

中国二手汽车市场需求规模与竞争战略分析报告2021-2026年

产品名称	中国二手汽车市场需求规模与竞争战略分析报告 2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国二手汽车市场需求规模与竞争战略分析报告2021-2026年【报告编号】：323929【出版时间】：2021年1月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/323929.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】第1章：中国二手车市场需求环境分析1.1 二手汽车市场的基本概念特征1.1.1 二手汽车市场的概念1.1.2 二手汽车市场的特点1.1.3 二手汽车交易市场形式1.1.4 二手汽车交易功能分析1.2 中国二手车市场政策环境分析1.2.1 二手车市场相关政策规划汇总1.2.2 二手车市场重点政策规范解读1.2.3 政策法律环境对二手车市场的影响分析1.3 中国二手车市场经济环境分析1.3.1 全球经济环境状况分析（1）全球经济环境现状（2）外部环境对中国经济的影响1.3.2 中国经济发展状况分析（1）国内生产总值分析（2）工业增加值分析（3）城乡居民收入增长情况1.3.3 经济环境对二手车市场影响1.4 中国二手车市场社会环境分析1.4.1 传统生活方式改变1.4.2 城市化进程的加快1.4.3 汽车文化开始普及1.4.4 社会“诚信危机”分析1.4.5 社会环境对二手车市场影响分析第2章：中国二手汽车市场消费者调研2.1 二手车购买者基本情况调查2.1.1 调查者职业分布情况2.1.2 调查者年龄分布情况2.1.3 调查者收入分布情况2.1.4 调查者接受教育程度2.1.5 调查者驾照拥有年限2.1.6 调查者对二手车市场了解程度2.2 消费者对二手车市场看法调研2.2.1 消费者二手车购买原因2.2.2 消费者二手车购买顾虑2.2.3 消费者二手车了解渠道2.2.4 消费者对评估过程认可度2.2.5 消费者对评估报告看法2.3 消费者对二手车购买偏好调研2.3.1 消费者二手车购买渠道偏好2.3.2 消费者二手车购买价格偏好2.3.3 消费者二手车购买性能偏好2.3.4 消费者二手车购买年限偏好2.3.5 消费者二手车购买车系偏好2.3.6 消费者二手车购买品牌偏好2.4 消费者对二手车市场期望调研2.4.1 汽车用户车辆处置调研分析（1）车辆处置方式调研分析（2）车辆出售渠道调研分析（3）车辆出售渠道选择分析（4）用户倾向的出售方式分析2.4.2 用户期望更换周期及置换率分析（1）用户期望更换周期分析（2）用户的车辆置换率分析2.4.3 用户期望车辆保值率调研分析（1）用户期望车辆保值率分析（2）不同车辆品牌延续度分析2.4.4 用户期望的车辆评估调研分析（1）二手汽车评估时间分析（2）用户期望评估时间分析2.4.5 用户车辆评

估需求分析(1)二手汽车评估时间分析(2)用户期望评估时间分析第3章：中国二手汽车市场需求现状分析3.1二手车市场发展状况分析3.1.1二手车市场整体规模情况3.1.2二手车百强市场发展情况(1)市场集中度高(2)主体业态合理(3)盈利能力提升(4)区域分布集中(5)交易规模结构上移3.2二手车市场需求规模分析3.2.1二手车市场交易量分析3.2.2二手车市场交易额分析3.2.3二手车交易量占新车销量比重(1)国内二手车占新车交易量比重(2)中外二手车占新车交易量比重对比3.2.4二手车交易量占保有量比重(1)国内二手车交易量占保有量比重(2)中外二手车占保有量比重对比3.2.5二手车交易对新车销售贡献率3.2.6二手车市场交易需求影响因素分析3.3二手车市场需求结构分析3.3.1二手车市场产品结构3.3.2二手车市场车龄结构3.3.3二手车交易方式结构3.3.4二手车交易主体结构3.4二手车市场需求价格分析3.4.1二手车市场交易价格分布3.4.2二手车市场平均交易价格3.4.3二手车不同车龄价格3.4.4二手车交易区域价格3.5二手汽车市场发展SWOT分析3.5.1二手汽车市场优势分析3.5.2二手汽车市场劣势分析3.5.3二手汽车市场机会分析3.5.4二手汽车市场威胁分析3.6二手汽车行业整体发展存在