

2023-2029年中国二手车行业深度研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国二手车行业深度研究与投资策略报告》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/R0505/202309/21-564551.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

二手车是指从办理完注册登记手续到达到国家强制报废标准之前进行交易并转移所有权的汽车（包括三轮汽车、低速载货汽车，即原农用运输车）、挂车和摩托车。

2021年，二手车交易量为1758.51万辆，比2020年同期增长22.62%。2021年，基本型乘用车共交易1059.11万辆，同比增长23.34%；客车132.03万辆，同比增长7.02%；载货车145.38万辆，同比增长9.63%；SUV 197.63万辆，同比增长44.18%；MPV 100.86万辆，同比增长21.24%；交叉型乘用车40.23万辆，同比增长18.59%。2022年1-12月，二手车累计交易量1602.78万辆，同比下降8.86%，与同期相比减少了155.7万辆，累计交易金额为10595.91亿元。2023年1-2月，二手车累计交易量270.70万辆，同比增长5.68%，与同期相比增加了14.6万辆，累计交易金额为1715.16亿元。

2021年4月15日，国务院办公厅发布了《关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见》，意见提出加快修订《二手车流通管理办法》，推动各地区彻底清理违规设置的二手车迁入限制，放宽二手车经营条件。这是2021年2月商务部办公厅《关于印发商务领域促进汽车消费工作指引和部分地方经验做法的通知》中“全面取消二手车限迁政策”，以及2021年国务院政府工作报告中“取消对二手车交易不合理限制”之后，政府主管部门再一次对解除二手车迁移限制、激活二手车消费进行明确指示。相对密集的二手车市场激活政策，也体现了二手车全国流通与交易增长对于汽车经济产业的关键意义。为贯彻落实国务院推进政务服务“跨省通办”部署要求，加快推行小型非营运二手车交易登记跨省通办，促进二手车便利交易，相关部门2021年8月印发通知加快推进二手车异地交易登记推广应用。通知明确，自2021年9月1日起开展小型非营运二手车异地交易登记第一批推广应用，推广应用城市共计218个。与前期20个城市试点相比，二手车交易登记跨省通办城市数量大幅增加，二手车异地交易将更加便利。2022年11月8日，商务部、公安部和海关总署联合发布了《关于进一步扩大开展二手车出口业务地区范围的通知》，决定新增辽宁、福建、河南、四川等14个地区开展二手车出口业务。2022年12月14日，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》，提出要推进汽车电动化、网联化、智能化，加强停车场、充电桩、换电站、加氢站等配套设施建设。便利二手车交易。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国二手车行业深度研究与投资策略报告》共十一章。首先介绍了二手车的定义、优势等，接着分析了发达国家二手车市场的发展经验以及我国二手车行业的发展环境。然后对我国二手车市场、二手车流通管理以及二手车的交易进行了详实全面的分析。随后，报告对二手车电商市场、二手车相关配套市场及重点区域二手车市场进行了分析。最后对二手车市场的投资机遇及前景趋势进行了科学的分析及预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、工商总局、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对二手车市场有个系统深入的了解、或者想投资二手车相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 二手车市场概述

