

2022-2028年中国二手车交易 市场研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2022-2028年中国二手车交易市场研究与战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R05/R0501/202207/12-493937.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

二手车交易主要包括：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%。2012-2022年上半年中国二手车市场交易量数据来源：公开资料整理 产业研究报告网发布的《2022-2028年中国二手车交易市场研究与战略咨询报告》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

从乘用车市场来看，2022年上半年我国基本型乘用车二手车交易量为398.9万辆，占
比58.1%，同比2018年同期增长2.4%；多功能型MPV二手车交易量为43.4万辆，占比6.3%，同
比增长12.39%；运动型多用途SUV二手车交易量为58万辆，占比8.5%，同比增长4.99%；交叉
型乘用车二手车交易量为16.5万辆，同比增长4.44%。2022年上半年中国二手车不同车型交易
量数据来源：公开资料整理三、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2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028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、2022-2028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、“叫好不叫座”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 2022-2028年二手车行业发展趋势分析第一节 2022-2028年中国二手车市场趋势分析一、2022-2028年我国二手车市场趋势总结二、2022-2028年我国二手车发展趋势分析第二节 2022-2028年二手车产品发展趋势分析一、2022-2028年二手车产品技术趋势分析二、2022-2028年二手车产品价格趋势分析第三节 2022-2028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、2022-2028年二手车行业规划建议 第十四章 2022-2028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.chinairr.org/report/R05/R0501/202207/12-493937.html>