



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国二手车市场分 析及市场分析预测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国二手车市场分析及市场分析预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/262947.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

二手车是指在公安交通管理部门登记注册，在达到国家规定的报废标准之前或在经济实用寿命期内服役，并仍可继续使用的机动车辆。

二手车，英文译为"Second Hnd Vehicle"或"Used Cr"，意为"第二手的汽车"或"使用过的汽车"，在中国称为"旧机动车"。"中古车"是日本的叫法，不过我国台湾也称"中古车"。北美是二手车最发达的市场，因为平民百姓购买旧车时不一定就能买到"第二"手的，而且大多是小轿车和家用吉普车，所以在北美二一种很通俗的叫法"用过的汽车"。

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家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。

第一章二手车定义及相关介绍 9

第一节二手车简介 9

第二节二手车定义 9

第三节二手车的优点 10

一、相对新车二手车优点 10

二、购买二手车的优势 10

第四节二手车适合人群 11

第五节购买二手车所需要的手续 11

第六节二手车交易的流程 14

第二章中国二手车发展现状 16

第一节中国汽车工业的发展历程 16

第二节中国二手车市场的发展历程 21

第三章全球二手车交易市场现状 23

第一节发达国家二手车市场发展现状 23

第二节发达国家二手车交易市场发展特点 24

一、交易量巨大形成规模效应 24

二、价格较低流通频率高 24

三、信息透明售后服务有保障 24

四、评估体系健全	25
五、旧车享受售后服务	26
六、行业自律自我管理	26
第三节全球部分国家二手车交易市场发展分析	27
一、美国	27
二、日本	30
第四章 2014中国二手车交易市场现状	32
第一节 2014年中国二手车市场发展现状	32
一、综述	32
二、中国二手车市场结构分析	32
三、中国不同区域二手车市场表现	35
四、不同车龄及车系市场分析	35
五、不同价位二手车市场表现	36
第二节中国二手车市场发展特点	38
一、综述	38
二、中国乘用车二手车市场特征及发展趋势	39
第三节中国二手车市场存在的问题及解决办法	41
一、存在的问题	41
二、解决办法	44
第四节影响二手车价格的主要因素	47
一、主要因素	47
二、二手车保值率高低	47
三、是否具备正常的过户手续	47
四、时下车市大环境影响	47
第五节制约中国二手车市场发展因素分析	49
一、信息不对称诚信缺失	49
二、行业准入门槛低竞争加剧	49
三、流通性差限制行业发展	49
四、落后的评估系统需改革	50
五、消费观念制约行业发展	50

第五章 2011-2014中国二手车区域市场分析	51
第一节广东省	51
一、2011-2014年广东省成交量分析	51
二、广东省二手车交易市场发展趋势分析	55
第二节北京市	56
一、2011-2014年北京成交量分析	56
二、2008-2014年北京市二手车交易量分析	59
三、北京地区二手车价格区间与保值率分析	59
四、北京的二手车报价重回战国时代	62
四、北京二手车市场四大发展趋势	63
第三节上海市	65
一、2011-2014年上海成交量分析	65
二、上海市二手车交易市场发展趋势分析	68
第四节山东省	69
一、2011-2014年山东省成交量分析	69
二、2008-2014年山东省二手车交易量分析	72
三、山东省二手车交易市场发展趋势	72
第五节四川省	74
一、2011-2014年四川省成交量分析	74
二、2008-2014年四川省二手车交易量分析	77
三、四川省二手车交易市场发展趋势	77
第六章中国汽车消费者分析	78
第一节消费者心理及行为分析	78
一、汽车消费者消费行为分析	78
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	79
第二节 2014年度汽车消费信誉度调查	82
第三节 2014年网民汽车消费行为偏好分析	83
第四节 2014年网民购车意向及品牌偏好研究分析	83
一、网民总体购车意向	84
二、车型品牌选择意向分析	84

