

# 中国二手车行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032年）

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国二手车行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750240.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

前言：

政策驱动汽车产销量及保有量增长，为二手车行业提供稳定车源供给，交易量及金额呈U型发展趋势。同时，随着新能源汽车保有量的稳步增长，新能源二手车市场也呈现出迅猛的发展势头，全年交易量成功突破100万辆大关。此外，2024年，国家发改委联合多部门发布《关于规范二手车市场交易秩序促进行业健康发展的指导意见》，这将改变二手车行业生态，传统车贩子生存空间被极大压缩，其转型成必然选择，所以越来越多二手车企业聚焦海外市场。

### 1、二手车为“第二手的汽车”或“使用过的汽车”

二手车意为“第二手的汽车”或“使用过的汽车”，在中国称为“旧机动车”。“中古车”是日本叫法，不过我国台湾也称“中古车”。北美是二手车最发达的市场，因为平民百姓购买旧车时不一定就能买到“第二”手的，而且大多是小轿车和家用吉普车，所以在北美二一种很通俗的叫法“用过的汽车”。

根据《二手车流通管理法》，二手车是指在公安交通管理部门登记注册，在达到国家规定的报废标准之前或在经济实用寿命期内服役，并仍可继续使用的机动车辆，包括汽车(包括三轮汽车、低速载货车即原农用车)、挂车和摩托车。

### 2、政策驱动汽车产销量及保有量增长，为二手车行业提供稳定车源供给

汽车产销量及保有量是二手车行业上游供给方之一。自2021年以来，伴随宏观经济回暖以及国家促进新能源汽车产业高质量发展系列政策措施的持续落地，我国汽车产业呈现蓬勃发展态势。数据显示，2024年，我国汽车产销双超3100万辆，分别完成3128.2万辆和3143.6万辆，同比分别增长3.7%和4.5%，保有量达到3.53亿辆；2025年第一季度汽车产销量分别为651.3万辆和641.9万辆。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2025年以来，消费品以旧换新政策加力扩围，多地配套消费券等激励措施，加上新能源车购置税减免政策延续实施，“换新车”成为更多消费者的选择。2025年1月8日，国家发展改革委跟财政部发了通知，2025年要加力扩围，搞大规模设备更新和消费品以旧换新。同时，新能源汽车购置税优惠延期到2027年底，也短期为二手车市场带来机遇。

总体来看，汽车销量总体增长为二手车交易提供较为稳定的车源。

### 3、我国二手车行业交易量及金额继续恢复增长，呈U型发展趋势

2024年，我国二手车市场交易量及金额继续恢复增长，分别达到1961.42万辆、12852.05亿

元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

与过去市场前低后高的走势迥然不同，2024年二手车市场呈现出一种U型的发展趋势，在第一季度，市场延续2023年年末的繁荣态势，交易量持续扩大，同比实现7%的增长。而到二、三季度，新车市场价格战的激烈冲击使得二手车市场销量陷入低谷。期间，二手车经理人指数自5月份起便一直在42%的较低水平上徘徊，市场淡季特征愈发明显。为此，国家发展改革委与财政部联合发布了《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，随后，9月份起全国各地也纷纷出台了汽车置换更新政策的补贴细则。商务部数据显示，截至12月19日，全国汽车报废更新数量近270万辆，而汽车置换更新则超过310万辆，总计达到580万辆。在这些政策推动下，二手车市场在四季度迎来交易高峰，同比实现9.7%的增长。

#### 4、新能源汽车二手市场交易量突破100万辆

同时，随着新能源汽车保有量的稳步增长，新能源二手车市场也呈现出迅猛的发展势头，全年交易量成功突破100万辆大关，为112.85万辆，较2023年同期增长47.9%，这得益于政策的有力支持、消费结构的变化以及创新模式的不断涌现。

数据来源：观研天下整理

#### 5、越来越多二手车企业聚焦海外市场

我国二手车交易模式主要有2大类，2B端（又分B2B竞拍模式、C2B竞拍模式）以及2C端（又分C2C模式、B2C模式）。目前，普通用户购买二手车渠道诸多，如品牌认证4S店、正规二手车市场、线上平台、个人交易、4S店回收车、法拍车和拍卖平台等等。而且，每个渠道各有优劣，比如4S店和正规市场更有保障，线上平台选择多但得防信息不实，据2024年国家市场监督管理总局发布的《二手车交易投诉分析报告》，二手车交易投诉量同比增长23.7%，其中质量问题占比56.3%，价格欺诈占比28.9%；个人或法拍车可能便宜但车况得自己把关。

因此，2024年，国家发改委联合多部门发布《关于规范二手车市场交易秩序促进行业健康发展的指导意见》，计划于2025年全面实施的二手车新政，将彻底重塑这个年交易量超过1500万辆的庞大市场。

此次新政包含七大关键措施：一是建立全国统一的二手车电子交易平台，实现价格透明化；二是强制执行车辆历史记录查询系统，任何车辆事故、维修记录都将被记录在案；三是引入

第三方专业评估机构，统一车况评级标准；四是实施二手车强制质保政策，明确售后责任；五是简化过户流程，取消不合理限制；六是加大对违规经营的处罚力度；七是鼓励金融机构提供二手车金融服务，降低购车门槛。

这些措施将改变二手车行业生态，传统车贩子生存空间被极大压缩。根据交通运输部数据，预计有超过60%的个体二手车贩子将被淘汰或转型，大型平台和正规渠道的市场份额将从目前的43%提升至70%以上。