的问题及解决对策分析3.6.1二手汽车行业发展存在的问题分析(1)行业自身发展问题(2)外部政策环境问题(3)自身发展问题原因分析3.6.2促进行业发展的主要对策及政策建议分析(1)主要对策措施(2)相关政策建议第4章：中国二手汽车细分市场需求分析4.1二手轿车市场需求情况分析4.1.1轿车新车市场发展状况(1)轿车新车产量情况(2)轿车新车销量情况(3)轿车销量占汽车销量比重4.1.2二手轿车市场现状分析(1)二手轿车市场交易规模(2)二手轿车交易量占轿车新车市场比重(3)二手轿车交易量占二手汽车市场交易比重4.1.3二手轿车市场发展前景分析4.2二手MPV市场需求情况分析4.2.1MPV新车市场发展状况(1)MPV新车产量情况(2)MPV新车销量情况(3)MPV销量占汽车销量比重4.2.2二手MPV市场现状分析(1)二手MPV市场交易规模(2)二手MPV交易量占MPV新车市场比重(3)二手MPV交易量占二手汽车市场交易比重4.2.3二手MPV市场发展前景分析4.3二手SUV市场需求情况分析4.3.1SUV新车市场发展状况(1)SUV新车产量情况(2)SUV新车销量情况(3)SUV销量占汽车销量比重4.3.2二手SUV市场现状分析(1)二手SUV市场交易规模(2)二手SUV交易量占SUV新车市场比重(3)二手SUV交易量占二手汽车市场交易比重4.3.3二手SUV市场发展前景分析4.4二手交叉型乘用车市场需求分析4.4.1交叉型乘用车新车市场发展状况(1)交叉型乘用车新车产量情况(2)交叉型乘用车新车销量情况(3)交叉型乘用车销量占汽车销量比重4.4.2二手交叉型乘用车市场现状分析(1)二手交叉型乘用车市场交易规模(2)二手交叉型乘用车交易量占交叉型乘用车新车市场比重(3)二手交叉型乘用车交易量占二手汽车市场交易比重4.4.3二手交叉型乘用车市场发展前景分析4.5二手乘用车市场需求分析4.5.1乘用车新车市场发展状况(1)乘用车新车产量情况(2)乘用车新车销量情况(3)乘用车销量占汽车销量比重4.5.2二手乘用车市场现状分析(1)二手乘用车市场交易规模(2)二手乘用车交易量占乘用车新车市场比重(3)二手乘用车交易量占二手汽车市场交易比重4.5.3二手乘用车市场发展前景分析4.6二手客车市场需求分析4.6.1客车新车市场发展状况(1)客车新车产量情况(2)客车新车销量情况(3)客车销量占汽车销量比重4.6.2二手客车市场现状分析(1)二手客车市场交易规模(2)二手客车交易量占客车新车市场比重(3)二手客车交易量占二手汽车市场交易比重4.6.3二手客车市场发展前景分析4.7二手货车市场需求分析4.7.1货车新车市场发展状况(1)货车新车产量情况(2)货车新车销量情况(3)货车销量占汽车销量比重4.7.2二手货车市场现状分析(1)二手货车市场交易规模(2)二手货车交易量占货车新车市场比重(3)二手货车交易量占二手汽车市场交易比重4.7.3二手货车市场发展前景分析4.8二手商用车市场需求分析4.8.1商用车新车市场发展状况(1)商用车新车产量情况(2)商用车新车销量情况(3)商用车销量占汽车销量比重4.8.2二手商用车市场现状分析(1)二手商用车市场交易规模(2)二手商用车交易量占商用车新车市场比重(3)二手商用车交易量占二手汽车市场交易比重4.8.3二手商用车市场发展前景分析第5章：中国二手汽车市场重点区域需求分析5.1二手汽车交易市场区域分布5.1.1各区域二手汽车交易量情况5.1.2各省市二手汽车交易量情况5.1.3区域二手汽车交易品牌车系排名5.2广东省二手汽车市场发展状况5.2.1广东省二手汽车市场交易规模(1)交易量(2)交易金额(3)交易车型结构5.2.2重点城市二手汽车交易市场情况(1)广州市二手汽车交易市场发展情况(2)深圳市二手汽车交易市场发展情况(3)佛山市二手汽车交易市场发展情况(4)东莞市二手汽车交易市场发展情况(5)中山市二手汽车交易市场发展情况5.3四川省二手汽车市场发展状况5.3.1四川省二手汽车市场发展情况5.3.2重点城市二手汽车市场发展情况(1)成都市二手汽车交易市场发展情况(2)绵阳市二手汽车交易市场发展情况5.4北京市二手汽车市场发展状况5.4.1北京市二手汽车市场交易规模5.4.2限购令对二手汽车市场的影响5.4.3北京市二手汽车市场发展趋势5.5山东省二手汽车市场发展状况5.5.1山东省二手汽车市场交易规模5.5.2重点城市二手汽车市场发展情况(1)济南市二手汽车交易市场发展情况(2)青岛市二手汽车交易市场发