1.1 二手车市场的概念界定

1.1.1 二手车的普遍定义

1.1.2 我国二手车的定义

1.1.3 二手车的交易优势

1.2 二手车市场与相关市场的关系

1.2.1 与新车市场的关系

1.2.2 与租赁市场的关系

1.2.3 与汽车金融/保险市场的关系

1.2.4 与汽车检测服务市场的关系

第二章 国际二手车市场发展分析及经验借鉴

2.1 国外二手车市场特点分析

2.1.1 市场发展历程

2.1.2 市场发展特征

2.1.3 市场流通特征

2.1.4 收售评估体制

2.1.5 交易模式特征

2.1.6 线上交易加快

2.2 美国二手车市场分析

2.2.1 行业发展历程

2.2.2 行业发展环境

2.2.3 行业发展优势

2.2.4 市场运行规模

2.2.5 市场价格分析

- 2.2.6 百强经销商销量
- 2.2.7 经营主体分析
- 2.2.8 质量保障体系
- 2.3 日本二手车市场分析
 - 2.3.1 市场发展阶段
 - 2.3.2 行业发展环境
 - 2.3.3 市场交易渠道
 - 2.3.4 市场销量规模
 - 2.3.5 出口贸易状况
 - 2.3.6 经营主体分析
 - 2.3.7 流通模式分析
- 2.4 德国二手车市场分析
 - 2.4.1 行业发展综况
 - 2.4.2 市场交易规模
 - 2.4.3 市场占有率状况
 - 2.4.4 线上购车市场
 - 2.4.5 市场发展特点
 - 2.4.6 购车价格分析
 - 2.4.7 市场相关服务
 - 2.4.8 业务模式分析
- 2.5 其他国家
 - 2.5.1 法国
 - 2.5.2 俄罗斯
 - 2.5.3 韩国
 - 2.5.4 新加坡
- 2.6 国外二手车评估体系及启示
 - 2.6.1 国外二手车评估体系现状
 - 2.6.2 国内外二手车评估体系差异
 - 2.6.3 国外二手车评估体系的启示

第三章 2021-2023年中国二手车市场增长动力分析

3.1 中国汽车产业蓬勃发展

- 3.1.1 汽车工业产销规模
- 3.1.2 汽车保有量规模
- 3.1.3 重点企业经济效益
- 3.1.4 汽车保值率分析
- 3.2 消费需求环境日益趋好
 - 3.2.1 居民收入水平提高
 - 3.2.2 汽车消费指数状况
 - 3.2.3 二手车消费人群分析
 - 3.2.4 异地二手车消费分析
 - 3.2.5 二手车消费潜力分析
- 3.3 互联网的发展提高信息透明度
 - 3.3.1 互联网基础设施建设日趋完善
 - 3.3.2 互联网打破信息壁垒
 - 3.3.3 大数据及诚信档案的运用
 - 3.3.4 支付技术日渐成熟
- 3.4 政府和行业协会的支持性政策
 - 3.4.1 促进二手车交易政策
 - 3.4.2 规范二手车市场措施
 - 3.4.3 二手车经销增值税政策
 - 3.4.4 二手车流通管理办法
 - 3.4.5 二手车限迁政策进展

第四章 2021-2023年中国二手车市场发展分析

- 4.1 中国二手车市场发展概述
 - 4.1.1 市场发展背景
 - 4.1.2 行业发展历程
 - 4.1.3 市场影响因素
 - 4.1.4 交易主体分析
- 4.2 2021-2023年中国二手车市场交易分析
 - 4.2.1 市场景气程度
 - 4.2.2 市场规模分析
 - 4.2.3 车型种类分布

- 4.2.4 使用年限分析
- 4.2.5 排放标准情况
- 4.2.6 交易价格分布
- 4.2.7 平均交易价格
- 4.3 2021-2023年中国二手车市场区域分析
 - 4.3.1 各线城市交易规模
 - 4.3.2 区域交易规模分析
 - 4.3.3 区域交易价格分布
- 4.4 2021-2023年中国二手车市场发展现状
 - 4.4.1 百强市场特征
 - 4.4.2 用户需求偏好
 - 4.4.3 主要经营模式
 - 4.4.4 经营能力状况
 - 4.4.5 企业布局加快
- 4.5 2021-2023年中国二手车跨区域流通分析
 - 4.5.1 跨区域流通体系
 - 4.5.2 二手车转籍比例
 - 4.5.3 跨区域流通情况
 - 4.5.4 区域流通活跃度
 - 4.5.5 转籍车辆转入地
- 4.6 新能源二手车交易市场分析
 - 4.6.1 车型销售情况
 - 4.6.2 价格分布情况
 - 4.6.3 区域分布情况
 - 4.6.4 使用年限分析
- 4.7 2020年二手车经营企业营商环境分析
 - 4.7.1 经营企业地域分布
 - 4.7.2 企业经营年限分析
 - 4.7.3 经销商板块情况
 - 4.7.4 企业经营规模状况
 - 4.7.5 企业财务状况分析
 - 4.7.6 企业盈利能力状况

