

2024-2030年中国二手车 市场深度评估与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国二手汽车市场深度评估与产业竞争格局报告》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/202406/461067.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国二手汽车市场深度评估与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

二手汽车是汽车市场的一个重要组成部分，也是汽车流通业一个不可缺少的重要环节，它的培育和发展直接影响着整个汽车市场的发展。随着新车的不断降价以及整车利润空间的日渐萎缩，二手汽车市场正逐渐成为汽车业的新增长点。

巨大的市场引发了业内愈加激烈的竞争。随着二手汽车行业竞争的不断加剧，大型二手车企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的二手汽车企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的二手汽车品牌迅速崛起，逐渐成为二手汽车行业中的翘楚！

本报告利用资讯长期对二手汽车行业市场跟踪搜集的一手市场数据，采用科学的分析模型，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。本报告主要分析了中国二手汽车市场的发展环境；国外二手汽车市场的发展状况及经验借鉴；中国二手汽车市场的发展状况；二手汽车市场重点区域和企业经营情况；以及二手汽车市场投融资分析及前景展望。同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手市场数据，让您全面、准确地把握整个二手汽车市场的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机！

报告目录：

第1章：中国二手车市场需求环境分析

1.1 二手汽车市场的基本概念特征

1.1.1 二手汽车市场的概念

1.1.2 二手汽车市场的特点

1.1.3 二手汽车交易市场形式

1.1.4 二手汽车交易功能分析

1.2 中国二手车市场政策环境分析

1.2.1 二手车市场相关政策规划汇总

1.2.2 二手车市场重点政策规范解读

1.2.3 政策法律环境对二手车市场的影响分析

1.3 中国二手车市场经济环境分析

1.3.1 全球经济环境状况分析

(1) 全球经济环境现状

(2) 外部环境对中国经济的影响

1.3.2 中国经济发展状况分析

(1) 国内生产总值分析

(2) 工业增加值分析

(3) 城乡居民收入增长情况

1.3.3 经济环境对二手车市场影响

1.4 中国二手车市场社会环境分析

1.4.1 传统生活方式改变

1.4.2 城市化进程的加快

1.4.3 汽车文化开始普及

1.4.4 社会“诚信危机”分析

1.4.5 社会环境对二手车市场影响分析

第2章：中国二手汽车市场消费者调研

2.1 二手车购买者基本情况调查

2.1.1 调查者职业分布情况

2.1.2 调查者年龄分布情况

2.1.3 调查者收入分布情况

2.1.4 调查者接受教育程度

2.1.5 调查者驾照拥有年限

2.1.6 调查者对二手车市场了解程度

2.2 消费者对二手车市场看法调研

2.2.1 消费者二手车购买原因

2.2.2 消费者二手车购买顾虑

2.2.3 消费者二手车了解渠道

2.2.4 消费者对评估过程认可度

2.2.5 消费者对评估报告看法

2.3 消费者对二手车购买偏好调研

2.3.1 消费者二手车购买渠道偏好

2.3.2 消费者二手车购买价格偏好

2.3.3 消费者二手车购买性能偏好

2.3.4 消费者二手车购买年限偏好

2.3.5 消费者二手车购买车系偏好

2.3.6 消费者二手车购买品牌偏好

2.4 消费者对二手车市场期望调研

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) 车辆出售渠道选择分析

(4) 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

2.4.5 用户车辆评估需求分析

(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：中国二手汽车市场需求现状分析

3.1 二手车市场发展状况分析

3.1.1 二手车市场整体规模情况

3.1.2 二手车百强市场发展情况

(1) 市场集中度高

(2) 主体业态合理

(3) 盈利能力提升

(4) 区域分布集中

(5) 交易规模结构上移