展情况(3) 枣庄市二手汽车交易市场发展情况5.6 上海市二手汽车市场发展状况5.6.1
上海市二手汽车市场交易规模(1) 交易量(2) 交易金额(3) 交易特点(4) 入围百强名单5.6.2
上海二手汽车各市场交易情况5.6.3 上海二手汽车市场结构分析5.6.4 上海二手汽车市场现代化分析5.6.5
上海二手汽车市场贡献度分析5.6.6 上海市二手汽车交易量上升原因5.6.7
上海市二手汽车交易行业趋势预测5.7 河南省二手汽车市场发展状况5.7.1
河南省二手汽车市场发展情况5.7.2 重点城市二手汽车市场发展情况(1) 郑州市二手汽车交易市场发展情况(2) 洛阳市二手汽车交易市场发展情况5.8 浙江省二手汽车市场发展状况5.8.1
浙江省二手汽车市场发展状况5.8.2
重点城市二手汽车市场发展状况(1) 杭州市二手汽车市场分析(2) 宁波市二手汽车市场分析5.9
河北省二手汽车市场发展状况5.9.1 河北省二手汽车市场发展情况5.9.2 重点城市二手汽车市场发展情况(1) 石家庄市二手汽车交易市场发展情况(2) 保定市二手汽车交易市场发展情况5.10
天津市二手汽车市场发展状况5.10.1 天津市二手汽车市场交易规模5.10.2 天津二手车交易市场5.10.3
北京限购令对天津二手汽车市场的影响5.10.4 天津市二手汽车市场发展动向5.11
湖北省二手汽车市场发展状况5.11.1 湖北省二手汽车市场发展状况5.11.2
武汉市二手汽车市场发展状况5.11.3 湖北省二手汽车市场发展动向5.11.4
湖北省二手汽车市场趋势分析第6章：中国二手汽车市场重点企业经营状况分析6.1
上海车王二手车经营有限公司经营情况分析6.1.1 企业发展简况分析6.1.2 企业主营业务分析6.1.3
企业经营模式分析6.1.4 企业配套服务分析6.1.5 企业规模实力分析6.1.6 企业竞争优势分析6.2
淘车无忧汽管理服务股份有限公司经营情况分析6.2.1 企业发展简况分析6.2.2 企业主营业务分析6.2.3
企业经营情况分析6.2.4 企业配套服务分析6.2.5 企业服务市场分析6.2.6 企业竞争优势分析6.3
武汉长空机械总厂汉西旧机动车交易市场经营情况分析6.3.1 企业发展简况分析6.3.2
企业主营业务分析6.3.3 企业经营情况分析6.3.4 企业配套服务分析6.3.5 企业服务资质分析6.3.6
企业竞争优势分析6.4 上海诚新二手车经营管理有限公司经营情况分析6.4.1 企业发展简况分析6.4.2
企业经营业务分析6.4.3 企业股权结构分析6.4.4 企业经营特点分析6.4.5 企业配套服务分析6.4.6
企业竞争优势分析6.5 天津空港二手车交易市场有限公司经营情况分析6.5.1 企业发展简况分析6.5.2
企业主营业务分析6.5.3 企业经营情况分析6.5.4 企业配套服务分析6.5.5 企业业务资质分析6.5.6
企业竞争优势分析6.6 大连旧机动车交易市场有限公司经营情况分析6.6.1 企业发展简况分析6.6.2
企业主营业务分析6.6.3 企业经营情况分析6.6.4 企业发展战略规划6.6.5 企业竞争优势分析6.7
中进真容汽车投资管理(北京)有限公司经营情况分析6.7.1 企业发展简况分析6.7.2
企业主营业务分析6.7.3 企业经营特色分析6.7.4 企业配套服务分析6.7.5 企业竞争优势分析6.8
广东千里发名车汇二手车经营有限公司经营情况分析6.8.1 企业发展简况分析6.8.2 企业经营业务分析6.8.3
企业经营环境分析6.8.4 企业业务资质分析6.8.5 企业竞争优势分析6.9
北京卓杰行北亚旧机动车经纪有限公司经营情况分析6.9.1 企业发展简况分析6.9.2 企业主营业务分析6.9.3
企业经营特色分析6.9.4 企业配套服务分析6.9.5 企业竞争优势分析6.10
安徽旧机动车交易中心经营情况分析6.10.1 企业发展简况分析6.10.2 企业主营业务分析6.10.3
企业经营情况分析6.10.4 企业配套服务分析6.10.5 企业人力资源分析6.10.6 企业竞争优势分析6.11
