

# 2020-2026年中国二手车行业 发展态势与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国二手车行业发展态势与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202001/150584.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

统计数据显示，对于大部分调查者来说，对二手车市场的了解程度一般。仅有7%的调查者表示非常了解二手车市场。调查者对二手车市场了解程度 被调查者拥有驾照年限在3-6年的占据35%，所占比例最大。调查者驾照拥有年限分布情况

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国二手车行业发展态势与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国二手车行业市场发展环境、二手车整体运行态势等，接着分析了中国二手车行业市场运行的现状，然后介绍了二手车市场竞争格局。随后，报告对二手车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国二手车行业发展趋势与投资预测。您若想对二手车产业有个系统的了解或者想投资中国二手车行业，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 2014-2019年中国二手车市场增长动力分析

#### 2.1 中国汽车产业蓬勃发展

##### 2.1.1 汽车工业产销规模

##### 2.1.2 汽车保有量规模2010-2017国内汽车保有量（亿辆）

- 2.1.3 汽车工业经济效益
- 2.1.4 新车与二手车市场关联分析
- 2.2 消费需求环境日益趋好
  - 2.2.1 居民收入水平
  - 2.2.2 潜在消费者分析
  - 2.2.3 二手车消费市场潜力
  - 2.2.4 二手车消费人群分析
- 2.3 互联网的发展提高信息透明度
  - 2.3.1 互联网基础设施建设日趋完善
  - 2.3.2 互联网打破信息壁垒
  - 2.3.3 大数据及诚信档案的运用
  - 2.3.4 支付技术日渐成熟
  - 2.3.5 电商平台蓬勃发展
- 2.4 政府和行业协会的支持性政策
  - 2.4.1 二手车限迁政策放宽
  - 2.4.2 促进市场交易意见
  - 2.4.3 二手车企业规范管理
  - 2.4.4 二手车税收政策调整
  - 2.4.5 二手车评估规范政策

### 第三章 国际二手车市场发展分析及经验借鉴

- 3.1 国外二手车市场特点分析
  - 3.1.1 交易规模特征
  - 3.1.2 市场流通特征
  - 3.1.3 收售评估体制
  - 3.1.4 交易模式特征
  - 3.1.5 其他特征分析
- 3.2 美国二手车市场分析
  - 3.2.1 市场发展概述
  - 3.2.2 市场运行分析
  - 3.2.3 二手车流通分析
  - 3.2.4 行业特征分析

- 3.2.5 经营模式分析
- 3.3 日本二手车市场分析
  - 3.3.1 市场发展概述
  - 3.3.2 市场交易渠道
  - 3.3.3 市场消费特征
  - 3.3.4 经营模式分析
- 3.4 德国二手车市场分析
  - 3.4.1 市场现状分析
  - 3.4.2 行业特征分析
  - 3.4.3 经营模式分析
- 3.5 其他国家二手车市场分析
  - 3.5.1 法国
  - 3.5.2 俄罗斯
  - 3.5.3 韩国
- 3.6 国外二手车评估体系及启示
  - 3.6.1 国外二手车评估体系现状
  - 3.6.2 国内外二手车评估体系差异
  - 3.6.3 国外二手车评估体系的启示
- 3.7 国外二手车市场经验的借鉴意义
  - 3.7.1 丰富二手车收售模式
  - 3.7.2 健全二手车评估体系
  - 3.7.3 规范售后服务

#### 第四章 2014-2019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 对经济发展的重要性
  - 4.1.2 二手车市场背景回顾
  - 4.1.3 二手车市场发展态势
  - 4.1.4 二手车市场发展利好
- 4.2 2014-2019年中国二手车市场交易分析
  - 4.2.1 市场规模分析
  - 4.2.2 市场景气程度