3.2 二手车市场需求规模分析

3.2.1 二手车市场交易量分析

3.2.2 二手车市场交易额分析

3.2.3 二手车交易量占新车销量比重

(1) 国内二手车占新车交易量比重

(2) 中外二手车占新车交易量比重对比

3.2.4 二手车交易量占保有量比重

(1) 国内二手车交易量占保有量比重

(2) 中外二手车占保有量比重对比

3.2.5 二手车交易对新车销售贡献率

3.2.6 二手车市场交易需求影响因素分析

3.3 二手车市场需求结构分析

3.3.1 二手车市场产品结构

3.3.2 二手车市场车龄结构

3.3.3 二手车交易方式结构

3.3.4 二手车交易主体结构

3.4 二手车市场需求价格分析

3.4.1 二手车市场交易价格分布

3.4.2 二手车市场平均交易价格

3.4.3 二手车不同车龄价格

3.4.4 二手车交易区域价格

3.5 二手汽车市场发展SWOT分析

3.5.1 二手汽车市场优势分析

3.5.2 二手汽车市场劣势分析

3.5.3 二手汽车市场机会分析

3.5.4 二手汽车市场威胁分析

3.6 二手汽车行业整体发展存在的问题及解决对策分析

3.6.1 二手汽车行业发展存在的问题分析

(1) 行业自身发展问题

(2) 外部政策环境问题

(3) 自身发展问题原因分析

3.6.2 促进行业发展的主要对策及政策建议分析

(1) 主要对策措施

(2) 相关政策建议

第4章：中国二手汽车细分市场需求分析

4.1 二手轿车市场需求情况分析

4.1.1 轿车新车市场发展状况

(1) 轿车新车产量情况

(2) 轿车新车销量情况

(3) 轿车销量占汽车销量比重

4.1.2 二手轿车市场现状分析

(1) 二手轿车市场交易规模

(2) 二手轿车交易量占轿车新车市场比重

(3) 二手轿车交易量占二手汽车市场交易比重

4.1.3 二手轿车市场发展前景分析

4.2 二手MPV市场需求情况分析

4.2.1 MPV新车市场发展状况

(1) MPV新车产量情况

(2) MPV新车销量情况

(3) MPV销量占汽车销量比重

4.2.2 二手MPV市场现状分析

(1) 二手MPV市场交易规模

(2) 二手MPV交易量占MPV新车市场比重

(3) 二手MPV交易量占二手汽车市场交易比重

4.2.3 二手MPV市场发展前景分析

4.3 二手SUV市场需求情况分析

4.3.1 SUV新车市场发展状况

(1) SUV新车产量情况

(2) SUV新车销量情况

(3) SUV销量占汽车销量比重

4.3.2 二手SUV市场现状分析

(1) 二手SUV市场交易规模

(2) 二手SUV交易量占SUV新车市场比重

(3) 二手SUV交易量占二手汽车市场交易比重

4.3.3 二手SUV市场发展前景分析

4.4 二手交叉型乘用车市场需求分析

4.4.1 交叉型乘用车新车市场发展状况

(1) 交叉型乘用车新车产量情况

(2) 交叉型乘用车新车销量情况

(3) 交叉型乘用车销量占汽车销量比重

4.4.2 二手交叉型乘用车市场现状分析

(1) 二手交叉型乘用车市场交易规模

(2) 二手交叉型乘用车交易量占交叉型乘用车新车市场比重

(3) 二手交叉型乘用车交易量占二手汽车市场交易比重

4.4.3 二手交叉型乘用车市场发展前景分析

4.5 二手乘用车市场需求分析

4.5.1 乘用车新车市场发展状况

(1) 乘用车新车产量情况

(2) 乘用车新车销量情况

(3) 乘用车销量占汽车销量比重

4.5.2 二手乘用车市场现状分析

(1) 二手乘用车市场交易规模

(2) 二手乘用车交易量占乘用车新车市场比重

(3) 二手乘用车交易量占二手汽车市场交易比重

4.5.3 二手乘用车市场发展前景分析

4.6 二手客车市场需求分析

4.6.1 客车新车市场发展状况

(1) 客车新车产量情况

(2) 客车新车销量情况

(3) 客车销量占汽车销量比重

4.6.2 二手客车市场现状分析

(1) 二手客车市场交易规模

(2) 二手客车交易量占客车新车市场比重

(3) 二手客车交易量占二手汽车市场交易比重

4.6.3 二手客车市场发展前景分析

4.7 二手货车市场需求分析

4.7.1 货车新车市场发展状况

- (1) 货车新车产量情况
- (2) 货车新车销量情况
- (3) 货车销量占汽车销量比重

4.7.2 二手货车市场现状分析

- (1) 二手货车市场交易规模
- (2) 二手货车交易量占货车新车市场比重
- (3) 二手货车交易量占二手汽车市场交易比重

4.7.3 二手货车市场发展前景分析

4.8 二手商用车市场需求分析

4.8.1 商用车新车市场发展状况

- (1) 商用车新车产量情况
- (2) 商用车新车销量情况
- (3) 商用车销量占汽车销量比重

4.8.2 二手商用车市场现状分析