4.8 中国二手车市场面临的问题

4.8.1 行业诚信度低

4.8.2 市场规范化问题

4.8.3 交易透明度问题

4.8.4 交易企业定位问题

4.8.5 市场品质鉴证问题

4.8.6 从业人员素质问题

4.9 中国二手车行业的发展建议

4.9.1 建立诚信体系

4.9.2 加强行业监管

4.9.3 增强信息透明度

4.9.4 调整企业定位

4.9.5 完善品质鉴证体系

4.9.6 提升服务人员素养

第五章 中国二手车流通经营管理分析

5.1 二手车流通概述

5.1.1 二手车交易链介绍

5.1.2 二手车流通的要求

5.1.3 二手车流通过程条件

5.1.4 二手车流通监管措施

5.2 中国二手车市场参与主体分析

5.2.1 二手车交易市场

5.2.2 二手车鉴定评估机构

5.2.3 二手车拍卖公司

5.2.4 二手车经营公司

5.2.5 二手车经纪公司

5.3 中国二手车流通体系特征分析

5.3.1 区域集中度高

5.3.2 经营主体分散

5.3.3 评估体系缺失

5.3.4 专业化分工缺失

- 5.4 中国二手车流通体系变化情况
 - 5.4.1 二手车交易方式改变
 - 5.4.2 交易向经销模式转型
 - 5.4.3 二手车流通效率提升
 - 5.4.4 仓储物流体系的建设
- 5.5 中国二手车经营格局的瓶颈分析
 - 5.5.1 交易市场水平较低
 - 5.5.2 缺乏现代经营手段
 - 5.5.3 经营方式单一
 - 5.5.4 4S店发展不成熟

第六章 2021-2023年中国二手车交易渠道分析

- 6.1 二手车交易渠道概述
 - 6.1.1 二手车交易渠道分布
 - 6.1.2 二手车交易渠道格局
 - 6.1.3 二手车交易渠道现状
 - 6.1.4 二手车交易产品定位
 - 6.1.5 二手车交易渠道转型
- 6.2 中国二手车交易主流渠道介绍
 - 6.2.1 整车厂经销商
 - 6.2.2 独立二手车经销商
 - 6.2.3 C2C模式
 - 6.2.4 线上平台
- 6.3 经销商渠道分析
 - 6.3.1 二手车经销商百强排行
 - 6.3.2 百强经销商销售额分布
 - 6.3.3 二手车经销商交易规模
 - 6.3.4 二手车经销商库存周期
 - 6.3.5 二手车经销商营业收入
- 6.4 OEM渠道分析
 - 6.4.1 OEM渠道介绍
 - 6.4.2 OEM渠道的优势

- 6.4.3 OEM渠道定价分析
- 6.5 在线拍卖渠道分析
 - 6.5.1 在线拍卖渠道介绍
 - 6.5.2 在线拍卖渠道的优势
 - 6.5.3 在线拍卖渠道关键因素
 - 6.5.4 在线拍卖市场用户偏好
- 6.6 品牌经销渠道分析
 - 6.6.1 品牌经销模式
 - 6.6.2 品牌经销交易模式
 - 6.6.3 品牌经销渠道的优势

第七章 2021-2023年中国二手车电商市场发展分析

- 7.1 二手车电商市场竞争优势
 - 7.1.1 快速拓展市场
 - 7.1.2 缩减销售成本
 - 7.1.3 竞争更透明化
 - 7.1.4 信息的公开化
 - 7.1.5 形成规模效应
- 7.2 中国二手车电商行业发展综述
 - 7.2.1 二手车电商发展历程
 - 7.2.2 二手车电商产业图谱
 - 7.2.3 二手车电商主要类型
 - 7.2.4 二手车电商营销现状
- 7.3 2021-2023年中国二手车电商市场运行现状
 - 7.3.1 二手车电商市场规模
 - 7.3.2 二手车电商交易规模
 - 7.3.3 二手车电商渗透率
 - 7.3.4 二手车电商竞争格局
 - 7.3.5 二手车电商企业发展
- 7.4 2021-2023年中国二手车电商市场用户分析
 - 7.4.1 月活用户规模
 - 7.4.2 平台用户数量

- 7.4.3 平台用户动态
- 7.4.4 用户途径选择
- 7.4.5 用户消费意愿
- 7.4.6 用户基本特征
- 7.4.7 用户品牌偏好
- 7.5 中国二手车电商商业模式分析
 - 7.5.1 二手车电商主要类型
 - 7.5.2 C/B2B竞拍模式
 - 7.5.3 C2C虚拟寄售模式
 - 7.5.4 B2C卖场模式
 - 7.5.5 交易服务资讯平台
 - 7.5.6 简单收购模式
 - 7.5.7 第三方信息服务平台
- 7.6 中国二手车电商平台典型案例分析
 - 7.6.1 C2B模式代表——车置宝
 - 7.6.2 C2C模式代表——瓜子二手车
 - 7.6.3 B2B模式代表——汽车街
 - 7.6.4 信息平台模式代表——第一车网
- 7.7 中国二手车电商市场融资分析
 - 7.7.1 市场融资规模
 - 7.7.2 行业融资现状
 - 7.7.3 企业融资情况
 - 7.7.4 融资市场态势
- 7.8 中国二手车电商市场发展问题及趋势
 - 7.8.1 二手车电商市场存在问题
 - 7.8.2 二手车电商盈利模式待成熟
 - 7.8.3 二手车电商市场趋势展望