西安易车汇二手车置换信息有限公司经营情况分析6.11.1 企业发展简况分析6.11.2 企业主营业务分析6.11.3
企业经营情况分析6.11.4 企业业务原则分析6.11.5 企业竞争优势分析6.12
宁波嘉和汇汽车服务有限公司经营情况分析6.12.1 企业发展简况分析6.12.2 企业主营业务分析6.12.3
企业经营情况分析6.12.4 企业业务资质分析6.12.5 企业竞争优势分析6.13
北京旧机动车交易市场有限公司经营情况分析6.13.1 企业发展简况分析6.13.2 企业主营业务分析6.13.3
企业经营模式分析6.13.4 企业占地规模分析6.13.5 企业竞争优势分析6.14
宁波宁兴丰田汽车销售服务有限公司经营情况分析6.14.1 企业发展简况分析6.14.2 企业主营业务分析6.14.3
企业经营模式分析6.14.4 企业竞争优势分析6.15 成都鑫迪克二手车有限公司经营情况分析6.15.1
企业发展简况分析6.15.2 企业经营业务分析6.15.3 企业配套服务分析6.15.4 企业服务网点分析6.15.5
企业业务资质分析6.15.6 企业竞争优势分析6.16
成都蚂蚁王二手汽车服务有限责任公司经营情况分析6.16.1 企业发展简况分析6.16.2
企业主营业务分析6.16.3 企业配套服务分析6.16.4 企业服务流程分析6.16.5 企业竞争优势分析6.17
重庆中汽西南二手车交易市场有限公司经营情况分析6.17.1 企业发展简况分析6.17.2
企业主营业务分析6.17.3 企业经营情况分析6.17.4 企业竞争优势分析6.18
山东华瑞源二手车市场管理有限公司经营情况分析6.18.1 企业发展简况分析6.18.2 企业主营业务分析6.18.3

企业特色服务分析6.18.4 企业业务资质分析6.18.5 企业竞争优劣势分析6.19
广东大昌行喜龙汽车贸易有限公司经营情况分析6.19.1 企业发展简况分析6.19.2 企业主营业务分析6.19.3
企业配套服务分析6.19.4 企业业务资质优势6.19.5 企业竞争优劣势分析6.20
太原旧机动车交易中心有限公司经营情况分析6.20.1 企业发展简况分析6.20.2 企业主营业务分析6.20.3
企业业务规模分析6.20.4 企业业务流程分析6.20.5 企业竞争优劣势分析6.21
广东省东莞市旧机动车交易中心有限公司经营情况分析6.21.1 企业发展简况分析6.21.2
企业主营业务分析6.21.3 企业业务模式分析6.21.4 企业荣誉资质分析6.21.5 企业竞争优劣势分析6.22
山东梁山二手车交易市场经营情况分析6.22.1 企业发展简况分析6.22.2 企业主营业务分析6.22.3
企业经营情况分析6.22.4 企业网络运营平台分析6.22.5 企业竞争优劣势分析6.23
江西旧机动车交易中心有限公司经营情况分析6.23.1 企业发展简况分析6.23.2 企业主营业务分析6.23.3
企业业务升级分析6.23.4 企业竞争优劣势分析6.24 江苏天诚旧机动车交易市场经营情况分析6.24.1
企业发展简况分析6.24.2 企业主营业务分析6.24.3 企业经营情况分析6.24.4 企业竞争优劣势分析6.25
广西旧机动车交易市场有限责任公司经营情况分析6.25.1 企业发展简况分析6.25.2 企业主营业务分析6.25.3
企业经营情况分析6.25.4 企业配套服务分析6.25.5 企业竞争优劣势分析6.26
江苏通源旧机动车交易市场有限公司经营情况分析6.26.1 企业发展简况分析6.26.2 企业经营业务分析6.26.3
企业验车流程分析6.26.4 企业交易流程分析6.26.5 企业竞争优劣势分析6.27 浙元通二手车有限公司6.27.1
企业发展简况分析6.27.2 企业经营状况分析6.27.3 企业二手车业务分析6.27.4 企业营销与服务分析6.27.5
企业竞争战略分析6.27.6 企业竞争优劣势分析6.28 上海开新旧机动车经纪有限公司经营情况分析6.28.1
企业发展简况分析6.28.2 企业主营业务分析6.28.3 企业配套服务分析6.28.4 企业核心服务分析6.28.5
企业竞争优劣势分析6.29 神州租车控股有限公司经营情况分析6.29.1 企业发展简况分析6.29.2
