

2015-2020年中国二手车市场趋势预测与行业前景调研分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国二手车市场趋势预测与行业前景调研分析报告》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.bosidata.com/qtzzh1511/W450435UCE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2026-04-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

目前我国的二手车市场情况是供小于求，并且二手车又多集中于北京、上海、广州这样的大城市中，像二三线城市，其二手车交易分部更加分散，加之中间环节过多，导致不同商家的交易价格相差较为悬殊。即便是相同品牌的不同4S店二手车认证服务，也由于不同认证人员对于车辆本身的认可度不同，导致消费者的产品也会出现价格差，而正是由于没有一个相对固定的标准，对于绝大多数消费者而言，想要卖车，是难上加难，若想要把自己的车卖出个好价钱，则更是难上加难。

欧美二手车市场已然是供大于求的状态，并且经过多年的发展，已然形成了自己的二手车文化，主要体现在北美二手车的销量是新车销量的三倍还多，欧洲的数据也同样如此，这一点对于国内而言仍然是需要追赶的目标。

究其原因，这一切都是由于我国的二手车行业仍然缺乏相对完善的规范，行业内部信息化程度低、诚信问题严重制约其发展，特别是在网络发达的今天，缺乏规范的二手车行业，不仅无法借力网络的力量进行发展，反而会因标准的匮乏而产生负面效应，这对于二手车行业而言，无疑是一个巨大的挑战!

博思数据发布的《2015-2020年中国二手车市场趋势预测与报告》。内容严谨、数据翔实，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动向、正确制定企业竞争战略和投资前景研究。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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资前景，制定正确竞争和投资规划建议决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

博思数据是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营等统计数据，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 二手车定义及相关介绍 11

第一节 二手车简介 11

第二节 二手车定义 11

第三节 二手车的优点 11

一、相对新车二手车优点 11

| | |
|------------------------|----|
| 二、购买二手车的优势 | 12 |
| 第四节 二手车适合人群 | 13 |
| 第五节 购买二手车所需要的手续 | 13 |
| 节 二手车交易的流程 | 14 |
| 第二章 2015年中国汽车工业运行情况 | 18 |
| 第一节 2015年中国汽车市场分析 | 18 |
| 一、2015年中国汽车产销情况分析 | 18 |
| 二、2015年中国汽车工业运行状况 | 19 |
| 三、2015年中国汽车进出口贸易情况 | 23 |
| 第二节 2015年汽车行业经济运行状况 | 24 |
| 一、2015年中国汽车行业发展概述 | 24 |
| 二、2015年中国汽车资产总额分析 | 27 |
| 三、2015年中国汽车销售产值分析 | 29 |
| 四、2015年汽车行业销售收入分析 | 31 |
| 五、2015年汽车行业利润总额分析 | 32 |
| 第三节 2015年中国汽车分车型销售情况分析 | 34 |
| 一、2015年中国乘用车市场销售分析 | 34 |
| （一）2015年中国轿车销售情况 | 34 |
| （二）2015年中国suv销售情况 | 35 |
| （三）2015年中国mpv销售情况 | 35 |
| 二、2015年中国客车销售情况分析 | 36 |
| （一）2015年大型客车销售情况 | 36 |
| （二）2015年中型客车销售情况 | 36 |
| （三）2015年轻型客车销售情况 | 37 |
| （四）2015年微型客车销售情况 | 37 |
| 三、2015年中国卡车销售情况分析 | 38 |
| （一）2015年重型卡车销售情况 | 38 |
| （二）2015年中型卡车销售情况 | 38 |
| （三）2015年轻型卡车销售情况 | 39 |
| （四）2015年微型卡车销售情况 | 39 |
| 第四节 中国汽车保有量分析 | 40 |
| 一、中国民用汽车保有量 | 40 |