- 4.2.3 区域格局分析
- 4.2.4 车型种类分布
- 4.2.5 使用年限分析
- 4.2.6 交易价格分布
- 4.3 2014-2019年中国二手车市场区域分析
  - 4.3.1 区域活跃度分析
  - 4.3.2 城市活跃度分析
  - 4.3.3 市场活跃度特点
  - 4.3.4 各区域交易价格
- 4.4 2014-2019年中国二手车市场发展现状特征
  - 4.4.1 二手车交易量偏低
  - 4.4.2 二手车供给不充分
  - 4.4.3 用户接受度较低
  - 4.4.4 用户群体特征
- 4.5 2014-2019年中国二手车跨区域流通情况
  - 4.5.1 二手车跨区域交易规模
  - 4.5.2 二手车跨区域流通利好
  - 4.5.3 二手车限迁问题回顾
  - 4.5.4 我国机动车排放标准
  - 4.5.5 二手车跨区域流通前景
- 4.6 中国二手车市场面临的问题
  - 4.6.1 市场税费问题
  - 4.6.2 车辆限迁问题
  - 4.6.3 市场诚信问题
  - 4.6.4 售后质保问题
  - 4.6.5 金融服务问题
  - 4.6.6 保险服务问题
  - 4.6.7 流通体系问题
- 4.7 中国二手车行业的发展建议
  - 4.7.1 大力发展品牌二手车经营
  - 4.7.2 推动交易市场优化升级
  - 4.7.3 加快信息化建设进程

- 4.7.4 完善相关政策和制度
- 4.7.5 推广二手车认证制度
- 4.7.6 建立二手车历史档案

## 第五章 2014-2016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现状特征
  - 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 中国二手车经营格局的瓶颈分析
  - 5.4.1 交易市场水平较低
  - 5.4.2 缺乏现代经营手段
  - 5.4.3 经营方式单一
  - 5.4.4 4S店发展不成熟

## 第六章 2014-2019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 二手车交易渠道概述
  - 6.1.2 二手车交易渠道格局
  - 6.1.3 二手车交易渠道趋势

- 6.1.4 二手车交易产品定位
- 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 OEM渠道分析
  - 6.3.1 OEM渠道介绍
  - 6.3.2 OEM渠道的优势
  - 6.3.3 OEM渠道定价分析
- 6.4 在线拍卖渠道分析
  - 6.4.1 在线拍卖渠道介绍
  - 6.4.2 在线拍卖渠道的优势
  - 6.4.3 在线拍卖渠道关键因素
- 6.5 品牌经销渠道分析
  - 6.5.1 品牌经销模式
  - 6.5.2 品牌经销交易模式
  - 6.5.3 品牌经销渠道现状
  - 6.5.4 品牌经销渠道的优势

## 第七章 2014-2019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 2014-2019年中国二手车电商市场发展综述
  - 7.2.1 二手车电商发展周期
  - 7.2.2 二手车电商发展阶段
  - 7.2.3 二手车电商产业链
  - 7.2.4 二手车电商竞争格局

## 7.2.5 二手车电商市场主体

## 7.3 2014-2019年中国二手车电商市场规模分析

7.3.1 二手车电商交易规模近几年，互联网的发展带动了二手车交易的线上交易，并呈现迅猛增长趋势。2013年，互联网占整个二手车交易份额的4.5%，2014年上升到10%，2015年，达到18%。2016该比例持续上升。2014-2016互联网+二手车交易量走势