企业主要服务产品6.29.3 企业售后服务分析6.29.4 企业服务渠道分析6.29.5 企业经营优劣势分析6.30
杭州安卡网络技术有限公司经营情况分析6.30.1 企业发展简况分析6.30.2 企业主营业务分析6.30.3
企业客户群体分析6.30.4 企业经营优劣势分析6.31 北京易车互联信息技术有限公司经营情况分析6.31.1
企业发展简况分析6.31.2 企业主营业务分析6.31.3 企业配套服务分析6.31.4 企业服务市场分析6.31.5
企业竞争优劣势分析6.32 上海艾车二手车经营有限公司经营情况分析6.32.1 企业发展简况分析6.32.2
企业经营状况分析6.32.3 二手车业务分析6.32.4 企业营销与服务分析6.32.5 企业竞争战略分析6.32.6
企业竞争优劣势分析6.33 北京巅峰科技有限公司经营情况分析6.33.1 企业发展简况分析6.33.2
企业经营状况分析6.33.3 二手车业务分析6.33.4 电子商务模式分析6.33.5 企业竞争战略分析6.33.6
企业竞争优劣势分析6.34 优信拍经营情况分析6.34.1 企业发展简况分析6.34.2 企业经营状况分析6.34.3
二手车业务分析6.34.4 电子商务模式分析6.34.5 企业营销与服务分析6.34.6 企业发展愿景分析6.34.7
企业竞争优劣势分析6.35 上海平安汽车电子商务有限公司经营情况分析6.35.1 企业发展简况分析6.35.2
企业主营业务分析6.35.3 企业配套服务分析6.35.4 企业战略定位分析6.35.5 企业服务市场分析6.35.6
企业竞争优劣势分析第7章：中国二手汽车市场需求前景与投资分析7.1 二手汽车市场需求前景预测7.1.1
二手汽车市场发展趋势分析7.1.2
二手汽车市场需求规模预测（1）二手汽车交易量预测（2）二手汽车交易金额预测7.2
中国二手汽车市场的投资分析7.2.1 二手汽车市场的投资风险分析（1）二手汽车市场政策风险分析（2）
二手汽车市场竞争风险分析（3）二手汽车行业市场波动风险（4）二手汽车诚信问题风险（5）二手汽车
市场其他风险分析7.2.2 二手汽车市场投资特性分析（1）二手汽车市场进入壁垒分析（2）二手汽车市场
盈利模式分析（3）二手汽车市场盈利因素分析7.2.3 二手汽车市场投资机会分析（1）拍卖市场交易竞拍
（2）二手汽车电子商务图表目录图表1：2020年我国二手车交易市场区域分布（单位：%）图表2：2
020年具有影响力的二手车企业/市场开业情况表图表3：开展二手车的整修翻新工作的途径图表4：二手
车的销售功能图表5：二手车市场相关政策规划图表6：二手车交易市场经营管理规范表图表7：经销公司
经营管理规范表图表8：经纪经营管理规范表图表9：拍卖公司经营管理规范表图表10：2015-2020年中国
国内生产总值情况及增长率（单位：亿元，%）图表11：2015-2020年我国全部工业增加值增速（单位：
亿元，%）图表12：2015-2020年中国全国居民人均可支配收入及其增长情况（单位：元，%）图表13：20
15-2020年我国城镇化率趋势图（单位：%）图表14：2015-2020年中国汽车保有量趋势图（单位：亿辆，
%）图表15：调查者职业分布（单位：%）图表16：调查者年龄段分布（单位：%）图表17：调查者驾照
收入分布（单位：%）图表18：调查者接受教育程度（单位：%）图表19：调查者驾照拥有年限（单位：
%）图表20：调查者对二手车市场了解程度（单位：%）图表21：消费者二手车购买原因（单位：%）图
表22：消费者二手车购买顾虑（单位：%）图表23：消费者二手车了解渠道（单位：%）图表24：消费者
对二手车评估过程认可度（单位：%）图表25：消费者对二手车评估报告看法（单位：%）图表26：消费