| | |
|----------------------------|----|
| 二、民用汽车的注册数量 | 41 |
| 三、私人汽车拥有量分析 | 42 |
| 四、公路营运汽车拥有量 | 43 |
| 第三章 2015年全球二手车交易市场分析 | 45 |
| 第一节 发达国家二手车市场发展现状 | 45 |
| 第二节 发达国家二手车交易市场发展特点 | 46 |
| 一、交易量巨大并形成规模效应 | 46 |
| 二、价格较低及流通频率高 | 46 |
| 三、信息透明与售后服务有保障 | 46 |
| 四、评估体系健全 | 47 |
| 五、旧车享受售后服务 | 51 |
| 六、行业自律自我管理 | 52 |
| 第三节 全球部分国家二手车交易市场发展分析 | 52 |
| 一、美国 | 52 |
| 二、日本 | 55 |
| 第四章 2013-2015年中国二手车交易市场现状 | 56 |
| 第一节 2013-2015年中国二手车市场的发展历程 | 56 |
| 一、二手车市场交易量分析 | 56 |
| 二、二手车市场交易额分析 | 57 |
| 三、二手车平均交易价格分析 | 58 |
| 第二节 2013-2015年中国二手车市场发展现状 | 59 |
| 一、中国二手车市场规模分析 | 59 |
| 二、中国二手车市场运行特点 | 61 |
| 第三节 中国二手车市场发展特点 | 63 |
| 一、增长呈快速递增趋势 | 63 |
| 二、地域性发展特点突出 | 63 |
| 三、市场步入多元化轨道 | 63 |
| 第四节 中国二手车市场存在的问题及解决办法 | 64 |
| 一、存在的问题 | 64 |
| 二、解决办法 | 67 |
| 第五节 影响二手车价格的主要因素 | 69 |
| 一、基本参数影响价格 | 69 |

| | |
|----------------------|----|
| 二、二手车保值率高低 | 70 |
| 三、是否具备正常的过户手续 | 70 |
| 四、时下车市大环境影响 | 70 |
| 第六节 制约中国二手车市场发展因素分析 | 71 |
| 一、信息不对称诚信缺失 | 72 |
| 二、行业准入门槛低竞争加剧 | 72 |
| 三、流通性差限制行业发展 | 73 |
| 四、落后的评估系统需改革 | 73 |
| 五、消费观念制约行业发展 | 73 |
| 第五章 2015年中国二手车区域市场分析 | 75 |
| 第一节 广东省 | 75 |
| 一、广东省二手汽车成交量分析 | 75 |
| （一）广州市二手汽车交易市场分析 | 75 |
| （二）深圳市二手汽车交易市场分析 | 76 |
| （三）东莞市二手汽车交易市场分析 | 76 |
| 二、广东省主要城市二手车经销商 | 76 |
| （一）广州市二手车主要经销商 | 76 |
| （二）深圳市二手车主要经销商 | 77 |
| （三）东莞市二手车主要经销商 | 78 |
| 第二节 北京 | 80 |
| 一、北京市二手汽车交易市场分析 | 80 |
| 二、北京地区二手车交易排行 | 80 |
| 三、北京市二手车价格情况分析 | 81 |
| 四、北京二手车市场发展趋势分析 | 82 |
| 第三节 上海 | 83 |
| 一、上海市二手车交易量分析 | 83 |
| 二、上海市二手车交易市场分析 | 83 |
| 第六章 2015年中国汽车消费者分析 | 85 |
| 第一节 消费者心理及行为分析 | 85 |
| 一、汽车消费者消费行为分析 | 85 |
| 二、潜在汽车消费者购物行为分析 | 86 |
| 三、中国高档豪华车用户调查分析 | 91 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 第二节 汽车消费信誉度调查 | 96 |
