	194
(5) 企业发展战略分析.....	194
(6) 企业经营优势劣势分析.....	195
5.2.5 梅斯德斯-奔驰星睿认证二手车.....	195
(1) 企业发展简况分析.....	195
(2) 二手车业务分析.....	195
(3) 企业营销与服务分析.....	196
(4) 企业竞争战略分析.....	196
(5) 企业二手车认证标准.....	196
(6) 企业发展动态分析.....	197
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	197

.....另有3家企业分析

5.3 二手车市场经纪与拍卖企业发展与竞争分析.....	202
5.3.1 北京卓杰行北亚旧机动车经纪有限公司.....	202
(1) 企业发展简况分析.....	202
(2) 企业经营状况分析.....	202
(3) 二手车业务分析.....	203
(4) 企业营销与服务分析.....	203
(5) 企业发展战略分析.....	203
(6) 企业发展动态分析.....	203
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	203
5.3.2 深圳市华尧二手车经纪有限公司.....	203
(1) 企业发展简况分析.....	204
(2) 二手车业务分析.....	204
(3) 企业营销与服务分析.....	204
(4) 企业竞争战略分析.....	204
(5) 企业发展动态分析.....	205
(6) 企业竞争优势劣势分析.....	205
5.3.3 南宁市万氏二手车经纪有限公司.....	205
(1) 企业发展简况分析.....	205
(2) 企业经营状况分析.....	206
(3) 二手车业务分析.....	206
(4) 企业营销与服务分析.....	206
(5) 企业竞争战略分析.....	206
(6) 企业竞争优势劣势分析.....	206
5.3.4 台州铭车会二手车经纪有限公司.....	206
(1) 企业发展简况分析.....	206
(2) 企业经营状况分析.....	207
(3) 二手车业务分析.....	207
(4) 企业营销与服务分析.....	207
(5) 企业发展战略分析.....	207
(6) 企业竞争优势劣势分析.....	207
5.3.5 北京北汽鹏龙机动车拍卖有限公司.....	208
(1) 企业发展简况分析.....	208
(2) 企业经营状况分析.....	208
(3) 二手车业务分析.....	208
(4) 企业营销与服务分析.....	208
(5) 企业竞争战略分析.....	208

(6) 企业发展动态分析.....	209
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	209

.....另有3家企业分析

5.4 二手车电商企业发展与竞争分析.....	214
5.4.1 中国二手车城.....	214
(1) 企业发展简况分析.....	214
(2) 企业经营状况分析.....	215
(3) 电子商务模式分析.....	215
(4) 企业竞争战略分析.....	215
(5) 企业发展动态分析.....	215
(6) 企业竞争优势劣势分析.....	216
5.4.2 第一车网.....	216
(1) 企业发展简况分析.....	216
(2) 企业经营状况分析.....	216
(3) 二手车业务分析.....	216
(4) 电子商务模式分析.....	217
(5) 企业发展战略分析.....	217
(6) 企业经营优势劣势分析.....	217
5.4.3 华夏二手车网.....	217
(1) 企业发展简况分析.....	217
(2) 企业经营状况分析.....	218
(3) 二手车业务分析.....	218
(4) 电子商务模式分析.....	218
(5) 企业发展战略分析.....	218
(6) 企业竞争优势劣势分析.....	218
5.4.4 273二手车交易网.....	219
(1) 企业发展简况分析.....	219
(2) 企业经营状况分析.....	219
(3) 二手车业务分析.....	220
(4) 电子商务模式分析.....	220
(5) 企业发展愿景分析.....	220
(6) 企业发展动态分析.....	220
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	221
5.4.5 大搜车.....	221
(1) 企业发展简况分析.....	221
(2) 企业经营状况分析.....	222
(3) 二手车业务分析.....	222
(4) 电子商务模式分析.....	222
(5) 企业发展愿景分析.....	222
(6) 企业发展动态分析.....	222
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	223
5.4.6 车唯网.....	223
(1) 企业发展简况分析.....	223
(2) 企业经营状况分析.....	223
(3) 二手车业务分析.....	223
(4) 电子商务模式分析.....	224
(5) 企业竞争战略分析.....	224
(6) 企业发展动态分析.....	224
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	224
5.4.7 车易拍.....	224
(1) 企业发展简况分析.....	225
(2) 企业经营状况分析.....	225
(3) 二手车业务分析.....	226
(4) 电子商务模式分析.....	226
(5) 企业竞争战略分析.....	226
(6) 企业发展动态分析.....	226
(7) 企业竞争优势劣势分析.....	227