者二手车购买渠道偏好（单位：%） 图表27：消费者二手车购买价格偏好（单位：%） 图表28：消费者二手车购买性能偏好（单位：%） 图表29：消费者二手车购买年限偏好（单位：%） 图表30：消费者二手车购买车系偏好（单位：%） 图表31：消费者二手车购买车系偏好（单位：%） 图表32：汽车所有者车辆处置方式（单位：%） 图表33：车辆出售渠道（单位：%） 图表34：车辆出售渠道选择原因（单位：%） 图表35：用户倾向的出售方式（单位：%） 图表36：用户期望车辆更换年限（单位：月） 图表37：二手车更换年限-车型示例（单位：月） 图表38：不同价格车辆置换率（单位：%） 图表39：不同品牌车辆置换率（单位：%） 图表40：用户期望的车辆保值率（单位：%） 图表41：不同车系品牌延续度（单位：%） 图表42：不同品牌车辆品牌延续度（单位：%） 图表43：不同经营主体的评估时间（单位：分钟） 图表44：用户期望的鉴定评估时间（单位：%） 图表45：不同经营主体的评估时间（单位：分钟） 图表46：用户期望的鉴定评估时间（单位：%） 图表47：2015-2020年我国二手车市场规模现状（单位：家，万平方米，万辆，亿元） 图表48：2015-2020年我国二手车市场百强企业交易数量以及交易金额（单位：万辆，亿元） 图表49：2020年我国百强二手车市场经营企业结构分布情况（单位：%） 图表50：2015-2020年我国百强二手车市场经营面积对比（单位：万m²） 图表51：2015-2020年我国百强二手车盈利能力变化情况（单位：亿元） 图表52：2020年我国百强二手车市场区域分布情况（单位：%） 图表53：2020年我国百强二手车市场入围企业排名前二十（单位：辆） 图表54：2020年我国百强二手车市场交易结构情况（单位：%） 图表55：2015-2020年中国二手车市场交易数量分析（单位：万辆，%） 图表56：2015-2020年中国二手车交易量及环比增速趋势图（单位：万辆，%） 图表57：2015-2020年中国二手车市场交易总额趋势图（单位：亿元） 图表58：2015-2020年中国二手车与新车交易量比值分析（单位：万辆，倍） 图表59：中外二手车占新车交易量/新车交易量比重对比图 图表60：2015-2020年中国二手车占保有量比重趋势图（单位：%） 图表61：中外二手车占新车交易量/保有量比重对比图（单位：%） 图表62：中国二手车市场主要影响因素分析表 图表63：2017-2020年中国二手车市场产品结构图（单位：%） 图表64：2020年中国二手车市场产品结构图（单位：%） 图表65：2020年中国二手汽车市场交易车龄结构（单位：%） 图表66：2020年中国二手汽车市场交易方式结构（单位：%） 图表67：中国二手车交易主体经营状况图 图表68：2020年全国二手汽车交易价格分布图（单位：%） 图表69：2015-2020年二手车市场平均价格趋势图（单位：万元/辆） 图表70：不同车龄价格水平图（单位：万元） 图表71：2020年二手车交易价格区域结构（单位：万元/辆） 图表72：二手汽车行业自身发展问题图 图表73：二手汽车行业外部政策环境问题图 图表74：2015-2020年我国轿车新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表75：2015-2020年我国轿车新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表76：2015-2020年我国轿车销量占汽车销量比重情况（单位：%） 图表77：2015-2020年我国二手轿车交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表78：2015-2020年我国二手轿车交易量占轿车新车市场销量比重情况（单位：%） 图表79：2015-2020年我国二手轿车交易量占二手汽车市场交易量比重情况（单位：%） 图表80：2021-2026年我国二手轿车交易规模预测（单位：万辆） 图表81：2015-2020年我国MPV新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表82：2015-2020年我国MPV新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表83：2015-2020年我国MPV销量占汽车销量比重情况（单位：%） 图表84：2015-2020年我国二手MPV交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表85：2015-2020年我国二手MPV交易量占MPV新车市场销量比重情况（单位：%） 图表86：2015-2020年我国二手MPV交易量占二手汽车市场交易量比重情况（单位：%） 