

2024-2030年中国二手车交易 市场评估与投资分析报告

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

《2024-2030年中国二手车交易市场评估与投资分析报告》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/202401/435492.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

二手车交易主要内容包括：二手车评估前期工作、技术状况鉴定、寄卖、置换业务、价格评估、交易实务。主要手续包括车务手续、车辆保养维修手续、税费手续。随着国家汽车产业发展政策的调整，以及人们生活质量和消费水平的日益提高，我国汽车保有量持续保持增长的趋势，二手车交易市场得到快速发展。从市场成交量来看，近几年中国市场二手车交易量不断增长，2018年中国二手车交易量达1382.19万辆，同比增长11.5%，仅从2022年上半年的情况来看，1-6月份，全国累计二手车交易量达686.2万辆，累计同比增长3.9%。中企顾问网发布的《2024-2030年中国二手车交易市场评估与投资分析报告》共十四章。首先介绍了二手车交易行业市场发展环境、二手车交易整体运行态势等，接着分析了二手车交易行业市场运行的现状，然后介绍了二手车交易市场竞争格局。随后，报告对二手车交易做了重点企业经营状况分析，最后分析了二手车交易行业发展趋势与投资预测。您若想对二手车交易产业有个系统的了解或者想投资二手车交易行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 二手车相关概况 第一节 二手车的定义 第二节 二手车市场现状分析 第三节 二手车市场的特征及作用 一、二手车销量和利润大于新车 二、二手车市场促进新车销售 三、二手车销售形式多样并重 四、交易地区相对集中，市场流向特征明显 五、合理规范交易市场难度大，涉及内容广 第四节 当前国内二手车交易的主要渠道分析 一、个人之间直接交易 二、通过传统经营者进行交易 三、通过新车经销商进行交易 四、汽车拍卖会 第五节 二手车经营的基本规律 一、新车价格影响二手车成交价格 二、销售价格决定收购价格 三、遵循“价高者得”的基本规律 四、车辆收购成功不意味肯定有利润 第六节 购买二手车的九大攻略 一、制定预算 二、确定车型 三、沟通交流 四、实地试驾 五、现场验车 六、确定车况 七、付款购车 八、获取保险、贷款信息 九、二手车过户 第七节 选购二手车的八大准则 一、行情价可作为估算的参考 二、别一味着重车身外观 三、检定发动机室 四、检查开车门和行李箱开口处 五、水、油、气也应一并检查 六、重视对车辆底盘的检视 七、关注内装及车室地板 八、避免选购经过狠用的车 第二章 国外二手车交易市场发展分析 第一节 国外二手车市场的发展现状 一、销量和利润大于新车 二、旧车享受售后服务 三、行业自律自我管理 第二节 二手车的交易特点 第三节 国外二手车市场分析 一、美国 二、俄罗斯 三、白俄罗斯 四、英国 五、印度 六、日本 七、韩国 八、新西兰 九、墨西哥 十、越南 十一、埃及 十二、埃塞俄比亚 十三、罗马尼亚 十四、乌干达