### 7.3.2 二手车电商市场渗透率

### 7.3.3 二手车电商2B模式规模

### 7.3.4 二手车电商2C模式规模

## 7.4 中国二手车电商商业模式分析

### 7.4.1 二手车电商主要类型介绍

### 7.4.2 网上竞价交易平台

### 7.4.3 C2C虚拟寄售模式

### 7.4.4 B2C卖场模式

### 7.4.5 交易服务资讯平台

### 7.4.6 简单收购模式

### 7.4.7 第三方信息服务平台

## 7.5 2014-2019年中国二手车电商交易模式分析

### 7.5.1 二手车电商交易模式介绍

### 7.5.2 二手车电商B2B/C2B模式分析

### 7.5.3 二手车电商B2C/C2C模式分析

## 7.6 2014-2019年二手车电商市场投融资分析

### 7.6.1 市场投资规模

### 7.6.2 投资项目分布

### 7.6.3 新进企业数量

### 7.6.4 重点融资案例

## 7.7 中国二手车电商市场前景预测

### 7.7.1 二手车电商市场存在的问题

### 7.7.2 二手车电商市场影响因素

### 7.7.3 二手车电商市场趋势展望

## 第八章 2014-2019年二手车配套市场发展分析

### 8.1 二手车检测

- 8.1.1 二手车检测的必要性
- 8.1.2 二手车检测流程介绍
- 8.1.3 二手车检测O2O模式
- 8.1.4 第三方检测市场商机
- 8.2 二手车估值
  - 8.2.1 发展环境分析
  - 8.2.2 市场发展现状
  - 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 市场规模分析
  - 8.3.3 市场发展痛点
  - 8.3.4 市场渗透情况
  - 8.3.5 市场竞争动态
  - 8.3.6 服务发展升级
  - 8.3.7 发展方向分析
- 8.4 二手车拍卖
  - 8.4.1 二手车拍卖的流程
  - 8.4.2 二手车拍卖的模式
  - 8.4.3 二手车拍卖的局限
  - 8.4.4 二手车拍卖的策略
  - 8.4.5 网络拍卖趋势渐长
- 8.5 二手车金融
  - 8.5.1 二手车金融服务主体
  - 8.5.2 二手车金融市场格局
  - 8.5.3 二手车金融业务范围
  - 8.5.4 二手车金融服务创新
  - 8.5.5 二手车金融发展展望
- 8.6 二手车出口
  - 8.6.1 二手车出口现状
  - 8.6.2 二手车出口的必要性