……另有5家企业分析

第6章：二手车重点区域市场发展及竞争分析	238
6.1 重点区域市场对比分析	238
6.1.1 二手车市场规模对比分析	238
6.1.2 二手车市场发展速度对比分析	238
6.1.3 二手车市场地位对比分析	239
6.1.4 二手车交易量占机动车保有量比重分析	240
6.2 广东省二手车市场发展及竞争分析	240
6.2.1 广东省汽车保有量规模分析	240
(1) 广东省汽车保有量	240
(2) 广州市汽车保有量	241
(3) 深圳市汽车保有量	242
(4) 东莞市汽车保有量	242
6.2.2 广东省二手车市场政策分析	243
(1) 广东省限行政策	243
(2) 限迁政策对二手车市场产生消极影响	243
(3) 《关于加强二手车流通行业监督管理工作的通知》	244
6.2.3 广东省二手车市场交易状况	245
(1) 机动车交易规模	245
(2) 二手车汽车交易规模	246
(3) 乘用车与商用车交易规模分析	246
6.2.4 广东省二手车市场结构分析	247
(1) 车型结构分析	247
(2) 区域二手车交易结构	248
(3) 区域二手乘用车交易结构	249
(4) 车龄结构分析	250
6.2.5 广东省二手车热销品牌分析	251
6.2.6 广东省与周边市场竞争分析	252
6.2.7 广东省省内部市场竞争分析	252
(1) 深圳市二手车市场分析	252
(2) 广州市二手车市场分析	253
6.3 山东省二手车市场发展及竞争分析	254
6.3.1 山东省汽车保有量规模分析	254
6.3.2 山东省二手车市场政策分析	255
6.3.3 山东省二手车市场交易状况	255
6.3.4 山东省二手车市场结构分析	256
(1) 车型结构分析	256
(2) 区域二手车交易结构	257
6.3.5 山东省重点二手车交易市场分析	257
6.3.6 山东省与周边市场竞争分析	258
6.3.7 山东省二手车市场价格分析	258
6.4 四川省二手车市场发展及竞争分析	258
6.4.1 四川省汽车保有量规模分析	258
6.4.2 四川省二手车市场政策分析	259
6.4.3 四川省二手车市场交易状况	259
6.4.4 四川省二手车市场地位分析	260
6.4.5 四川省二手车市场结构分析	260
6.4.6 四川省二手车市场热销品牌分析	261
6.4.7 四川省与周边市场竞争分析	262
6.5 北京市二手车市场发展及竞争分析	262
6.5.1 北京汽车保有量规模分析	262
6.5.2 北京二手车市场政策分析	263
6.5.3 北京二手车市场交易状况	264
(1) 2013年份市场分析	264
(2) 2007年以来市场分析	264
6.5.4 二手车交易车龄结构分析	265
6.5.5 北京二手车交易方式分析	266

