2023-2028年中国二手汽车行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国二手汽车行业概述与环境分析
1.1 二手汽车行业的概念及特点
1.1.1 二手汽车行业的概念
1.1.2 二手汽车行业的特点
1.1.3 二手汽车发展模式分析
1.1.4 二手汽车交易功能分析
1.2 二手汽车行业政策环境分析
1.2.1 二手汽车相关法规解读
（1）《二手车流通企业经营管理规范》
（2）《机动车强制报废标准规定》
（3）《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》
（4）其他相关法规
1.2.2 二手汽车相关政策解读
（1）《二手车鉴定评估技术规范》
（2）《大气污染防治行动计划》
（3）商务部“汽车流通发展促进绿色循环消费”发布会
（4）《商务部关于促进汽车流通业“十四五”发展的指导意见》
（5）《关于进一步规范二手车市场秩序促进二手车市场健康发展的意见》
（6）《关于促进汽车消费的意见》
（7）“限迁”政策影响全国性的二手车市场进程
（8）“限购”政策导致二手车交易市场后劲不足
1.3 二手汽车行业经济环境分析
1.3.1 GDP增长情况分析
1.3.2 工业经济增长分析
1.3.3 居民收入及增长情况
1.3.4 2018年国内宏观经济预测
1.4 二手汽车行业社会环境分析
1.4.1 城镇化进程发展加快
1.4.2 居民生活方式发生转变
1.4.3 汽车消费群体结构发生变化
1.4.4 消费观念发生转变
1.4.5 资源、环境、交通问题日益严重
1.4.6 社会环境对行业的影响分析
1.5 中国汽车销售市场分析
1.5.1 汽车销售情况分析
（1）汽车销售规模分析
（2）汽车产销占全球比重
（3）销量结构走势分析
1.5.2 乘用车销售情况分析
（1）乘用车销售规模分析
（2）乘用车销量结构分析
（3）轿车/MPV/SUV销量走势
1.5.3 商用车销售情况分析
（1）商用车销量规模分析
（2）商用车销量结构分析
（3）货车销量规模分析
（4）客车销量规模分析
1.6 中国汽车后市场分析
1.6.1 汽车保有量情况分析
（1）汽车保有量规模分析
（2）汽车保有量占全球比重

（3）汽车保有量结构分析
（4）汽车保有量细分市场分析
1.6.2 汽车后市场发展现状
1.6.3 汽车后市场发展规模分析
1.6.4 汽车后市场利润结构分析
1.6.5 汽车后市场发展趋势分析
第2章：中国二手汽车行业发展与市场调研分析
2.1 中国二手车行业发展分析
2.1.1 二手车交易规模分析
（1）二手车交易量分析
（2）二手车交易额分析
2.1.2 二手车交易价格分析
（1）二手车交易均价分析
（2）不同车龄库存均价分析
（3）各级别二手车保值率分析
2.1.3 二手车交易结构分析
（1）车型结构分析
（2）区域结构分析
（3）交易渠道结构
（4）车龄结构分析
（5）车源结构分析
2.1.4 二手车行业参与主体分析
2.1.5 二手车行业发展模式分析
2.1.6 二手车行业存在的问题
2.2 中国二手汽车行业发展分析
2.2.1 二手汽车行业发展概况
（1）二手汽车行业发展阶段
（2）二手汽车交易成本因素
2.2.2 二手汽车交易总况分析
（1）二手汽车交易量分析
（2）二手汽车与新车交易对比
（3）二手汽车交易占保有量比重
（4）二手汽车交易量结构
2.2.3 二手乘用车交易情况分析
（1）二手乘用车交易规模
（2）二手轿车交易规模
（3）二手SUV交易规模
（4）二手MPV交易规模
（5）二手交叉型乘用车交易规模
2.2.4 二手商用车交易情况分析
（1）二手商用车交易规模
（2）二手客车交易规模
（3）二手货车交易规模
2.3 二手汽车行业发展SWOT分析
2.3.1 二手汽车行业优势分析
2.3.2 二手汽车行业劣势分析
2.3.3 二手汽车行业机会分析
2.3.4 二手汽车行业威胁分析
2.4 中国二手汽车市场调研分析
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）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
第3章：国内外二手汽车行业发展与交易模式
3.1 国外二手汽车行业交易现状分析
3.1.1 国外二手汽车市场交易特点分析
3.1.2 国外二手汽车市场交易规则分析
3.2 主要国家二手汽车行业发展与模式分析
3.2.1 美国二手汽车发展与模式分析
（1）美国二手汽车行业发展简况
（2）美国二手汽车行业交易状况
（3）美国二手汽车经营模式分析
（4）美国二手汽车经营模式特点
3.2.2 日本二手汽车发展与模式分析
（1）日本二手汽车发展阶段分析
（2）日本二手汽车行业发展状况
（3）日本二手汽车经营模式分析
（4）日本二手汽车经营模式特点
3.2.3 德国二手汽车市场交易模式分析
（1）德国二手车的相关政策法规
（2）德国二手车交易信息化情况
（3）德国二手汽车市场交易状况
（4）德国二手汽车行业特点分析
3.2.4 英国二手汽车市场交易模式分析
（1）英国二手汽车行业发展规模
（2）英国不通车龄交易量分析
（3）英国二手汽车经营模式分析
（4）英国二手汽车交易市场特点
3.2.5 其他国家二手汽车市场交易模式
（1）瑞士二手汽车市场交易模式
（2）新西兰二手汽车市场交易模式
3.3 国内二手汽车行业经营模式分析
3.3.1 二手汽车行业经营模式类型
3.3.2 二手汽车市场典型经营模式分析
（1）特许经营模式分析
（2）市场经营多元化模式分析
（3）批发二手汽车业务模式分析
（4）发展相关配套业务模式分析
（5）车王的CarMax模式分析
3.3.3 二手汽车市场经营模式存在的问题
3.3.4 二手汽车市场经营模式展望与建议
3.4 国外二手汽车市场活跃原因与经验借鉴
3.4.1 国外二手汽车市场活跃的原因
3.4.2 国外二手汽车市场的经验借鉴
第4章：中国品牌二手车现状及发展策略分析
4.1 国外品牌二手车市场发展分析
4.1.1 国外品牌二手车市场现状分析
4.1.2 重点品牌二手车在华业务情况
（1）大众二手车
（2）丰田二手车
（3）宝马二手车
（4）其他二手车
4.2 中国品牌二手车市场发展分析
4.2.1 品牌二手车发展现状分析
（1）品牌二手车发展历程
（2）品牌二手车市场分析
（3）品牌二手车发展瓶颈
4.2.2 品牌二手车发展机遇分析
4.2.3 品牌二手汽车经营优劣势