- (1) 二手商用车市场交易规模
- (2) 二手商用车交易量占商用车新车市场比重
- (3) 二手商用车交易量占二手汽车市场交易比重

4.8.3 二手商用车市场发展前景分析

第5章：中国二手汽车市场重点区域需求分析

5.1 二手汽车交易市场区域分布

5.1.1 各区域二手汽车交易量情况

5.1.2 各省市二手汽车交易量情况

5.1.3 区域二手汽车交易品牌车系排名

5.2 广东省二手汽车市场发展状况

5.2.1 广东省二手汽车市场交易规模

- (1) 交易量
- (2) 交易金额
- (3) 交易车型结构

5.2.2 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

5.3 四川省二手汽车市场发展状况

5.3.1 四川省二手汽车市场发展情况

5.3.2 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

5.4 北京市二手汽车市场发展状况

5.4.1 北京市二手汽车市场交易规模

5.4.2 限购令对二手汽车市场的影响

5.4.3 北京市二手汽车市场发展趋势

5.5 山东省二手汽车市场发展状况

5.5.1 山东省二手汽车市场交易规模

5.5.2 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) 枣庄市二手汽车交易市场发展情况

5.6 上海市二手汽车市场发展状况

5.6.1 上海市二手汽车市场交易规模

- (1) 交易量
- (2) 交易金额
- (3) 交易特点
- (4) 入围百强名单

5.6.2 上海二手汽车各市场交易情况

5.6.3 上海二手汽车市场结构分析

5.6.4 上海二手汽车市场现代化分析

5.6.5 上海二手汽车市场贡献度分析

5.6.6 上海市二手汽车交易量上升原因

5.6.7 上海市二手汽车交易行业趋势预测

5.7 河南省二手汽车市场发展状况

5.7.1 河南省二手汽车市场发展情况

5.7.2 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

5.8 浙江省二手汽车市场发展状况

5.8.1 浙江省二手汽车市场发展状况

5.8.2 重点城市二手汽车市场发展状况

(1) 杭州市二手汽车市场分析

(2) 宁波市二手汽车市场分析

5.9 河北省二手汽车市场发展状况

5.9.1 河北省二手汽车市场发展情况

5.9.2 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

5.10 天津市二手汽车市场发展状况

5.10.1 天津市二手汽车市场交易规模

5.10.2 天津二手车交易市场

5.10.3 北京限购令对天津二手汽车市场的影响

5.10.4 天津市二手汽车市场发展动向

5.11 湖北省二手汽车市场发展状况

5.11.1 湖北省二手汽车市场发展状况

5.11.2 武汉市二手汽车市场发展状况

5.11.3 湖北省二手汽车市场发展动向

5.11.4 湖北省二手汽车市场趋势分析

第6章：中国二手汽车市场重点企业经营状况分析

6.1 上海车王二手车经营有限公司经营情况分析

6.1.1 企业发展简况分析

6.1.2 企业主营业务分析

6.1.3 企业经营模式分析

- 6.1.4 企业配套服务分析
- 6.1.5 企业规模实力分析
- 6.1.6 企业竞争优劣势分析
- 6.2 淘车无忧汽管理服务股份有限公司经营情况分析
 - 6.2.1 企业发展简况分析
 - 6.2.2 企业主营业务分析
 - 6.2.3 企业经营情况分析
 - 6.2.4 企业配套服务分析
 - 6.2.5 企业服务市场分析
 - 6.2.6 企业竞争优劣势分析
- 6.3 武汉长空机械总厂汉西旧机动车交易市场经营情况分析
 - 6.3.1 企业发展简况分析
 - 6.3.2 企业主营业务分析
 - 6.3.3 企业经营情况分析
 - 6.3.4 企业配套服务分析
 - 6.3.5 企业服务资质分析
 - 6.3.6 企业竞争优劣势分析
- 6.4 上海诚新二手车经营管理有限公司经营情况分析
 - 6.4.1 企业发展简况分析
 - 6.4.2 企业经营业务分析
 - 6.4.3 企业股权结构分析
 - 6.4.4 企业经营特点分析
 - 6.4.5 企业配套服务分析
 - 6.4.6 企业竞争优劣势分析
- 6.5 天津空港二手车交易市场有限公司经营情况分析
 - 6.5.1 企业发展简况分析
 - 6.5.2 企业主营业务分析
 - 6.5.3 企业经营情况分析
 - 6.5.4 企业配套服务分析
 - 6.5.5 企业业务资质分析
 - 6.5.6 企业竞争优劣势分析
- 6.6 大连旧机动车交易市场有限公司经营情况分析