6.5.6 北京市二手车市场发展特点.....	266
6.5.7 北京市二手车市场热销品牌分析.....	267
6.5.8 北京市与周边市场竞争分析.....	268
6.6 上海市二手车市场发展及竞争分析.....	268
6.6.1 上海市汽车保有量规模分析.....	268
6.6.2 上海市二手车市场政策分析.....	269
6.6.3 上海市二手车市场交易状况.....	270
6.6.4 上海市二手车市场地位分析.....	270
6.6.5 上海市二手车市场特点分析.....	271
6.6.6 上海市二手车市场热销品牌分析.....	271
6.6.7 上海市与周边市场竞争分析.....	273
6.6.8 上海市内部市场竞争分析.....	273
6.7 河南省二手车市场发展及竞争分析.....	274
6.7.1 河南省汽车保有量规模分析.....	274
6.7.2 河南省二手车市场政策分析.....	275
6.7.3 河南省二手车市场交易状况.....	275
6.7.4 河南省二手车市场地位分析.....	276
6.7.5 河南省与周边市场竞争分析.....	277
6.8 浙江省二手车市场发展及竞争分析.....	277
6.8.1 浙江省汽车保有量规模分析.....	277
6.8.2 浙江省二手车市场交易状况.....	278
6.8.3 浙江省二手车市场地位.....	278
6.8.4 浙江省二手车市场结构.....	279
6.8.5 浙江省与周边市场竞争分析.....	280
6.9 辽宁省二手车市场发展及竞争分析.....	280
6.9.1 辽宁省汽车保有量规模分析.....	280
6.9.2 辽宁省二手车市场交易状况.....	281
6.9.3 辽宁省二手车市场地位分析.....	282
6.9.4 辽宁省二手车市场结构分析.....	282
6.9.5 辽宁省与周边市场竞争分析.....	283
6.10 云南省二手车市场发展及竞争分析.....	283
6.10.1 云南省汽车保有量规模分析.....	283
6.10.2 云南省二手车市场交易状况.....	284
6.10.3 云南省二手车市场地位分析.....	285
6.10.4 云南省二手车市场结构分析.....	285
6.10.5 云南省二手车市场发展特点.....	286
6.10.6 云南省与周边市场竞争分析.....	286
6.11 天津市二手车市场发展及竞争分析.....	287
6.11.1 天津市汽车保有量规模分析.....	287
6.11.2 天津市二手车市场交易状况.....	287
6.11.3 天津市二手车市场地位分析.....	288
6.11.4 天津市二手车市场结构分析.....	289
6.11.5 天津市二手车市场价格分析.....	289
6.11.6 天津市与周边市场竞争分析.....	290
6.12 陕西省二手车市场发展及竞争分析.....	290
6.12.1 陕西省汽车保有量规模分析.....	290
6.12.2 陕西省二手车市场交易状况.....	291
6.12.3 陕西省二手车市场地位分析.....	292
6.12.4 陕西省二手车市场结构分析.....	292
6.12.5 陕西省与周边市场竞争分析.....	293

图表目录

图表1：《大气污染防治行动计划》解读.....	25
图表2：《商务部关于促进汽车流通业“十三五”发展的指导意见》解读.....	26
图表3：汽车以旧换新补贴标准对比表（单位：元/辆）.....	27