第四节 外资二手车经销商的中国式生存状况 一、“钱景”大，但外资吃不消 二、外资经销公司“干不过”本土经纪公司 三、“第三方认证”缺失制约发展之路 第五节 国外二手车评估体系分析 一、日本的二手车评估体系 二、美国的二手车评估体系 三、墨西哥的二手车评估体系 四、瑞士的二手车评估体系 第三章 中国二手车发展影响因素分析 第一节 二手车市场发展政策环境分析 一、申请环节 二、交易环节 三、税收环节 第二节 影响二手车市场发展的因素分析 一、货源问题 二、价格因素 三、新车抢夺市场 第三节 影响二手车收购的六要素分析 一、技术含量提高使老车型贬值 二、频繁降价使收购行情走低 三、折旧加快和排放标准的提高影响出售 四、车况优劣影响出售 五、品牌知名度影响收购价格 六、库存影响收购行情 第四节 “国 排放标准”对二手车交易市场的影响 一、国 、国 标准的二手车销量稳中有升 二、化油器车型退出历史舞台已成定局 三、进口高档车将成为二手经销商未来追逐目标 第五节 新车对主流二手车市场交易的影响 一、老主力车型逐渐降价数量减少 二、新主力车型价格下降形成数量优势 三、新旧二手车相互影响力增强 第六节 2022年我国二手车市场发展评估分析 一、燃油税出台 二、购置税改革 三、200亿元补贴 四、成品油定价机制改革 五、汽车公积金 六、汽车贷款 第四章 中国二手车所属行业市场运行分析 第一节 2018年二手车交易情况分析 第二节 2018年二手车交易市场分析 第三节 2022年二手车交易情况分析 第四节 2022年二手车交易市场分析 第五节 二手车市场发展凸现四大特点 一、市场竞争加剧 二、交易形态多样化 三、大部分主流乘用车企业启动二手车业务 四、二手车综合价格有所提高 第六节 关于二手车的购车网络调查情况分析 第七节 二手车市场活跃度分析 第五章 中国二手车所属行业整体运行指标分析 第一节2024-2030年中国二手车行业总体规模分析 一、企业数量结构分析 二、行业生产规模分析 第二节2024-2030年中国二手车所属行业产销分析 一、行业产成品情况总体分析 二、行业产品销售收入总体分析 第三节2024-2030年中国二手车所属行业财务指标总体分析 一、行业盈利能力分析 二、行业偿债能力分析 三、行业营运能力分析 四、行业发展能力分析 第六章 二手车行业盈利能力分析 第一节2024-2030年中国二手车行业利润总额分析 一、利润总额分析 二、不同规模企业利润总额比较分析 三、不同所有制企业利润总额比较分析 第二节2024-2030年中国二手车行业销售利润率 一、销售利润率分析 二、不同规模企业销售利润率比较分析 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 第三节2024-2030年中国二手车行业总资产利润率分析 一、总资产利润率分析 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 第四节2024-2030年中国二手车行业产值利税率分析 一、产值利税率分析 二、不同规模企业产值利税率比较分析 三、不同所有制企业产值利税率比较分析 第七章 中国二手车交易市场问题分析 第一节 阻碍品牌二手车健康快速发展的七大问题 一、解决好汽车制造厂商的认识问题 二、解决好消费者对品牌二手车的认知度问题 三