| 第三节 网民汽车消费行为偏好分析 | 98 |
| 第四节 网民购车意向及品牌偏好研究分析 | 100 |
| 一、网民总体购车意向 | 100 |
| (一) 网民车型选择偏好 | 100 |
| (二) 不同区域网民车型选择偏好 | 100 |
| (三) 网民汽车排量选择 | 101 |
| (四) 网民购车价格预算 | 102 |
| 二、车型品牌选择意向分析 | 103 |
| (一) 微型车品牌选择意向 | 103 |
| (二) 小型车品牌选择意向 | 103 |
| (三) 紧凑型车品牌选择意向 | 104 |
| (四) 中型车品牌选择意向 | 105 |
| (五) 中大型车品牌选择意向 | 105 |
| (六) suv品牌选择意向 | 106 |
| (七) mpv品牌选择意向 | 107 |
| 第五节 中国汽车信贷消费者群体分析 | 108 |
| 第六节 中国汽车潜在消费者人群特征分析 | 110 |
| 第七节 上海汽车消费市场分析 | 111 |
| 节 广东汽车消费市场分析 | 114 |
| 一、广州市汽车消费市场分析 | 114 |
| 二、深圳市汽车消费调查分析 | 115 |
| 第七章 2015年中国二手车行业市场消费行为调研 | 127 |
| 第一节 消费者购买二手车意向分析 | 127 |
| 一、二手车价格较便宜 | 127 |
| 二、二手车更适合新手 | 127 |
| 三、二手车选择余地大 | 127 |
| 四、《二手车交易规范》 | 128 |
| 五、二手车折旧率较低 | 129 |
| 第二节 消费者对二手车市场发展看法调查 | 130 |
| 第三节 二手车保值率地域区别分析 | 132 |
| 第八章 2015年中国二手车行业主要经营模式分析 | 135 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 第一节 全球主要国家二手车的经营方式 | 135 |
| 一、日本二手车市场现状 | 135 |
| 二、韩国二手车市场现状 | 135 |
| 三、德国二手车市场现状 | 136 |
| 四、瑞士二手车市场现状 | 136 |
| 五、美国二手车市场现状 | 136 |
| 六、澳大利亚二手车市场现状 | 137 |
| 第二节 2015年中国二手车经营主体分析 | 137 |
| 一、网络结盟式二手车经销店 | 137 |
| 二、整车厂家为代表的品牌二手车店 | 138 |
| 三、二手车连锁店 | 138 |
| 四、二手车拍卖公司 | 138 |
| 五、二手车交易市场 | 139 |
| 六、二手车经纪公司 | 139 |
| 第三节 2015年中国二手车行业主要经营模式分析 | 139 |
| 一、品牌化经营模式 | 139 |
| 二、成立经营实体 | 140 |
| 三、经营多元化模式 | 140 |
| 四、市场经营批发二手车业务模式 | 140 |
| 五、发展相关配套业务 | 141 |
| 第九章 2015年中国二手车拍卖市场分析 | 142 |
| 第一节 国内二手车交易市场分析 | 142 |
| 一、二手车交易市场相关概述 | 142 |
| （一）二手车交易市场的内涵 | 142 |
| （二）二手车交易市场的功能 | 142 |
| （三）二手车交易市场的形式 | 142 |
| 二、国内二手车行业发展特点 | 142 |
| 三、中国二手车市场发展对策 | 144 |
| 第二节 二手车拍卖市场相关概述 | 145 |
| 一、二手车拍卖的定义与原则 | 145 |
| 二、机动车拍卖主要优势分析 | 145 |
| 三、国内机动车拍卖主要流程 | 146 |