图表4:《商务部关于促进汽车流通业“十三五”发展的指导意见》解读.....	28
图表5:《关于促进汽车消费的意见》解读表.....	30
图表6:二手车交易市场经营管理规范表.....	32
图表7:经销公司经营管理规范表.....	33
图表8:经纪经营管理规范表.....	34
图表9:拍卖公司经营管理规范表.....	35
图表10:2010年以来中国国内生产总值与增速趋势图(单位:万亿元,%).....	41
图表11:2005年以来中国国内生产总值趋势图(单位:亿元,%).....	41
图表12:2012年以来规模以上企业工业增加值与速度趋势图(单位:万亿元,%).....	43
图表13:2005年以来中国工业增加值趋势图(单位:万亿元,%).....	43
图表14:2012年以来制造业PMI走势图(单位:%).....	44
图表15:2012年以来非制造业PMI走势图(单位:%).....	45
图表16:2005年以来中国服务业增加值趋势图(单位:亿元,%).....	46
图表17:2005年以来居民人均可支配收入趋势图(单位:元,%).....	47
图表18:2005年以来中国汽车保有量趋势图(单位:万辆,%).....	48
图表19:2009年以来中国汽车保有量占全球比重图(单位:亿辆,%).....	48
图表20:中国汽车保有量区域结构图(单位:%).....	49
图表21:中国汽车保有量车型结构图(单位:%).....	49
图表22:中国载客汽车保有量车型结构图(单位:%).....	50
图表23:中国载货汽车保有量车型结构图(单位:%).....	50
图表24:2016-2021年中国汽车保有量规模预测图(单位:亿辆).....	51
图表25:2008年以来中国汽车产量趋势图(单位:万辆).....	52
图表26:2008年以来中国汽车销量趋势图(单位:万辆).....	52
图表27:2005年以来中国汽车产量趋势图(单位:万辆,%).....	53
图表28:2005年以来中国汽车销量趋势图(单位:万辆,%).....	54
图表29:2009年以来中国汽车产量占全球比重图(单位:万辆,%).....	54
图表30:2009年以来中国汽车销量占全球比重图(单位:万辆,%).....	55
图表31:2005年以来中国汽车产销率(按产量)趋势图(单位:%).....	55
图表32:2016-2021年中国汽车产销量预测图(单位:万辆).....	56
图表33:中国乘用车产量趋势图(单位:万辆).....	57
图表34:中国乘用车销量趋势图(单位:万辆).....	57
图表35:2005年以来中国乘用车产销量趋势图(单位:万辆).....	58
图表36:2005年以来中国乘用车产销量占比趋势图(单位:%).....	58
图表37:中国乘用车产销量结构图(单位:%).....	59
图表38:中国乘用车产销量结构图(单位:%).....	59
图表39:2005年以来中国轿车产销量(单位:万辆).....	60
图表40:2005年以来中国轿车产销量占比趋势图(单位:%).....	60
图表41:2005年以来中国MPV产销量趋势图(单位:万辆).....	61
图表42:2005年以来中国MPV产销量占比趋势图(单位:%).....	61
图表43:2005年以来中国SUV产销量趋势图(单位:万辆).....	62
图表44:2005年以来中国SUV产销量占比趋势图(单位:%).....	62
图表45:2005年以来中国交叉型乘用车产销量趋势图(单位:万辆).....	63
图表46:2005年以来中国交叉型乘用车产销量占比趋势图(单位:%).....	63
图表47:2008年以来中国乘用车品牌分国别销量趋势图(单位:万辆).....	64
图表48:中国乘用车分国别销量比重图(单位:%).....	65
图表49:2009年以来中国轿车分国别销量趋势图(单位:万辆).....	65
图表50:中国乘用车分国别销量比重图(单位:%).....	66
图表51:轿车热销品牌销量排名图(单位:万辆,%).....	66
图表52:SUV热销品牌销量与占比图(单位:万辆,%).....	67
图表53:SUV热销品牌销量与占比图(单位:万辆,%).....	68
图表54:中国商用车产量趋势图(单位:万辆).....	69
图表55:中国商用车销量趋势图(单位:万辆).....	69
图表56:2005年以来中国商用车产销量趋势图(单位:万辆).....	70
图表57:2005年以来中国商用车销量占比趋势图(单位:%).....	70
图表58:中国商用车产量结构图(单位:%).....	71
图表59:中国商用车产量结构图(单位:%).....	72
图表60:2005年以来中国重货产销量趋势图(单位:万辆).....	72
图表61:2005年以来中国重型货车产销量占比趋势图(单位:%).....	73
图表62:2005年以来中国中货产销量趋势图(单位:万辆).....	73