4.2.4 品牌二手汽车市场需求分析
4.2.5 品牌二手汽车经营策略分析
4.3 中国品牌二手车主营业务分析
4.3.1 整车置换业务分析
4.3.2 汽车认证业务分析
4.3.3 汽车拍卖业务分析
4.3.4 汽车金融业务分析
4.3.5 售后服务业务分析
第5章：二手汽车市场管理策略与服务体系建设
5.1 二手汽车市场经营管理策略分析
5.1.1 建立二手汽车市场信息平台
5.1.2 规范第三方二手汽车评估体系
（1）日本二手车市场评估体系
（2）美国二手车市场评估体系
（3）中国《二手车鉴定评估规范》
5.1.3 培养二手汽车行业从业人才
5.2 二手汽车市场售后服务体系分析
5.2.1 二手汽车售后服务网络的构成
5.2.2 二手汽车售后服务网络的功能建设
5.2.3 二手汽车客户满意度考评体系分析
第6章：中国二手汽车市场重点地区发展状况分析
6.1 二手汽车交易市场区域分布
6.1.1 各区域二手汽车交易量情况
（1）前10省市交易量情况
（2）各区域交易份额情况
6.1.2 华东地区二手汽车交易情况
6.1.3 中南地区二手汽车交易情况
6.1.4 华北地区二手汽车交易情况
6.1.5 西南地区二手汽车交易情况
6.1.6 东北地区二手汽车交易情况
6.1.7 西北地区二手汽车交易情况
6.2 广东省二手汽车市场发展状况
6.2.1 广东省二手汽车市场交易规模
6.2.2 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
6.3 山东省二手汽车市场发展状况
6.3.1 山东省二手汽车市场交易规模
6.3.2 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）临沂市二手汽车交易市场发展情况
（4）枣庄市二手汽车交易市场发展情况
6.4 四川省二手汽车市场发展状况
6.4.1 四川省二手汽车市场发展情况
6.4.2 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
6.5 河南省二手汽车市场发展状况
6.5.1 河南省二手汽车市场发展情况
6.5.2 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
6.5.3 河南省二手交易市场发展动向
6.6 河北省二手汽车市场发展状况
6.6.1 河北省二手汽车市场发展情况