- 6.6.1 企业发展简况分析
- 6.6.2 企业主营业务分析
- 6.6.3 企业经营情况分析
- 6.6.4 企业发展战略规划
- 6.6.5 企业竞争优势劣势分析
- 6.7 中进真容汽车投资管理（北京）有限公司经营情况分析
 - 6.7.1 企业发展简况分析
 - 6.7.2 企业主营业务分析
 - 6.7.3 企业经营特色分析
 - 6.7.4 企业配套服务分析
 - 6.7.5 企业竞争优势劣势分析
- 6.8 广东千里发名车汇二手车经营有限公司经营情况分析
 - 6.8.1 企业发展简况分析
 - 6.8.2 企业经营业务分析
 - 6.8.3 企业经营环境分析
 - 6.8.4 企业业务资质分为
 - 6.8.5 企业竞争优势劣势分析
- 6.9 北京卓杰行北亚旧机动车经纪有限公司经营情况分析
 - 6.9.1 企业发展简况分析
 - 6.9.2 企业主营业务分析
 - 6.9.3 企业经营特色分析
 - 6.9.4 企业配套服务分析
 - 6.9.5 企业竞争优势劣势分析
- 6.10 安徽旧机动车交易中心经营情况分析
 - 6.10.1 企业发展简况分析
 - 6.10.2 企业主营业务分析
 - 6.10.3 企业经营情况分析
 - 6.10.4 企业配套服务分析
 - 6.10.5 企业人力资源分析
 - 6.10.6 企业竞争优势劣势分析

第7章：中国二手汽车市场需求前景与投资分析

7.1 二手汽车市场需求前景预测
7.1.1 二手汽车市场发展趋势分析
7.1.2 二手汽车市场需求规模预测
(1) 二手汽车交易量预测
(2) 二手汽车交易金额预测
7.2 中国二手汽车市场的投资分析
7.2.1 二手汽车市场的投资风险分析
(1) 二手汽车市场政策风险分析
(2) 二手汽车市场竞争风险分析
(3) 二手汽车行业市场波动风险
(4) 二手汽车诚信问题风险
(5) 二手汽车市场其他风险分析
7.2.2 二手汽车市场投资特性分析
(1) 二手汽车市场进入壁垒分析
(2) 二手汽车市场盈利模式分析
(3) 二手汽车市场盈利因素分析
7.2.3 二手汽车市场投资机会分析
(1) 拍卖市场交易竞拍
(2) 二手汽车电子商务

图表目录

图表1：2021年我国二手车交易市场份额区域分布（单位：%）
图表2：2021年具有影响力的二手车企业/市场开业情况表
图表3：开展二手车的整修翻新工作的途径
图表4：二手车的销售功能
图表5：二手车市场相关政策规划
图表6：二手车交易市场经营管理规范表
图表7：经销公司经营管理规范表
图表8：经纪经营管理规范表
图表9：拍卖公司经营管理规范表
图表10：2016-2021年中国国内生产总值情况及增长率（单位：亿元，%）
图表11：2016-2021年我国全部工业增加值增速（单位：亿元，%）

图表12：2016-2021年中国全国居民人均可支配收入及其增长情况（单位：元，%）

图表13：2016-2021年我国城镇化率趋势图（单位：%）

图表14：2016-2021年中国汽车保有量趋势图（单位：亿辆，%）

图表15：调查者职业分布（单位：%）

图表16：调查者年龄段分布（单位：%）

图表17：调查者驾照收入分布（单位：%）

图表18：调查者接受教育程度（单位：%）

图表19：调查者驾照拥有年限（单位：%）

图表20：调查者对二手车市场了解程度（单位：%）

图表21：消费者二手车购买原因（单位：%）

图表22：消费者二手车购买顾虑（单位：%）

图表23：消费者二手车了解渠道（单位：%）

图表24：消费者对二手车评估过程认可度（单位：%）

图表25：消费者对二手车评估报告看法（单位：%）

图表26：消费者二手车购买渠道偏好（单位：%）

图表27：消费者二手车购买价格偏好（单位：%）

图表28：消费者二手车购买性能偏好（单位：%）

图表29：消费者二手车购买年限偏好（单位：%）

图表30：消费者二手车购买车系偏好（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202406/461067.html>