

2011-2015年中国二手车交易行业竞争格局与发展 趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国二手车交易行业竞争格局与发展趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/113451113451.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

目录

第一章 2010年中国二手车交易市场运行环境分析	1
第一节 2010年中国宏观经济环境分析	1
一、GDP历史变动轨迹分析	1
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	5
三、2010年中国宏观经济发展预测分析	7
第二节 2010年中国二手车交易市场产业政策环境分析	10
一、汽车贸易政策	10
二、二手车交易规范	17
三、二手车流通管理办法	23
四、二手车销售增值税或	29
第三节 2010年中国二手车交易社会环境分析	30
一、居民的消费观念	30
二、汽车性能与新款式设计更新换代加速	33
第二章 2010年世界二手车交易市场运行状况分析	34
第一节 2010年全球二手车市场动态分析	34
一、全球最大二手车超市开张	34
二、经济危机为全球二手车行业带来新的机遇	35
第二节 2010年世界二手车市场运行概况	36
一、二手车交易市场亮点分析	36
二、全球变暖严重影响二手车产业格局	38
三、全球二手车进入快速发展期	39
第三节 2010年世界二手车交易市场剖析	39
一、世界二手车交易量分析	39
二、世界二手车交易价格较与流通频率	40
三、二手车交易体制对交易的影响	40
四、发达国家与发展中国家二手车交易市场同比分析	40
第四节 2010年世界部分国家二手车市场运营状况分析	42
一、美国	42
二、日本	42
第五节 2011-2015年世界二手车交易市场发展趋势分析	43
第三章 2010年中国二手车行业发展形势分析	45
第一节 2010年中国二手车交易概况	45

- 一、二手车交易市场特点分析 45
- 二、二手车交易品牌多元化分析 46
- 三、国内二手车交易应拓展经营思路 47
- 第二节 2010年中国二手车经销/经纪企业的创新分析 49
 - 一、二手车经销/经纪企业创新的必要性 49
 - 二、二手车经销/经纪企业的经营创新分析 50
 - 三、二手车经销/经纪企业进行理念创新 50
 - 四、二手车经销/经纪企业经营创新的策略分析 51
- 第三节 2010年中国二手车行业细分市场现状综述 53
 - 一、中国二手货车行业市场现状分析 53
 - 二、中国二手客车行业市场现状分析 53
 - 三、中国二手轿车行业市场现状分析 54
 - 四、中国二手越野车行业市场现状分析 54
 - 五、中国其他二手车行业市场现状分析 54
- 第四节 2010年中国二手车行业发展存在的问题 55
 - 一、二手车行业管理混乱 55
 - 二、没有统一收费标准，税收征收困难 55
 - 三、缺乏跨地区交易网络市场 56
 - 四、缺乏标准规范，评估结果主观 56
 - 五、交易手续繁琐，买卖双方麻烦 57
- 第四章 2010年中国二手车行业主要经营模式分析 58
 - 第一节 2010年中国二手车经营主体分析 58
 - 一、网络结盟式二手车经销店 58
 - 二、整车厂家为代表的品牌二手车店 59
 - 三、二手车连锁店 62
 - 四、二手车拍卖公司 64
 - 五、二手车交易市场 65
 - 六、二手车经纪公司 65
 - 第二节 2010年中国二手车行业主要经营模式分析 67
 - 一、品牌化经营模式 67
 - 二、成立经营实体 67
 - 三、经营多元化模式 67
 - 四、市场经营批发二手车业务模式 68
 - 五、发展相关配套业务 68
- 第五章 2010年中国二手车行业市场消费行为调研 69

第一节 消费者购买二手车意向分析 69

- 一、二手车价格相对便宜 69
- 二、二手车适合新手练习驾艺 69
- 三、二手车选择余地大 69
- 四、二手车交易规范 69
- 五、相对新车而言，二手车折旧率低 70