图表63: 2005年以来中国中型货车产销量占比趋势图 (单位: %)	74
图表64: 2005年以来中国轻型货车产销量趋势图 (单位: 万辆)	75
图表65: 2005年以来中国轻型货车产销占比趋势图 (单位: %)	75
图表66: 2005年以来中国微型货车产销量趋势图 (单位: 万辆)	76
图表67: 2005年以来中国微型货车销量占比趋势图 (单位: %)	76
图表68: 2005年以来中国大型客车产销量趋势图 (单位: 万辆)	77
图表69: 2005年以来中国大型客车产销量占比趋势图 (单位: %)	78
图表70: 2005年以来中国中型客车产销量趋势图 (单位: 万辆)	78
图表71: 2005年以来中国中型客车产销量占比趋势图 (单位: %)	79
图表72: 2005年以来中国轻型客车产销量趋势图 (单位: 万辆)	79
图表73: 2005年以来中国轻型客车产销量占比趋势图 (单位: %)	80
图表74: 2008年以来中国客车分区域销量图 (单位: 万辆)	80
图表75: 中国客车分区域销量结构图 (单位: %)	81
图表76: 中国客车热销品牌与销量图 (单位: 辆, 万辆)	82
图表77: 中国汽车进口规模趋势图 (单位: 万辆)	83
图表78: 中国汽车出口规模趋势图 (单位: 万辆)	83
图表79: 2005年以来中国汽车进出口总额趋势图 (单位: 亿美元)	84
图表80: 2005年以来中国汽车进出口数量趋势图 (单位: 万辆)	84
图表81: 2005年以来中国汽车贸易竞争力分析图	85
图表82: 中国二手车市场交易数量图 (单位: 万辆)	86
图表83: 2005年以来中国二手车市场交易总额趋势图 (单位: 亿元, %)	87
图表84: 2005年以来中国二手车市场交易数量分析 (单位: 万辆, %)	88
图表85: 2005年以来中国二手车与新车交易量比值分析 (单位: 万辆, 倍)	88
图表86: 中外二手车占新车交易量/新车交易量比重对比图	89
图表87: 2005年以来中国二手车占保有量比重趋势图 (单位: %)	89
图表88: 中外二手车占新车交易量/保有量比重对比图	90
图表89: 中国二手车市场主要影响因素分析表	91
图表90: 2016-2021年中国二手车产销量预测图 (单位: 万辆)	91
图表91: 2005年以来中国二手乘用车市场规模趋势图 (单位: 万辆)	92
图表92: 2005年以来二手乘用车占交易总量的比重趋势图 (单位: %)	92
图表93: 2005年以来二手乘用车占新乘用车比重趋势图 (单位: %)	93
图表94: 2005年以来中国二手轿车市场规模及占比趋势图 (单位: 万辆, %)	94
图表95: 2005年以来中国二手MPV市场规模及占比趋势图 (单位: 万辆, %)	94
图表96: 2005年以来中国二手SUV市场规模及占比趋势图 (单位: 万辆, %)	95
图表97: 2005年以来中国二手交叉型乘用车市场规模及占比趋势图 (单位: 万辆, %)	96
图表98: 2005年以来中国二手商用车市场规模发展趋势图 (单位: 万辆, %)	96
图表99: 2005年以来二手商用车占交易总量的比重趋势图 (单位: %)	97
图表100: 2005年以来二手商用车占新商用车比重趋势图 (单位: %)	97
图表101: 2005年以来中国二手客车市场规模及占比趋势图 (单位: 万辆, %)	98
图表102: 2005年以来中国二手货车市场规模及占比趋势图 (单位: 万辆, %)	99
图表103: 中国二手车交易区域分布图 (单位: %)	100
图表104: 二手车市场交易量十大区域表	100
图表105: 中国二手车市场产品结构图 (单位: %)	101
图表106: 2012以来中国二手汽车市场交易性质指标变化 (单位: %)	102
图表107: 中国二手车交易主体经营状况	103
图表108: 中国二手车交易市场集中度分析 (单位: %)	104
图表109: 二手车市场平均价格趋势图 (单位: 万元)	105
图表110: 2005年以来二手车市场平均价格趋势图 (单位: 万元)	105
图表111: 库存价格水平分析图 (单位: 万元)	106
图表112: 不同车龄价格水平图 (单位: 万元)	106
图表113: 不同省份二手车价格水平图 (单位: 万元)	107
图表114: 各级别二手车保值率对比图 (单位: %)	108
图表115: 汽车所有者车辆处置方式 (单位: %)	121
图表116: 车辆出售渠道 (单位: %)	122
图表117: 用户倾向的出售方式 (单位: %)	122
图表118: 用户期望车辆更换年限 (单位: 月)	123
图表119: 二手车更换年限-车型示例 (单位: 月)	123
图表120: 不同价格车辆置换率 (单位: %)	124

略...完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！