6.6.2 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
6.6.3 河北省二手交易市场发展动向
6.7 北京市二手汽车市场发展状况
6.7.1 北京市二手汽车市场交易规模
6.7.2 限购令对二手汽车市场的影响
6.7.3 北京市二手汽车市场发展趋势
6.7.4 北京市二手交易市场发展动向
6.8 天津市二手汽车市场发展状况
6.8.1 天津市二手汽车市场交易规模
6.8.2 政策对天津二手汽车市场的影响
6.8.3 天津市二手汽车市场发展动向
6.9 上海市二手汽车市场发展状况
6.9.1 上海市二手汽车市场交易规模
6.9.2 上海二手车市场交易车型分析
6.9.3 上海市二手汽车发展政策
6.9.4 上海市二手汽车市场发展动向
6.10 其他地区二手汽车市场发展状况
6.10.1 黑龙江省二手汽车市场发展状况
6.10.2 吉林省二手汽车市场发展状况
6.10.3 辽宁省二手汽车市场发展状况
6.10.4 江苏省二手汽车市场发展状况
6.10.5 浙江省二手汽车市场发展状况
6.10.6 安徽省二手汽车市场发展状况
6.10.7 江西省二手汽车市场发展状况
6.10.8 福建省二手汽车市场发展状况
6.10.9 湖南省二手汽车市场发展状况
6.10.10 新疆二手汽车市场发展状况
6.10.11 广西二手汽车市场发展状况
6.10.12 海南省二手汽车市场发展状况
6.10.13 贵州省二手汽车市场发展状况
6.10.14 云南省二手汽车市场发展状况
6.10.15 内蒙古二手汽车市场发展状况
6.10.16 山西省二手汽车市场发展状况
6.10.17 陕西省二手汽车市场发展状况
6.10.18 甘肃省二手汽车市场发展状况
6.10.19 青海省二手汽车市场发展状况
6.10.20 西藏二手汽车市场发展状况
第7章：中国二手汽车市场重点企业经营状况分析
7.1 车王（中国）二手车经营有限公司经营情况分析
7.1.1 企业发展简况分析
7.1.2 企业主营业务分析
7.1.3 企业经营模式分析
7.1.4 企业配套服务分析
7.1.5 企业最新发展动向
7.2 深圳市澳康达名车销售服务有限公司经营情况分析
7.2.1 企业发展简况分析
7.2.2 企业主营业务分析
7.2.3 企业经营模式分析
7.2.4 企业配套服务分析
7.3 上海诚新二手车经营管理有限公司经营情况分析
7.3.1 企业发展简况分析
7.3.2 企业经营业务分析
7.3.3 企业经营特点分析
7.3.4 企业配套服务分析
7.4 天津空港二手车交易市场有限公司经营情况分析
7.4.1 企业发展简况分析
7.4.2 企业主营业务分析

7.4.3 企业经营情况分析
7.4.4 企业配套服务分析
7.4.5 企业最新发展动向
7.5 大连旧机动车交易市场有限公司经营情况分析
7.5.1 企业发展简况分析
7.5.2 企业主营业务分析
7.5.3 企业经营情况分析
7.5.4 企业发展战略规划
7.5.5 企业最新发展动态
7.6 中进真容汽车投资管理（北京）有限公司经营情况分析
7.6.1 企业发展简况分析
7.6.2 企业主营业务分析
7.6.3 企业经营特色分析
7.6.4 企业配套服务分析
7.7 广州市千里发汽车服务有限公司经营情况分析
7.7.1 企业发展简况分析
7.7.2 企业经营业务分析
7.7.3 企业经营情况分析
7.7.4 企业最新发展动向
7.8 安徽旧机动车交易中心经营情况分析
7.8.1 企业发展简况分析
7.8.2 企业主营业务分析
7.8.3 企业经营情况分析
7.8.4 企业配套服务分析
7.8.5 企业最新发展动态
7.9 易车汇二手车置换信息有限公司经营情况分析
7.9.1 企业发展简况分析
7.9.2 企业主营业务分析
7.9.3 企业经营情况分析
7.10 宁波嘉和汇汽车服务有限公司经营情况分析
7.10.1 企业发展简况分析
7.10.2 企业主营业务分析
7.10.3 企业经营情况分析
7.11 北京旧机动车交易市场有限公司经营情况分析
7.11.1 企业发展简况分析
7.11.2 企业主营业务分析
7.11.3 企业经营模式分析
7.11.4 企业最新发展动态
7.12 宁波宁兴丰田汽车销售服务有限公司经营情况分析
7.12.1 企业发展简况分析
7.12.2 企业主营业务分析
7.12.3 企业经营模式分析
7.13 成都蚂蚁王二手汽车服务有限责任公司经营情况分析
7.13.1 企业发展简况分析
7.13.2 企业主营业务分析
7.13.3 企业配套服务分析
7.14 重庆中汽西南二手车交易市场有限公司经营情况分析
7.14.1 企业发展简况分析
7.14.2 企业主营业务分析
7.14.3 企业经营情况分析
7.14.4 企业最新发展动向
7.15 广东大昌行喜龙汽车贸易有限公司经营情况分析
7.15.1 企业发展简况分析
7.15.2 企业主营业务分析
7.15.3 企业配套服务分析
第8章：中国二手汽车市场投资分析与前景预测
8.1 二手汽车市场的投资风险分析
8.1.1 二手汽车市场政策风险分析
8.1.2 二手汽车市场竞争风险分析