第二节 消费者购买二手车的价格区间分析 70

第三节 消费者购买二手车的品牌意向分析 70

第六章 2010年中国汽车销售市场及对二手车交易市场的影响分析 74

第一节 2010年中国汽车市场销售概况 74

- 一、中国汽车分网销售分析 74
- 二、中国汽车销售业面临多业态转型 76
- 三、中国汽车销售市场面临洗牌 78
- 四、多家汽车企业变革销售网络促销 79
- 五、汽车销售服务新法规的优势分析 82

第二节 2010年中国汽车销售模式分析 82

- 一、汽车销售4S店集群新模式介绍 82
- 二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式 83
- 三、汽车销售模式有待变革 84
- 四、汽车销售4S店存在的问题分析 86
- 五、中国汽车销售必须打破传统模式 89
- 六、“总量控制”或将改变汽车销售模式 90

第三节 2010年中国汽车销售中存在的问题及对策 91

- 一、八大问题制约中国汽车销售行业的发展 91
- 二、中国汽车销售价格战原因及对策解析 95
- 三、提高汽车销售服务水平的措施 96

第七章 近几年中国二手汽车市场深度剖析 98

第一节 2008-2010年中国汽车产量分析 98

- 一、2008-2009年全国汽车产量分析 98
- 二、2010年1-5月全国及主要省份汽车产量分析 99
- 三、2010年1-5月汽车产量集中度分析 100

第二节 2010年中国三大城市汽车保有量分析 101

- 一、2010年中国民用汽车保有量 101
- 二、各省民用汽车保有量分析 102
- 三、不同类型民用汽车保有量 104

- 四、2010年中国私人汽车保有量 105
- 五、各省私人汽车保有量分析 106
- 六、不同类型私人汽车保有量 107
- 第三节 近两年中国新车与二手车年销量对比分析 108
 - 一、中国新车年销量分析 108
 - 二、二手轿车是二手车交易的主力军 109
 - 三、中国二手车年销量分析 110
 - 四、中国新车与二手车年销量综合比较 111
- 第八章 2010年中国二手车交易市场竞争格局分析 114
 - 第一节 2010年中国二手车交易竞争现状分析 114
 - 一、二手车交易市场竞争环境分析 114
 - 二、外资加剧中国汽车流通业竞争 116
 - 三、长三角地区二手车交易领域竞争激烈 119
 - 第二节 2010年中国二手车市场区域格局分析 119
 - 一、二手车主要集中区域分布 119
 - 二、主力品牌分布 121
 - 第三节 2010年中国二手车交易潜在进入者竞争分析 122
 - 第四节 2010年中国二手车交易市场提升竞争力策略分析 123
- 第九章 2010年中国二手车行业重点省市竞争格局分析 125
 - 第一节 北京 125
 - 一、北京市近期主要二手车交易政策 125
 - 二、《二手车流通管理办法》对北京二手车市的影响 125
 - 三、北京二手车市场预测 127
 - 四、东风日产二手车北京交易中心成立 128
 - 第二节 上海 129
 - 一、上海近期二手车交易政策 129
 - 二、上海市二手车交易基本情况 131
 - 三、外地车商“淘车潮” 132
 - 第三节 广东 133
 - 一、广东省二手车交易基本情况 133
 - 二、广东省各地二手车交易情况 134
 - 三、轿车占市场份额最大 136
 - 四、准新车越来越多 136
 - 第四节 成都 137
 - 一、成都市旧机动车市场发展情况 137