第五节中国汽车信贷消费者群体分析	86
第六节 2014年中国汽车潜在消费者人群特征分析	89
第七节北京汽车消费市场分析	90
第八节浙江汽车消费者调查	91
第七章 2014年中国二手车行业市场消费行为调研	92
第一节消费者购买二手车意向分析	92
一、消费者购买二手车意向	92
二、购买二手车主要动机	92
第二节 2014年消费者对二手车市场发展看法调查	94
第三节二手车保值率地域区别分析	96
第八章 2014年中国二手车行业主要经营模式分析	97
第一节全球主要国家二手车的经营方式	97
一、日本二手车市场现状	97
二、韩国二手车市场现状	97
三、德国二手车市场现状	97
四、瑞士二手车市场现状	97
五、美国二手车市场现状	98
六、澳大利亚二手车市场现状	98
第二节 2014年中国二手车经营主体分析	100
一、中国二手车各经营主体市场结构分析	100
二、网络结盟式二手车经销店	100
三、整车厂家为代表的品牌二手车店	101
四、二手车连锁店	102
五、二手车拍卖公司	103
六、二手车交易市场	104
七、二手车经纪公司	105
第三节 2014年中国二手车行业主要经营模式分析	107
一、品牌化经营模式	107
二、成立经营实体	107
三、经营多元化模式	107

四、市场经营批发二手车业务模式 107

五、发展相关配套业务 108

第九章中国二手车市场营销模式探析 109

第一节中国二手汽车市场营销环境分析 109

一、二手汽车相关政策促进二手汽车市场发展 109

二、新车产销量和经济增长促进二手汽车交易 109

三、市场信息表明中国二手汽车市场正蓬勃发展 110

第二节中国二手车市场营销模式探析 111

一、建立二手汽车市场信息平台 111

二、规范第三方二手汽车评估体系 111

三、加强培养二手汽车行业从业人才 111

第三节国内外二手车交易环节差异分析 113

第十章 2011-2014年中国二手车交易市场竞争格局分析 116

第一节 2011-2014年中国二手车交易竞争现状分析 116

一、二手车交易市场竞争环境分析 116

二、自主品牌二手车竞争激烈 117

第二节中国二手车交易潜在进入者竞争分析 118

第三节中国二手车交易市场提升竞争力策略分析 118

第十一章中国汽车产业发展的趋势 120

第一节中国汽车行业预测 120

一、2015-2020年汽车市场销量预测 120

二、2015-2020年客车销量预测 120

三、2015-2020年中国汽车年产量预测 121

四、2015-2020年中国汽车工业产业规模预测 122

五、2015-2020年中国电动汽车市场销量规模预测 123

六、2015-2020年轿车市场需求预测 123

七、未来新能源车市场预测 123

八、未来专用汽车行业发展趋势预测 124

九、未来各地区客车拥有量预测 125

十、未来客车产品需求变化预测	126
十一、未来汽车零部件市场趋势预测	126
十二、未来客车行业政策法规预测	127
十三、未来客车出口预测	127
十四、未来豪华车的国产化趋势	128
第二节中国汽车发展趋势	129
一、2015-2020年汽车行业前景预测	129
二、2015-2020年汽车及零部件产销形势预测	129
第十二章 2015-2020年中国二手车发展前景及趋势分析	131
第一节中国将成为全球第二大二手车交易市场	131
第二节中国二手车交易形式发展趋势	131
第三节 2015-2020年中国二手车成交量预测	132
第四节中国二手车交易市场需求预测	133
第五节中国二手车交易市场盈利现状及方向预测分析	134
一、二手车交易市场盈利现状	134
二、二手车交易市场未来盈利方向	135
第六节网购二手车发展前景	136
第七节品牌二手车成未来发展趋势	137
第八节品牌二手车的发展趋势	137
第十三章 2015-2020年中国二手车交易市场投资分析	139
第一节 2015-2020年中国二手车交易市场投资环境分析	139
第二节 2015-2020年中国二手车交易市场投资机会分析	141
一、区域投资机会分析	141
二、产业投资热点分析	142
第十四章 2015-2020年中国二手车交易投资风险分析	144
第一节市场运营风险	144
第二节政策风险	144
第三节进入退出风险	145
第四节管理风险	145