| | |
|------------------------|-----|
| 四、机动车拍卖中心主要业务 | 146 |
| 五、机动车拍卖应注意的问题 | 147 |
| 第三节 国内二手车拍卖市场分析 | 147 |
| 一、机动车拍卖业务增长原因 | 147 |
| 二、国内二手车拍卖市场现状 | 147 |
| 三、风投涉足二手车拍卖网站 | 148 |
| 四、车商大力支持二手车拍卖 | 149 |
| 第四节 国内二手车拍卖市场前景 | 150 |
| 第十章 2015年中国二手车市场营销模式探析 | 151 |
| 第一节 中国二手汽车市场营销环境分析 | 151 |
| 一、二手汽车市场营销政策环境分析 | 151 |
| 二、二手汽车营销市场发展原因分析 | 151 |
| 三、中国二手汽车市场正蓬勃发展 | 151 |
| 第二节 中国二手车市场营销模式分析 | 152 |
| 一、品牌化经营模式分析 | 152 |
| 二、二手车经纪公司模式 | 152 |
| 三、经营多元化模式分析 | 153 |
| 四、批发二手车业务模式 | 153 |
| 五、发展相关配套业务模式 | 153 |
| 第三节 中国二手车市场营销措施分析 | 154 |
| 一、建立二手汽车市场信息平台 | 154 |
| 二、规范第三方二手汽车评估体系 | 154 |
| 三、加强培养二手汽车行业从业人才 | 154 |
| 第四节 国内外二手车交易环节差异分析 | 155 |
| 一、收车环节差异分析 | 155 |
| 二、评估环节差异分析 | 156 |
| 三、流通环节差异分析 | 156 |
| 四、销售环节差异分析 | 157 |
| 五、售后环节差异分析 | 157 |
| 第五节 中国二手车市场营销策略分析 | 158 |
| 一、拓展经营渠道 | 158 |
| 二、新车与二手车合作经营 | 159 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 三、加强品牌二手车置换业务 | 160 |
| 四、加强旧车交易的循环速度 | 160 |
| 五、加强与国外同业经营交流与合作 | 160 |
| 第十一章 2015年中国二手车交易市场竞争格局分析 | 161 |
| 第一节 中国二手车交易竞争现状分析 | 161 |
| 一、二手车交易市场竞争环境分析 | 161 |
| 二、中国二手车市场品牌竞争分析 | 161 |
| 第二节 中国二手车交易潜在进入者竞争分析 | 162 |
| 第三节 中国二手车交易市场竞争力策略分析 | 162 |
| 第四节 二手汽车交易市场的swot分析 | 163 |
| 一、二手汽车市场优势分析 | 163 |
| 二、二手汽车市场劣势分析 | 164 |
| 三、二手汽车市场机会分析 | 165 |
| 四、二手汽车市场威胁分析 | 166 |
| 第十二章 2015-2020年中国汽车产业发展的趋势 | 167 |
| 第一节 2015-2020年中国汽车行业预测 | 167 |
| 一、2015-2020年汽车市场销量预测 | 167 |
| 二、2015-2020年客车销量预测 | 167 |
| 三、2015-2020年中国汽车年产量预测 | 168 |
| 四、2015-2020年中国汽车工业产业规模预测 | 168 |
| 五、2015-2020年轿车行业现状分析 | 169 |
| 六、2015-2020年新能源车市场预测 | 169 |
| 七、2015-2020年专用汽车行业发展趋势预测 | 170 |
| 八、2015-2020年卡车销售市场规模预测 | 171 |
| 九、2015-2020年各地客车拥有量预测 | 172 |
| 十、2015-2020年客车产品需求预测 | 172 |
| 十一、2015-2020年客车行业政策法规预测 | 173 |
| 十二、2015-2020年客车出口预测分析 | 174 |
| 十三、2015-2020年豪华车的国产化趋势 | 174 |
| 十四、2015-2020年汽车售后市场发展预测 | 175 |
| 第二节 2015-2020年中国汽车发展趋势分析 | 175 |
| 一、2015-2020年汽车产业的发展趋势分析 | 175 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、2015-2020年汽车零部件市场发展趋势 | 176 |
| 三、2015-2020年新能源汽车市场趋势预测 | 178 |
| 第十三章 2015-2020中国二手车趋势预测及趋势分析 | 179 |
| 第一节 中国在全球二手车市场地位分析 | 179 |
| 第二节 中国二手车交易形式发展趋势 | 180 |
| 第三节 中国二手车交易市场成交量预测 | 181 |
| 第四节 中国二手车交易市场盈利现状及方向预测分析 | 181 |
| 一、二手车交易市场盈利现状分析 | 181 |
| 二、二手车交易市场未来盈利方向 | 183 |
| 第五节 网购二手车趋势预测分析 | 183 |
| 第六节 品牌二手车成为发展趋势 | 184 |
| 第十四章 2015-2020年中国二手车交易市场投资分析 | 187 |
| 第一节 2015-2020年中国二手车交易市场投资环境分析 | 187 |
| 第二节 2015-2020年中国二手车交易市场投资机会分析 | 189 |
| 一、区域投资机会分析 | 189 |
| 二、产业投资热点分析 | 189 |
| 第十五章 2015-2020年中国二手车交易市场投资前景分析 | 191 |
| 第一节 市场运营风险 | 191 |
| 第二节 政策风险分析 | 191 |
| 第三节 道德诚信风险 | 192 |
| 第四节 管理风险分析 | 193 |
| 附录 | 194 |
| 《二手车流通管理办法》 | 194 |
| 图表目录： | |
| 图表 1 二手车交易流程 | 17 |
| 图表 2 2007-2014年中国汽车产销情况统计 | 18 |
| 图表 3 2009-2014年中国汽车产量增长趋势图 | 19 |
| 图表 4 2009-2014年中国汽车销量增长趋势图 | 19 |
| 图表 5 2007-2014年中国乘用车产量统计 | 20 |
| 图表 6 2009-2014年中国乘用车产量增长趋势图 | 20 |
| 图表 7 2007-2014年中国乘用车销量统计 | 20 |
| 图表 8 2009-2014年中国乘用车销量增长趋势图 | 21 |