8.6.3 构建二手车出口产业链

8.6.4 推进二手车出口的建议

## 第九章 2014-2019年重点区域二手车市场发展分析

### 9.1 广东省

9.1.1 二手车交易情况

9.1.2 重点地区市场分析

9.1.3 二手车交易税收新政

9.1.4 相关政策支持措施

### 9.2 上海市

9.2.1 二手车交易规模

9.2.2 二手车交易态势

9.2.3 二手车经营分析

### 9.3 北京市

9.3.1 二手车交易规模

9.3.2 二手车交易结构

9.3.3 二手车交易价格

9.3.4 二手车外迁情况

### 9.4 浙江省

9.4.1 二手车交易规模

9.4.2 二手车市场特点

9.4.3 市场存在的问题

9.4.4 市场发展建议

### 9.5 山东省

9.5.1 市场交易结构

9.5.2 加强市场整治

9.5.3 市场发展动态

9.5.4 市场发展趋势

### 9.6 其他区域

9.6.1 长春市

9.6.2 沈阳市

9.6.3 湖北省

9.6.4 四川省

9.6.5 新疆自治区

## 第十章 2014-2019年中国二手车市场典型企业案例分析

### 10.1 广汇汽车

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营效益分析

10.1.3 业务经营分析

10.1.4 财务状况分析

10.1.5 企业主营业务

10.1.6 企业竞争优势

10.1.7 二手车业务分析

10.1.8 未来前景展望

### 10.2 金固股份

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 布局二手车市场

10.2.6 未来前景展望

### 10.3 亚夏汽车

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营效益分析

10.3.3 业务经营分析

10.3.4 财务状况分析

10.3.5 二手车业务情况

10.3.6 未来前景展望

### 10.4 Beepi

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 企业融资情况

10.4.3 企业商业模式

10.4.4 企业竞争优势

10.4.5 企业发展展望

10.5 优信集团

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 企业融资情况

10.5.3 行业生态布局

10.5.4 企业前景展望

10.6 车易拍

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 企业融资情况

10.6.3 企业商业模式

10.6.4 二手车检测系统

10.6.5 企业发展展望

## 第十一章 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 品牌二手车发展前景看好

11.1.2 二手车电商市场趋于成熟

11.1.3 二手车评估市场异军突起

11.1.4 二手车金融市场机遇广阔

11.2 中国二手车市场发展前景展望

11.2.1 国际资本进驻

11.2.2 消费环境趋好

11.2.3 二手车车源增多

11.2.4 市场前景看好

11.3 中国二手车市场趋势分析

11.3.1 2019年市场趋势预测

11.3.2 规模化经营趋势

11.3.3 跨区域流趋势

11.3.4 市场多元化趋势

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 品牌连锁经营

### 11.4.3 线上交易平台

## 11.5 2020-2026年中国二手车市场预测分析

### 11.5.1 中国二手车市场发展因素分析

### 11.5.2 2020-2026年中国二手车交易量预测

### 11.5.3 2020-2026年中国二手车交易额预测

## 附录

附录一：《二手车流通管理办法》

附录二：《二手车流通企业经营管理办法》

附录三：《二手车交易规范》

附录四：《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》

附录五：《机动车强制报废标准规定》

附录六：《车辆购置税征收管理办法》（2019年修正版）

图表目录图表1 2014-2019年中国汽车月度销量及增速

图表2 2014-2019年中国乘用车月度销量及增速

图表3 2014-2019年中国商用车月度销量及增速

图表4 2012-2019年中国汽车保有量规模

图表5 2014-2019年汽车工业重点企业（集团）工业经济效益综合指数

图表6 2014-2019年汽车工业重点企业（集团）工业增加值增速

图表7 2014-2019年汽车工业重点企业（集团）工业总产值增速

图表8 2019年汽车工业重点企业（集团）营业收入增长率

图表9 2019年汽车工业重点企业（集团）利润总额增长率

图表10 2012-2019年我国新车销量增速与二手车交易量增速对比

图表11 2011-2019年全国居民人均可支配收入及其增速

图表12 2012-2019年中国农村和城镇居民人均可支配收入

图表13 中国二手车市场各渠道成交占比

图表14 2014年中国电子平台二手车交易量

图表15 二手车交易增值税调整及影响

图表16 2012-2019年美国新车和二手车交易量

图表17 2012-2019年美国二手车交易价格

图表18 2019年美国特许经销商不同车龄二手车的毛利率

图表19 美国二手车交易规则

- 图表20 美国二手车流通特点
- 图表21 2014-2019年全国二手车交易市场环比增速
- 图表22 2011-2019年全国二手车交易量及增速
- 图表23 2019年全国二手车交易量
- 图表24 2019年中国二手车经理人指数
- 图表25 2019年中国二手车市场总需求走势
- 图表26 2019年中国二手车线上线下集客量走势
- 图表27 2019年中国二手车价格走势
- 图表28 2019年中国二手车销售量走势
- 图表29 2019年中国二手车库存量走势
- 图表30 2019年全国六大区域交易量占比
- 图表31 2019年全国六大区域交易量分布
- 图表32 2019年全国31个省市二手车交易量占比
- 图表33 2019年全国六大区域二手车交易量占比
- 图表34 2014-2019年全国二手车交易车型占比
- 图表35 2019年全国二手车交易量品牌车系前10名交易量占比
- 图表36 2019年全国六大区域二手车交易量品牌车系排名前十名
- 图表37 2019年中国二手车交易车型分析
- 图表38 2019年全国二手车交易使用年限占比
- 图表39 2019年全国二手车交易使用年限占比
- 图表40 2019年全国二手车交易价格占比
- 图表41 2019年全国二手车交易价格占比
- 图表42 2019年全国各省分二手车交易活跃度分析
- 图表43 2019年全国二手车发车辆TOP10省份
- 图表44 2019年全国二手车发车辆TOP10省份
- 图表45 2019年全国二手车发车辆TOP10城市
- 图表46 2019年全国363个城市二手车交易数据跟踪
- 图表47 2019年全国二手车发车辆TOP10城市
- 图表48 2019年全国各省份二手车交易价格排名
- 图表49 2012-2019年中国二手车/新车销售比
- 图表50 中国及部分发达国家二手车/新车销售比
- 图表51 中国二手车用户类型分析