第八章 2021-2023年二手车配套市场发展分析

- 8.1 二手车检测
 - 8.1.1 二手车检测流程介绍
 - 8.1.2 二手车线上检测加快

- 8.1.3 二手车检测的提供商
- 8.1.4 二手车检测智能化发展
- 8.1.5 汽车检测行业发展趋势
- 8.2 二手车估值
 - 8.2.1 发展环境分析
 - 8.2.2 价格影响因素
 - 8.2.3 估值平台分析
 - 8.2.4 主流商业模式
- 8.3 二手车认证质保
 - 8.3.1 服务形式介绍
 - 8.3.2 政策相关规定
 - 8.3.3 市场渗透情况
 - 8.3.4 市场竞争动态
 - 8.3.5 市场发展痛点
 - 8.3.6 发展方向分析
- 8.4 二手车拍卖
 - 8.4.1 二手车拍卖流程
 - 8.4.2 二手车拍卖模式
 - 8.4.3 二手车拍卖平台
 - 8.4.4 二手车拍卖规模
 - 8.4.5 二手车拍卖特点
 - 8.4.6 二手车拍卖局限
 - 8.4.7 二手车拍卖策略
 - 8.4.8 二手车拍卖机遇
- 8.5 二手车金融
 - 8.5.1 二手车金融发展价值
 - 8.5.2 二手车金融产品类型
 - 8.5.3 二手车金融市场规模
 - 8.5.4 二手车金融市场主体
 - 8.5.5 银行布局二手车金融
 - 8.5.6 二手车金融市场展望
 - 8.5.7 二手车金融发展要点

- 8.6 二手车出口
 - 8.6.1 二手车出口的必要性
 - 8.6.2 二手车出口政策环境
 - 8.6.3 二手车出口规模分析
 - 8.6.4 二手车出口发展机遇
 - 8.6.5 二手车出口发展展望

第九章 2021-2023年重点区域二手车市场发展分析

- 9.1 广东省
 - 9.1.1 二手车相关政策分析
 - 9.1.2 二手车市场交易状况
 - 9.1.3 二手车出口业务状况
- 9.2 上海市
 - 9.2.1 二手车市场交易规模
 - 9.2.2 二手车市场交易特点
 - 9.2.3 外牌二手车成交状况
 - 9.2.4 二手车交易存在问题
 - 9.2.5 二手车交易规范发布
- 9.3 北京市
 - 9.3.1 二手车市场交易状况
 - 9.3.2 二手车市场发展环境
 - 9.3.3 二手车出口业务管理
 - 9.3.4 二手车车企布局动态
 - 9.3.5 二手车市场发展问题
- 9.4 浙江省
 - 9.4.1 二手车市场交易规模
 - 9.4.2 二手车行业政策环境
 - 9.4.3 二手车市场交易特点
 - 9.4.4 二手车企业出口动态
 - 9.4.5 二手车市场存在问题
 - 9.4.6 二手车市场发展建议
- 9.5 山东省

- 9.5.1 二手车发展条件分析
- 9.5.2 二手车市场交易规模
- 9.5.3 二手车市场出口状况
- 9.5.4 二手车市场取消限迁
- 9.5.5 青岛二手车市场发展
- 9.6 其他区域
 - 9.6.1 江苏省
 - 9.6.2 天津市
 - 9.6.3 成都市
 - 9.6.4 合肥市
 - 9.6.5 重庆市

第十章 2020-2023年中国二手车市场典型企业案例分析

- 10.1 广汇汽车服务股份公司
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 二手车项目建设
 - 10.1.3 经营效益分析
 - 10.1.4 业务经营分析
 - 10.1.5 财务状况分析
 - 10.1.6 核心竞争力分析
 - 10.1.7 公司发展战略
 - 10.1.8 未来前景展望
- 10.2 浙江金固股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 经营效益分析
 - 10.2.3 业务经营分析
 - 10.2.4 财务状况分析
 - 10.2.5 核心竞争力分析
 - 10.2.6 公司发展战略
 - 10.2.7 未来前景展望
- 10.3 中升集团控股有限公司
 - 10.3.1 企业发展概况