图表 9 2007-2014年中国商用车产量统计 21

图表 10 2009-2014年中国商用车产量增长趋势图 22

图表 11 2007-2014年中国商用车销量统计 22

图表 12 2009-2014年中国商用车销量增长趋势图 22

图表 13 2011-2014年中国汽车整车出口情况统计 23

图表 14 2009-2014年中国汽车整车出口变化趋势图 23

图表 15 2011-2014年中国汽车整车进口变化趋势图 24

图表 16 2009-2014年中国汽车整车进口变化趋势图 24

图表 17 2014年中国汽车整车制造行业经济统计 25

图表 18 2014年中国汽车整车制造行业前五省区企业数量排名 26

图表 19 2014年中国汽车整车制造行业前五省区资产总计排名 26

图表 20 2014年中国汽车整车制造行业前五省区销售收入排名 26

图表 21 2014年中国汽车整车制造行业前五省区利润总额排名 27

图表 22 2008-2014年中国汽车整车制造行业资产总额统计 27

图表 23 2008-2014年中国汽车整车制造行业资产增长趋势图 28

图表 24 2014年中国各省区汽车整车制造行业资产总额比较 28

图表 25 2010-2014年中国汽车整车制造行业销售产值统计 29

图表 26 2010-2014年中国汽车整车制造行业销售产值变动趋势图 29

图表 27 2014年中国主要省区汽车整车制造行业销售产值比较 30

图表 28 2008-2014年中国汽车整车制造行业销售收入统计 31

图表 29 2008-2014年中国汽车整车制造行业销售收入增长趋势图 31

图表 30 2014年中国各省区汽车整车制造行业销售收入比较 31

图表 31 2008-2014年中国汽车整车制造行业利润总额统计 32

图表 32 2008-2014年中国汽车整车制造行业利润增长趋势图 33

图表 33 2014年中国各省区汽车整车制造行业利润总额比较 33

图表 34 2007-2014年中国基本型乘用车（轿车）销量统计 34

图表 35 2009-2014年中国基本型乘用车（轿车）销量增长趋势图 35

图表 36 2007-2014年中国suv销量统计 35

图表 37 2007-2014年中国mpv销量统计 36

图表 38 2007-2014年中国大型客车销量统计 36

图表 39 2007-2014年中国中型客车销量统计 37

图表 40 2007-2014年中国轻型客车销量统计 37

图表 41 2007-2014年中国微型客车销量统计 38

图表 42 2007-2014年中国重型卡车销量统计 38

图表 43 2007-2014年中国中型卡车销量统计 39

图表 44 2007-2014年中国轻型卡车销量统计 39

图表 45 2007-2014年中国微型卡车销量统计 40

图表 46 2011-2014年中国民用汽车保有量统计 40

图表 47 2009-2014年中国民用汽车保有量增长趋势图 41

图表 48 中国民用汽车新注册量和增长率统计 41

图表 49 中国民用汽车新注册量增长趋势图 42

图表 50 2011-2014年中国私人汽车保有量和增长率统计 42

图表 51 2009-2014年中国私人汽车保有量增长趋势图 43

图表 52 中国公路运营汽车保有量和增长率统计 43

图表 53 中国公路运营汽车保有量增长趋势图 44

图表 54 2011-2014年中国二手车市场交易量统计 56

图表 55 2008-2014年中国二手车市场交易量变化趋势图 57

图表 56 2011-2014年中国二手车市场交易额统计 57

图表 57 2008-2014年中国二手车市场交易额变化趋势图 58

图表 58 2009-2014年中国二手车平均交易价格走势图 58

图表 59 2014年中国不同类型二手车交易量统计 59

图表 60 2014年不同类型二手车交易量结构图 59

图表 61 2014年中国不同类型二手车成交量统计 60

图表 62 2014年不同类型二手车交易量结构图 60

图表 63 2014年中国不同类型二手车交易额统计 60

图表 64 2014年中国不同类型二手车交易额结构图 61

图表 65 2014年二手车交易量位列前十的省市市场变化情况 61

图表 66 2010-2014年广州市二手汽车交易量统计 75

图表 67 2010-2014年深圳市二手汽车交易量统计 76

图表 68 2010-2014年东莞市二手汽车交易量统计 76

图表 69 广州市二手车主要经销商 77