- 图表52 2012-2019年我国本地区/跨地区二手车交易量占比
- 图表53 中国各省市汽车交易量及汽车普及率
- 图表54 全国机动车排放执行排放标准
- 图表55 截至2019年实施国五排放要求的城市
- 图表56 二手车交易链条
- 图表57 中外二手车交易场所及渠道对比
- 图表58 二手车交易渠道分析
- 图表59 二手车交易渠道商业模式及市场参与主体
- 图表60 中国与部分发达国家二手车交易渠道对比
- 图表61 2019年中国部分城市二手车交易渠道市场份额
- 图表62 二手车交易渠道产品差异化发展展望
- 图表63 2020年二手车交易主流渠道市场份额占比
- 图表64 截至2019年底在中国推出认证二手车项目的OEM厂商（一）
- 图表65 截至2019年底在中国推出认证二手车项目的OEM厂商（二）
- 图表66 二手车相对于新车价格的折扣（分车型）
- 图表67 在线拍卖平台（B2B）二手车交易示意图
- 图表68 厂商品牌二手车成立时间表
- 图表69 消费者对品牌二手车的购买意向
- 图表70 二手车电商市场发展周期
- 图表71 中国二手车电商行业产业链
- 图表72 2019年中国二手车电商平台交易份额
- 图表73 中国二手车电商市场参与主体
- 图表74 2015-2019年中国二手车电商交易量
- 图表75 2015-2019年中国二手车电商交易金额
- 图表76 2015-2019年中国二手车电商渗透率
- 图表77 2014-2019年中国二手车电商2B模式行业渗透率
- 图表78 2014-2019年中国二手车电商2C模式行业渗透率
- 图表79 2014-2019年中国二手车电商2B模式平台发拍量
- 图表80 2019年中国二手车电商行业2B模式平台逐月发拍量
- 图表81 2014-2019年中国二手车电商2B模式平台成交量
- 图表82 2019年中国二手车电商行业2B模式平台逐月成交量
- 图表83 2015-2019年中国二手车电商行业2C模式成交量

- 图表84 二手车电商主要类型
- 图表85 车易拍和优信拍融资规模
- 图表86 中国互联网二手车C2C模式代表企业
- 图表87 人人车、好车无忧融资规模
- 图表88 优车诚品运营模式
- 图表89 中国二手车电商平台特征
- 图表90 2019年中国二手车电商各模式交易规模
- 图表91 2019年中国二手车电商（TOB）交易量份额
- 图表92 二手车电商C2B交易服务模式分析
- 图表93 二手车电商B2B主体交易模式分析
- 图表94 二手车电商B2B在线竞拍平台
- 图表95 中国二手车电商（ToB）市场主流企业
- 图表96 2019年中国二手车电商（ToB）市场实力矩阵
- 图表97 二手车电商B2C交易服务（自营连锁型）模型分析
- 图表98 二手车电商B2C交易服务（在线交易平台型）模型分析
- 图表99 二手车电商C2C交易服务型模型分析
- 图表100 二手车电商B2C交易模式优劣势对比
- 图表101 二手车电商B2C/C2C模式盈利渠道
- 图表102 中国二手车电商（ToB）市场主流企业
- 图表103 2019年中国二手车电商（ToC）市场实力矩阵
- 图表104 2019年全国二手车电商投融资规模分布
- 图表105 2019年全国二手车电商投融资规模分布
- 图表106 2019年全国二手车电商投融资项目模式分布
- 图表107 2012-2019年二手车电商新公司成立数量
- 图表108 2015-2019年二手车电商平台融资事件
- 图表109 2019年中国二手车电商重点企业融资案例（一）
- 图表110 2019年中国二手车电商重点企业融资案例（二）
- 图表111 未来二手车电商市场促进因素分析
- 图表112 未来二手车电商市场阻碍因素分析
- 图表113 金融服务在二手车交易环节的作用
- 图表114 二手车消费金融中经纪商风险和收益共享模式
- 图表115 二手车消费金融经纪商引入保险公司的新模式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150584.html>