图表87：2021-2026年我国二手MPV交易规模预测（单位：万辆） 图表88：2015-2020年我国SUV新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表89：2015-2020年我国SUV新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表90：2015-2020年我国SUV销量占汽车市场销量比重情况（单位：%） 图表91：2015-2020年我国二手SUV交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表92：2015-2020年我国二手SUV交易量占SUV新车市场销量比重情况（单位：%） 图表93：2015-2020年我国二手SUV交易量占二手汽车市场交易量比重情况（单位：%） 图表94：2021-2026年我国二手SUV交易规模预测（单位：万辆） 图表95：2015-2020年我国交叉型乘用车新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表96：2015-2020年我国交叉型乘用车新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表97：2015-2020年我国交叉型乘用车销量占汽车市场销量比重情况（单位：%） 图表98：2015-2020年我国二手交叉型乘用车交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表99：2015-2020年我国二手交叉型乘用车交易量占交叉型乘用车新车市场销量比重情况（单位：%） 图表100：2015-2020年我国二手交叉型乘用车交易量占二手汽车市场交易量比重情况（单位：%） 图表101：2021-2026年我国二手交叉型乘用车交易规模预测（单位：万辆） 图表102：2015-2020年我国乘用车新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表103：2015-2020年我国乘用车新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表104：2015-2020年我国乘用车销量占汽车销量比重情况（单位：%） 图表105：2015-2020年我国二手乘用车交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表106：2015-2020年我国二手乘用车交易量占乘用车新车市场销量比重情况（单位：%） 图表107：2015-2020年我国二手乘用车交易量占二手

汽车市场交易量比重情况（单位：%） 图表108：2021-2026年我国二手乘用车市场交易规模预测（单位：万辆） 图表109：2015-2020年我国客车新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表110：2015-2020年我国客车新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表111：2015-2020年我国客车销量占汽车市场销量比重情况（单位：%） 图表112：2015-2020年我国二手客车交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表113：2015-2020年我国二手客车交易量占客车新车市场销量比重情况（单位：%） 图表114：2015-2020年我国二手客车交易量占二手汽车市场交易量比重情况（单位：%） 图表115：2021-2026年我国二手客车市场交易规模预测（单位：万辆） 图表116：2015-2020年我国货车新车产量及增长情况（单位：万辆，%） 图表117：2015-2020年我国货车新车销量及增长情况（单位：万辆，%） 图表118：2015-2020年我国货车销量占汽车市场销量比重情况（单位：%） 图表119：2015-2020年我国二手货车交易规模及增长情况（单位：万辆，%） 图表120：2015-2020年我国二手货车交易量占货车新车市场销量比重情况（单位：%）