图表 70 深圳市二手车主要经销商 78

图表 71 东莞市二手车主要经销商 78

图表 72 2012-2014年北京市二手汽车交易量统计 80

图表 73 2014年北京市二手车交易总量排行 81

图表 74 2007-2014年上海市二手汽车交易量统计 83

图表 75 潜在汽车消费者分类 86

图表 76 不同汽车消费类型人群所占比例 87

图表 77 潜在汽车消费者的购物场所 88

图表 78 潜在汽车消费者的购物场所按性别分类 88

图表 79 潜在汽车消费者的购物场所按年龄分类 89

图表 80 潜在汽车消费者的购物行为 90

图表 81 潜在汽车消费者的购物行为按性别分类 90

图表 82 潜在汽车消费者的购物行为按年龄分类 91

图表 83 享乐主义人群特征分析 93

图表 84 针对不同类型的人群可采用不同的沟通方式 96

图表 85 中国汽车消费信誉度调查自主品牌奖项 97

图表 86 中国汽车消费信誉度调查车型奖项 97

图表 87 中国汽车消费信誉度调查企业服务类奖项 98

图表 88 不同车型的购买意向 100

图表 89 不同区域网民车型选择偏好 101

图表 90 汽车排量选择 102

图表 91 购车价格预算 102

图表 92 微型车品牌选择偏好 103

图表 93 小型车品牌选择偏好 104

图表 94 紧凑型车品牌选择偏好 104

图表 95 中型车品牌选择偏好 105

图表 96 中大型车品牌选择偏好 106

图表 97 suv品牌选择偏好 107

图表 98 mpv品牌选择偏好 107

图表 99 汽车消费群体的收入分布图 108

图表 100 汽车消费群体的年龄分布图 109

图表 101 汽车消费群体的职业分布图 110

图表 102 中国汽车潜在消费人群特征占比分布图 111

图表 103 2014年上海各车型上牌量同比情况 112

图表 104 2013-2014年上海车辆月度上牌数累计情况 112

图表 105 2013-2014年上海车辆月度上牌数量情况 113

图表 106 2014年上海上牌进口车来源国情况 113

图表 107 2014年上海国产轿车分类型上牌情况 114

图表 108 2014年上海国产小客车分类型上牌情况 114

图表 109 深圳消费者购车意愿 116

图表 110 汽车消费档次分布 117

图表 111 汽车消费品牌分布 117

图表 112 汽车消费车型分布 118

图表 113 新能源汽车消费关注情况 118

图表 114 汽车消费影响因素 119

图表 115 汽车消费重视类型分布图 119

图表 116 对二手车消费的关注情况 120

图表 117 消费者对汽车了解程度分布 121

图表 118 深圳车主年龄分布图 121

图表 119 深圳车主性别分布图 122

图表 120 深圳车主汽车拥有数量分布图 122

图表 121 深圳车主汽车价位分布图 123

图表 122 深圳车主汽车品牌分布图 124

图表 123 深圳车主汽车车型分布图 124

图表 124 深圳车主购车意愿分布图 125

图表 125 深圳车主用车费用分布图 125

图表 126 深圳车主对汽车性能关注分布图 126

图表 127 深圳车主对汽车售后服务的关注 126

图表 128 不同家庭年收入水平消费者对二手汽车的消费意向统计 130

图表 129 不同家庭年收入水平消费者对二手汽车消费档次统计 131

图表 130 不同家庭年收入水平消费者眼中二手车相对于新车的优点 131

图表 131 不同家庭年收入水平消费者眼中二手车相对于新车的不足 132

图表 132 2015-2020年中国汽车销量预测趋势图 167

图表 133 2015-2020年中国客车销售量预测趋势图 168

图表 134 2015-2020年中国汽车产量预测趋势图 168

图表 135 2015-2020年中国汽车制造业销售收入预测趋势图 169

图表 136 2015-2020年中国轿车销量预测趋势图 169

图表 137 2015-2020年中国卡车销售量预测趋势图 171

图表 138 “十三五”期间客车行业可能实施的政策预测 173

图表 139 2015-2020年中国新能源汽车市场前景展望 178

图表 140 2015-2020年中国二手汽车交易量预测趋势图 181

图表 141 “十三五”时期中国经济社会发展主要指标 188

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1511/W450435UCE.html>