、解决好品牌二手车市场诚信缺失的问题 四、解决好品牌二手车价格偏高的问题 五、解决品牌二手车专业人才短缺的问题 六、解决好政府政策引导和规范问题 七、解决好品牌二手车的发展环境和交易秩序问题 第二节 制约我国二手车市场发展的六大因素 一、市场诚信度不高 二、市场准入条件缺失 三、市场管理不到位 四、税收政策不配套 五、鉴定评估应改进 六、经营管理人才少 第三节 我国二手车交易市场所面临的七大不足 一、潜力巨大发展滞后 二、二手车买卖中介陷入信誉危机 三、二手车交易的税收标准不统一 四、评估体系不健全 五、二手车技术检测不完善 六、车源不足 七、开展汽车置换步履艰难 第四节 保证二手车交易公平竞争所面临的四大问题 一、维修保养纪录不齐全、公里表调整没处罚 二、全国性规范合同难出台、执行力度不到位 三、评估标准多、赔付不明确 四、门槛不清晰、鱼龙混杂负面影响大 第五节 当前我国二手车流通中存在的主要问题 一、二手车流通渠道混乱 二、我国二手车流通管理部门诸多 三、交易市场功能不完善 四、价格评估机制不健全 五、售后服务不到位 六、机动车档案不透明 七、各销售环节缺乏统一规划和规范的管理 八、监管机制不健全，缺乏监管力度 第八章 中国二手车区域市场分析 第一节 北京 一、北京二手车交易市场总体分析 二、北京二手车交易市场具体情况 三、“准新车”对二手车市场的积极影响分析 第二节 上海 一、上海二手车交易市场总体分析 二、上海二手车市场交易具体情况 第三节 杭州 一、杭州二手车市场状况 二、二手车市场总体状况 第四节 广州 一、二手车市场状况 二、2024-2030年广州二手车走势预测 第五节 西安 一、二手车市场状况 二、贸易战对西安二手车市场的影响分析 第六节 厦门 一、厦门二手车市场状况 二、有关厦门二手车的民意调查情况 第九章 中国二手车价格分析 第一节 二手车交易中的四种价格分析 一、收购价：经纪公司买入价 二、标价：经纪公司卖出价 三、交易价格：最终成交价 四、评估价：纳税基准价 第二节 二手车市场价格分析 一、二手车置换回归市场 二、降低成本是主要原因 三、二手车业务需要大市场概念 第三节 从二手车残值看汽车性价比 第四节 二手车价格评估方法分析 第十章 中国二手车交易市场营销分析 第一节 二手车消费分析 一、二手车消费行业分析 二、消费者心理因素分析 三、换代消费分析 第二节 二手车营销分析 一、二手车营销的新动态 二、二手车销售管理技巧 三、二手车营销有待规范 第三节 二手车品牌分析 一、发展趋势 二、业务分析 三、品牌营销 第四节 二手车服务分析 一、服务已成为品牌二手车的发力点 二、售后无保证服务制约旧车买卖 第五节 二手车经销经纪企业创新分析 一、二手车市场发展迅猛 二、经营创新势在必行 三、理念创新是经营创新的导向和关键 四、经营创新的尝试与探索 第十一章 中国二手车连锁经营发展模式分析 第一节 二手车连锁经营发展环境分析 一、商务部鼓励连锁经营 二、二手车连锁跃跃欲试 三、缺乏良好的市场环境 第二节 第一家全国二手车连锁经营公司分析 一、业务分析 二、优势分析 第三节 发展二手车连锁经营亟待解决的若干问题 一、车籍管理体制问题 二、评估价格真实性问题 三

、售后质量保证问题 四、连锁网点规划布局问题 五、信息资源共享问题 六、完善法律法规问题 第四节 二手车全国连锁经营前景展望 一、消费者不满当前主流模式 二、“叫好不叫坐”的模式 三、二手车行业的“潜力股” 四、连锁经营将成为主流模式 第十二章 中国二手车4S店经营模式分析 第一节 汽车4S店分析 一、4S店模式 二、优势分析 三、经营现状 四、营销策略 第二节 4S店二手车市场概况 一、市场潜力逐渐显现 二、交易模式不断创新 三、交易诚信有望改善 第三节 4S店二手车置换业务分析 一、运作模式及特点 二、主要优势 三、存在的问题 四、长远规划 第四节 4S店二手车发展前景分析 一、抓住消费者“没底”心理 二、利润主要在售后 三、市场问题难解决 第十三章 2024-2030年二手车行业发展趋势分析 第一节 2024-2030年中国二手车市场趋势分析 一、2024-2030年我国二手车市场趋势总结 二、2024-2030年我国二手车发展趋势分析 第二节 2024-2030年二手车产品发展趋势分析 一、2024-2030年二手车产品技术趋势分析 二、2024-2030年二手车产品价格趋势分析 第三节 2024-2030年二手车行业规划建议 一、二手车行业“十二五”整体规划 二、二手车行业“十三五”规划预测 三、2024-2030年二手车行业规划建议 第十四章 2024-2030年中国二手车市场销售管理策略建议 第一节 市场策略分析 一、二手车价格策略分析 二、二手车渠道策略分析 第二节 销售策略分析 一、媒介选择策略分析 二、产品定位策略分析 三、企业宣传策略分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/435492.html>