8.1.3 二手汽车行业市场波动风险
8.1.4 二手汽车市场其他风险分析
8.2 二手汽车市场投资特性分析
8.2.1 二手汽车市场进入壁垒分析
8.2.2 二手汽车市场盈利模式分析
（1）单一经营盈利模式
（2）经纪经营盈利模式
（3）其他经营盈利模式
8.2.3 二手汽车市场盈利因素分析
8.3 二手汽车市场投资机会分析
8.3.1 拍卖市场交易情况
8.3.2 二手汽车电子商务
8.4 二手汽车市场发展前景预测
8.4.1 二手汽车市场发展趋势分析
8.4.2 二手汽车市场交易规模预测
（1）二手车市场规模预测
（2）二手汽车市场规模预测
8.5 二手汽车市场最新投融资分析
8.5.1 二手汽车行业投资动态
8.5.2 二手汽车行业融资动态
8.5.3 二手汽车行业投融资趋势

图表目录

图表1：我国二手车交易量区域结构图（单位：%）
图表2：二手汽车行业销售功能表
图表3：二手车交易市场经营管理规范表
图表4：经销公司经营管理规范表
图表5：经纪经营管理规范表
图表6：拍卖公司经营管理规范表
图表7：二手汽车相关法规
图表8：《大气污染防治行动计划》解读表
图表9：《商务部关于促进汽车流通业“十四五”发展的指导意见》解读表
图表10：《关于促进汽车消费的意见》解读表
图表11：2017-2022年我国GDP及增速（单位：亿元，%）
图表12：中国国内生产总值结构图（单位：%）
图表13：中国工业增加值趋势图（单位：亿元，%）
图表14：中国农村居民人均纯收入（单位：元）
图表15：中国城镇居民人均可支配收入（单位：元）
图表16：中国城镇化率趋势图（单位：%）
图表17：2017-2022年中国汽车销量趋势图（单位：万辆，%）
图表18：中国汽车产量占全球比重图（单位：%）
图表19：中国汽车产量占亚太比重图（单位：%）
图表20：中国汽车销量结构趋势图（单位：%）
图表21：2017-2022年中国乘用车销量趋势图（单位：万辆，%）
图表22：中国乘用车产销量结构图（单位：%）
图表23：中国轿车销量年度走势图（单位：万辆，%）
图表24：中国轿车占汽车/乘用车销量走势图（单位：%）
图表25：中国MPV销量年度走势图（单位：万辆，%）
图表26：中国MPV占汽车/乘用车销量走势图（单位：%）
图表27：中国SUV销量年度走势图（单位：万辆，%）
图表28：中国SUV占汽车/乘用车销量走势图（单位：%）
图表29：2017-2022年中国商用车销量趋势图（单位：万辆，%）
图表30：中国商用车销量结构（分车型）图（单位：%）
图表31：中国货车销量年度走势图（单位：万辆，%）
图表32：中国客车销量年度走势图（单位：万辆，%）