- 10.3.2 2021年企业经营状况分析
- 10.3.3 2022年企业经营状况分析
- 10.3.4 2023年企业经营状况分析
- 10.4 优信集团
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 二手车业务模式
 - 10.4.3 2021年企业经营状况分析
 - 10.4.4 2022年企业经营状况分析
 - 10.4.5 2023年企业经营状况分析

第十一章 对2023-2029年中国二手车市场投资及前景趋势分析

- 11.1 中国二手车市场投资机遇分析
 - 11.1.1 二手车行业投资规模状况
 - 11.1.2 二手车市场投资潜力分析
 - 11.1.3 二手车市场主体投资策略
 - 11.1.4 汽车经销商集团投资机遇
 - 11.1.5 品牌二手车发展前景看好
 - 11.1.6 二手车电商市场趋于成熟
 - 11.1.7 二手车细分市场投资机会
- 11.2 中国二手车市场发展前景展望
 - 11.2.1 政策环境改善
 - 11.2.2 市场比重变化
 - 11.2.3 用户认知升级
 - 11.2.4 市场发展前景
 - 11.2.5 需求空间预测
- 11.3 中国二手车市场趋势分析
 - 11.3.1 规模化经营趋势
 - 11.3.2 跨区域流通趋势
 - 11.3.3 市场多元化趋势
 - 11.3.4 市场诚信发展趋势
- 11.4 中国二手车经营模式发展趋向分析
 - 11.4.1 交易水平提升

- 11.4.2 现代流通体系
- 11.4.3 线上交易平台
- 11.5 对2023-2029年中国二手车市场预测分析
 - 11.5.1 2023-2029年中国二手车市场影响因素分析
 - 11.5.2 2023-2029年中国二手车交易量预测
 - 11.5.3 2023-2029年中国二手车交易金额预测

图表目录

- 图表 美国二手车电商平台概览
- 图表 美国经销商二手车车源渠道占比
- 图表 美国二手车经营者特点
- 图表 美国二手车市场经营者市场份额
- 图表 美国特约经销商二手车来源渠道
- 图表 日本二手车市场发展阶段
- 图表 2020-2021年日本二手车销量
- 图表 日本二手车代行拍卖中标模式
- 图表 日本二手车拍卖购入 - 网络订购模式
- 图表 日本二手车购入新二手车 - 网络订购模式
- 图表 日本二手车展示现车 - 现场销售模式
- 图表 日本二手车拍卖流程
- 图表 德国二手车购车者的信息来源
- 图表 互联网在德国购车中的作用
- 图表 德国互联网上的二手车购买流程
- 图表 德国购买二手车的评判标准
- 图表 德国人购买二手车的优先专注点
- 图表 二手车购车均价（欧洲）
- 图表 德国二手车买方群体的购车价格
- 图表 德国二手车融资
- 图表 德国二手车质保
- 图表 欧洲二手车业务模式及特点
- 图表 2018-2022年中国汽车销量和增长率
- 图表 2003-2022年中国汽车销量及增速

- 图表 2008-2022年中国乘用车销量及增速
- 图表 2008-2022年中国商用车销量及增速
- 图表 2014-2022年中国皮卡车销量及增长率
- 图表 2015-2022年中国新能源汽车销量及增长率
- 图表 2016-2022年全国汽车保有量
- 图表 二手车挂牌价格与交易价格对比
- 图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度
- 图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成
- 图表 中国用户异地购车的驱动因素
- 图表 取消限迁对购买异地的二手车意愿的影响
- 图表 二手车市场参与主体
- 图表 二手车市场参与主体代表公司
- 图表 2020年中国二手车经理人指数走势
- 图表 2021年中国二手车经理人指数走势
- 图表 2020年中国二手车月度交易量走势
- 图表 2020-2021年全国二手车交易量
- 图表 2019、2020年二手车各细分车型交易情况
- 图表 2017-2021年二手车交易使用年限分布
- 图表 2020年二手乘用车销量排放标准占比
- 图表 2019、2020年二手乘用车销量排放标准占比
- 图表 2019、2020年二手车交易价格区间分布
- 图表 2010-2020年中国二手车平均交易价格
- 图表 2019、2020年二手车分城市销量占比
- 图表 2020年二手车六大区域分布情况
- 图表 2020年二手车交易量TOP10省份

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202309/21-564551.html>