附录 147

一、《二手车流通管理办法》 147

二、《二手车交易规范》 151

图目录：

图 1-二手车交易流程 15

图 2-中国二手车市场的发展历程 23

图 3-2014年中国不同区域二手车市场表现 36

图 4-2011年广东省不同交易平台类型市场占比 52

图 5-2014年广东省不同交易平台类型市场占比 53

图 6-2011年年广东省不同交易价格市场占比 53

图 7-2014年广东省不同交易价格市场占比 54

图 8-2011年广东省不同交易车系市场占比 54

图 9-2014年广东省不同交易车系市场占比 55

图 10-2008-2014年广东省二手车交易量（单位：万辆） 56

图 11-2011年北京市不同交易平台类型市场占比 57

图 12-2014年北京市不同交易平台类型市场占比 57

图 13-2011年北京市不同交易价格市场占比 58

图 14-2014年北京市不同交易价格市场占比 58

图 15-2011年北京市不同交易车系市场占比 59

图 16-2014年北京市不同交易车系市场占比 59

图 17-2008-2014年北京市二手车交易量（单位：万辆） 60

图 18-2011年上海市不同交易平台类型市场占比 66

图 19-2014年上海市不同交易平台类型市场占比 66

图 20-2011年上海市不同交易价格市场占比 67

图 21-2014年上海市不同交易价格市场占比 67

图 22-2011年上海市不同交易车系市场占比 68

图 23-2014年上海市不同交易车系市场占比 68

图 24-2008-2014年上海市二手车交易量（单位：万辆） 69

图 25-2011年山东省不同交易平台类型市场占比 70

图 26-2014年山东省不同交易平台类型市场占比 70

图 27-2011年山东省不同交易价格市场占比 71

图 28-2014年山东省不同交易价格市场占比	71
图 29-2011年山东省不同交易车系市场占比	72
图 30-2014年山东省不同交易车系市场占比	72
图 31-2008-2014年山东省二手车交易量（单位：万辆）	73
图 32-2011年四川省不同交易平台类型市场占比	75
图 33-2014年四川省不同交易平台类型市场占比	75
图 34-2011年四川省不同交易价格市场占比	76
图 35-2014年四川省不同交易价格市场占比	76
图 36-2011年四川省不同交易车系市场占比	77
图 37-2014年四川省不同交易车系市场占比	77
图 38-2008-2014年四川省二手车交易量	78
图 39-2014年是否有购车意向的消费者调查	85
图 40-消费者车型选择意向分析	85
图 41-消费者品牌选择意向分析	86
图 42-2014年中国汽车消费贷款客户的区域分布（单位：万人）	87
图 43-2014年中国汽车消费贷款客户收入分布（单位：元/月）	88
图 44-2014年中国汽车消费贷款客户年龄分布	88
图 45-2014年中国汽车消费贷款客户职业分布	89
图 46-调查人群拥有汽车人群情况	90
图 47-消费者获得二手车信息的主要途径	95
图 48-消费者认为二手车的优势	96
图 49-消费者担心二手车的问题	96
图 50-进口车市场各车系综合保值率对比图	97
图 51-中国二手车各经营主体市场结构	101
图 52网络结盟式二手车经销店交易量及预测（单位：万辆）	102
图 53-2011-2015年整车厂家为代表的品牌二手车店交易量及预测（单位：万辆）	103
图 54-2011-2015年二手车连锁店交易量及预测（单位：万辆）	104
图 55-2011-2015年二手车拍卖公司交易量及预测（单位：万辆）	105
图 56-2011-2015年二手车交易市场交易量及预测（单位：万辆）	106
图 57-2011-2015年二手车经纪公司交易量及预测（单位：万辆）	107
图 58-2015-2020年汽车市场销量预测	121
图 59-2015-2020年客车销量预测（单位：万辆）	122

图 60-2015-2020年中国汽车年产量预测（单位：万辆）	123
图 61-2015-2020年中国电动汽车市场销量规模预测（单位：万辆）	124
图 62-2015-2020年中国二手车成交量预测（单位：万辆）	134
图 63-2009-2014年中国二手车交易情况（单位：万辆）	140
图 64-中国南方地区二手车交易价格分布	141
图 65-中国北方地区二手车交易价格分布	141

表目录

表 1-2008-2014年不同车龄市场分析	35
表 2-2008-2014年不同车系市场分析	36
表 3-2008-2014年不同价位二手车市场分析	37
表 4-2008-2014年中国乘用二手车市场情况	39
表 5-2014年中国二手车交易排名TOP10位的省份及交易量	51
表 6-自主品牌不同价格区间的二手车保值率	61
表 7-合资品牌不同价格区间的二手车保值率	61
表 8-中国市场进口车品牌保有率	62

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/262947.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。