

中国二手车行业市场现状及发展策略分析报告2022年

产品名称	中国二手车行业市场现状及发展策略分析报告2022年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国二手车行业市场现状及发展策略分析报告2022年*****

【报告编号】 339623【出版日期】 2022年3月【出版机构】 中研华泰研究院【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

纸质版+电子版:7000元【联系人员】 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服

人员 第1章：中国二手车行业概述与环境分析1.1 二手车行业的概念及特点1.1.1

二手车行业的概念1.1.2 二手车行业的特点1.1.3 二手车发展模式分析1.1.4 二手车交易功能分析1.2

二手车行业政策环境分析1.2.1 二手车相关法规解读（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“十三五”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 2020年国内宏观经济预测1.4 二手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
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 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“十三五”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11：2017-2021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17：2017-2021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21：2017-2021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29：2017-2021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7
5：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)