图表33：中国汽车保有量趋势图（单位：万辆，%）
图表34：中国汽车保有量占全球比重趋势图（单位：亿辆，%）
图表35：中国汽车保有量车型结构图（单位：%）
图表36：中国载客汽车保有量车型结构图（单位：%）
图表37：中国载货汽车保有量车型结构图（单位：%）
图表38：中国汽车保有量区域结构图（单位：%）
图表39：中国私人汽车保有量趋势图（单位：万辆，%）
图表40：中国民用轿车保有量趋势图（单位：万辆，%）
图表41：中国私人民用轿车保有量趋势图（单位：万辆，%）
图表42：中国汽车后市场营业额趋势图（单位：亿元）
图表43：成熟市场汽车产业链利润分布图（单位：%）
图表44：中国二手车市场（年度）交易数量走势图（单位：万辆，%）
图表45：中国二手车市场交易总额趋势图（单位：亿元，%）
图表46：中国二手车市场交易均价趋势图（单位：万元/辆）
图表47：不同车龄价格水平图（单位：万元）
图表48：各级别二手车保值率对比图（单位：%）
图表49：中国二手车市场交易车型结构趋势图（单位：%）
图表50：我国二手车交易量区域结构图（单位：%）
图表51：中国二手车市场交易省份排名图（单位：万辆）
图表52：中国二手车市场交易前十省份排名表
图表53：中国二手车市场交易渠道结构图（单位：%）
图表54：中国二手车市场交易车龄结构图（单位：%）
图表55：中国二手车市场交易车源结构图（单位：%）
图表56：中国二手车交易主体分析图
图表57：国际二手汽车市场发展阶段、评价标准与市场特点表
图表58：中国二手车市场（年度）交易数量走势图（单位：万辆，%）
图表59：中国二手汽车交易量占新车比重分析图（单位：倍）
图表60：中外二手汽车占新车交易量/新车交易量比重对比图（单位：倍）
图表61：二手汽车与新车交易量增速对比图（单位：%）
图表62：中国二手汽车交易量占保有量比重分析图（单位：%）
图表63：中外二手汽车占新车交易量/新车交易量比重对比图（单位：%）
图表64：二手汽车与保有量增速对比图（单位：%）
图表65：二手汽车交易结构图（1）（单位：%）
图表66：二手汽车交易结构图（2）（单位：%）
图表67：二手乘用车交易量趋势图（单位：万辆）
图表68：二手轿车交易量趋势图（单位：万辆）
图表69：二手SUV交易量趋势图（单位：万辆）
图表70：二手MPV交易量趋势图（单位：万辆）
图表71：二手交叉型乘用车交易量趋势图（单位：万辆）
图表72：二手商用车交易量趋势图（单位：万辆）
图表73：二手客车交易量趋势图（单位：万辆）
图表74：二手货车交易量趋势图（单位：万辆）
图表75：汽车所有者车辆处置方式结构图（单位：%）
图表76：车辆出售渠道占比图（单位：%）
图表77：用户倾向的出售方式图（单位：%）
图表78：用户期望车辆更换年限图（单位：月）
图表79：二手车更换年限——车型示例图（单位：月）
图表80：不同价格车辆置换率图（单位：%）
图表81：不同品牌车辆置换率图（单位：%）
图表82：用户期望的车辆保值率图（单位：%）
图表83：不同车系品牌延续度图（单位：%）
图表84：不同品牌车辆品牌延续度图（单位：%）
图表85：不同经营主体的评估时间图（单位：分钟）
图表86：用户期望的鉴定评估时间图（单位：%）
图表87：国内外二手汽车交易市场比较表
图表88：美国二手车和新车交易量对比（单位：万辆）
图表89：美国二手汽车市场交易渠道特点比较图
图表90：美国二手汽车市场销售渠道占比图（单位：%）
图表91：美国二手车各经营方式比较表

图表92：日本二手汽车市场结构图
图表93：日本二手汽车销量趋势图（万辆）
图表94：德国二手汽车市场销售渠道占比图（单位：%）
图表95：德国二手汽车市场约束机制分析表
图表96：英国二手汽车与新车交易走势图（单位：百万辆）
图表97：英国不同车龄交易量趋势图（单位：%）
图表98：国内典型二手车经营模式及其重点企业表
图表99：二手业务流程表
图表100：世界主要国家品牌二手车业务比列图（单位：%）
图表101：大众汽车“二手车批发与分销中心”商业模式影响解读表
图表102：汽车金融产品收费方式案例图
图表103：二手汽车售后服务流失控制举措分析图
图表104：公共信息平台构架图
图表105：信用评价体系构架图
图表106：中国二手车市场交易前十省份排名表
图表107：中国二手汽车各区域交易份额图（单位：%）
图表108：华东地区交易量（单位：万辆）
图表109：中南地区交易量（单位：万辆）
图表110：华北地区交易量（单位：万辆）
图表111：西南地区交易量（单位：万辆）
图表112：华东地区交易量（单位：万辆）
图表113：华东地区交易量（单位：万辆）
图表114：广东省二手汽车交易量及增长率分析图（单位：万辆，%）
图表115：广东省二手汽车交易车型结构分析图（单位：%）
图表116：广州市二手车市场分布图
图表117：广州市二手汽车交易量及增长率分析图（单位：万辆）
图表118：深圳市二手汽车交易量及增长率分析图（单位：万辆）
图表119：佛山市二手汽车交易量及增长率分析图（单位：万辆）
图表120：东莞市二手汽车交易量及增长率分析图（单位：万辆）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！