二、成都二手车市场存在的主要问题 138

三、建议 141

第十章 2010年中国二手车行业主力品牌企业竞争分析 145

第一节 捷达 145

一、2010年捷达二手车销售总量 145

二、捷达二手车热销车型 145

第二节 桑塔纳 146

一、2010年桑塔纳二手车销售总量 146

二、桑塔纳热销车型 147

第三节 本田 147

一、2010年本田二手车销售总量 147

二、本田二手车热销车型 148

第十一章 2010年中国主要二手车市场竞争力分析 150

第一节 云南融联二手车交易市场 150

一、市场基本概况 150

二、市场主要产品分析 150

三、市场竞争优势分析 150

第二节 日照永明旧车交易公司 151

一、市场基本概况 151

二、市场主要产品分析 151

三、市场竞争优势分析 151

第三节 兴隆二手车交易公司 151

一、市场基本概况 151

二、市场主要产品分析 152

三、市场竞争优势分析 152

第四节 恒发二手车贸易有限公司 152

一、市场基本概况 152

二、市场主要产品分析 153

三、市场竞争优势分析 153

第五节 天宇二手汽车交易有限公司 153

一、市场基本概况 153

二、市场主要产品分析 154

三、市场竞争优势分析 154

第十二章 2011-2015年中国二手车交易市场发展趋势与投资预测分析 155

第一节 2011-2015年中国二手车交易市场发展前景分析 155

- 一、二手车交易市场前景分析 155
- 二、二手车交易市场发展趋势分析 155
- 三、二手车交易市场规模分析 156
- 第二节 2011-2015年中国二手车市场预测分析 158
 - 一、二手车成交量预测分析 158
 - 二、二手车市场需求预测分析 159
 - 三、二手车交易市场盈利预测分析 159
- 第三节 2011-2015年中国二手车市场营销策略分析 160
 - 一、拓展经营渠道 160
 - 二、新车、二手车合作经营 161
 - 三、为二手车交易提供信息平台 161
 - 四、加强与国外同业经营交流、合作 162
 - 五、加强品牌二手车置换业务 162
 - 六、加强旧车交易的循环速度 162
 - 七、有效地分流旧车交易部分 163
- 第四节 2011-2015年中国二手车交易市场投资机会分析 163
- 第五节 2011-2015年中国二手车交易市场投资风险分析 163
- 第六节 专家投资建议 165

图表目录：

- 图表 1：2008-2010年我国国内生产总值 1
- 图表 2：2008-2010年我国工业增加值增长速度 4
- 图表 3：2008-2010年我国城镇固定资产投资 5
- 图表 4：考虑购买的二手车价位 70
- 图表 5：买卖旧车的渠道选择 71
- 图表 6：选择在品牌二手车经销店购车的最主要原因 71
- 图表 7：不选择在品牌二手车经销店购买的最主要原因是什么 72
- 图表 8：会考虑选择类似“家乐福”形式的二手车大卖场这种渠道购买二手车吗 73
- 图表 9：部分品牌在部分城市的4S店数量 92
- 图表 10：进口车流通价格 94
- 图表 11：1994-2009年汽车销量及增长率 98
- 图表 12：2010年1-5月中国汽车产量分省市统计 99
- 图表 13：2010年1-5月汽车产量集中度 100
- 图表 14：1978-2010年我国民用汽车拥有量 101
- 图表 15：2009年我国分省市民用汽车拥有量 102
- 图表 16：1978-2010年我国不同类型民用汽车拥有量(万辆) 104

- 图表 17：私人汽车拥有量（万辆） 105
- 图表 18：2009年不同省市私人汽车拥有量 106
- 图表 19：不同类型私人汽车拥有量 107
- 图表 20：历年新车、二手车销售、交易情况 112
- 图表 21：历年二手车分车型交易比例 112
- 图表 22：2009年1-9月新车、二手车市场比例 112
- 图表 23：2008年新车、二手车市场比例 113
- 图表 24：二手车交易区域分布图 120
- 图表 25：2009年全国二手车交易量前十名（辆） 120
- 图表 26：2008年全国二手车交易量前十名（辆） 120
- 图表 27：2009年主要品牌二手车销量 121
- 图表 28：2010年捷达二手车销售总量（万辆） 145
- 图表 29：2009年度捷达新车销量 146
- 图表 30：2010年桑塔纳二手车销售总量（万辆） 146
- 图表 31：2009年度桑塔纳新车销量 147
- 图表 32：2010年本田二手车销售总量（万辆） 147
- 图表 33：2009年度本田系列车型新车销量 148
- 图表 34：2008-2009年全国二手车分省市交易情况 158
- 图表 35：2010-2015年中国二手车交易状况预测 159

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/113451113451.html>