可见，我国二手车行业转型成必然选择。企业可以加入大型平台成为认证评估师，专注特定细分市场，如老爷车、改装车等专业领域；是成为区域性的二手车收购商，为大平台提供车源。

随着二手车市场规范化，汽车消费观念将发生变化，将促进汽车消费升级。同时，二手车出口也将成为新增长点，2024年中国二手车出口增长78.6%。并且，国内二手车出口产业链也在不停完善，从收车、整备、检测、认证，到报关、出口、售后，各个环节都跟上。

非洲、中亚等新兴市场国家，车辆报废没里程限制，铁路不发达，运货、走人都靠公路，对二手车需求旺盛，给二手车进口留大空间，也让国内二手车出口海外机会更多。目前，国内永达、淘车车等经销商都尝试二手车出口；蜗牛货车网搞中国二手商用车交易基地，出口业务覆盖好几个国家地区；有辆平台拿二手车拍卖当支点，跟中拍协还有各地出口商、服务商搭出口生态。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国二手车行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

## 【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 二手车 行业发展概述

第一节	二手车	行业发展情况概述
一、	二手车	行业相关定义
二、	二手车	特点分析
三、	二手车	行业基本情况介绍
四、	二手车	行业经营模式
	(1)	生产模式
	(2)	采购模式
	(3)	销售/服务模式
五、	二手车	行业需求主体分析
第二节	中国 二手车	行业生命周期分析
一、	二手车	行业生命周期理论概述
二、	二手车	行业所属的生命周期分析
第三节	二手车	行业经济指标分析
一、	二手车	行业的赢利性分析
二、	二手车	行业的经济周期分析
三、	二手车	行业附加值的提升空间分析
第二章	中国 二手车	行业监管分析
第一节	中国 二手车	行业监管制度分析
	一、	行业主要监管体制
	二、	行业准入制度
第二节	中国 二手车	行业政策法规
	一、	行业主要政策法规
	二、	主要行业标准分析
第三节	国内监管与政策对 二手车	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章	2020-2024年中国 二手车	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 二手车	行业的影响分析
	一、	中国宏观经济环境
	二、	中国宏观经济环境对 二手车 行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 二手车	行业的影响分析
第三节	中国对外贸易环境与对 二手车	行业的影响分析
第四节	中国 二手车	行业投资环境分析
第五节	中国 二手车	行业技术环境分析
第六节	中国 二手车	行业进入壁垒分析
一、	二手车	行业资金壁垒分析

二、	二手车	行业技术壁垒分析
三、	二手车	行业人才壁垒分析
四、	二手车	行业品牌壁垒分析
五、	二手车	行业其他壁垒分析
第七节 中国	二手车	行业风险分析
一、	二手车	行业宏观环境风险
二、	二手车	行业技术风险
三、	二手车	行业竞争风险
四、	二手车	行业其他风险
第四章 2020-2024年全球	二手车	行业发展现状分析
第一节 全球	二手车	行业发展历程回顾
第二节 全球	二手车	行业市场规模与区域分 布情况
第三节 亚洲	二手车	行业地区市场分析
一、亚洲	二手车	行业市场现状分析
二、亚洲	二手车	行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	二手车	行业市场前景分析
第四节 北美	二手车	行业地区市场分析
一、北美	二手车	行业市场现状分析
二、北美	二手车	行业市场规模与市场需求分析
三、北美	二手车	行业市场前景分析
第五节 欧洲	二手车	行业地区市场分析
一、欧洲	二手车	行业市场现状分析
二、欧洲	二手车	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	二手车	行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球	二手车	行业分 布走势预测
第七节 2025-2032年全球	二手车	行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】		
第五章 中国	二手车	行业运行情况
第一节 中国	二手车	行业发展状况情况介绍
一、	行业发展历程回顾	
二、	行业创新情况分析	
三、	行业发展特点分析	
第二节 中国	二手车	行业市场规模分析
一、影响中国	二手车	行业市场规模的因素
二、中国	二手车	行业市场规模

三、中国	二手车	行业市场规模解析
第三节 中国	二手车	行业供应情况分析
一、中国	二手车	行业供应规模
二、中国	二手车	行业供应特点
第四节 中国	二手车	行业需求情况分析
一、中国	二手车	行业需求规模
二、中国	二手车	行业需求特点
第五节 中国	二手车	行业供需平衡分析
第六节 中国	二手车	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	二手车	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	二手车	行业产业链综述
一、	产业链模型原理介绍	
二、	产业链运行机制	
三、	二手车	行业产业链图解
第二节 中国	二手车	行业产业链环节分析
一、	上游产业发展现状	
二、	上游产业对 二手车	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状	
四、	下游产业对 二手车	行业的影响分析
第三节 中国	二手车	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024年中国	二手车	行业市场竞争分析
第一节 中国	二手车	行业竞争现状分析
一、中国	二手车	行业竞争格局分析
二、中国	二手车	行业主要品牌分析
第二节 中国	二手车	行业集中度分析
一、中国	二手车	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	二手车	行业市场集中度分析
第三节 中国	二手车	行业竞争特征分析
一、	企业区域分布特征	
二、	企业规模分 布	特征
三、	企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国	二手车	行业模型分析
第一节 中国	二手车	行业竞争结构分析（波特五力模型）



一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国 二手车	行业SWOT分析	
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国 二手车	行业SWOT分析结论	
第三节 中国 二手车	行业竞争环境分析（PEST）	
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		
第九章 2020-2024年中国 二手车	行业需求特点与动态分析	
第一节 中国 二手车	行业市场动态情况	
第二节 中国 二手车	行业消费市场特点分析	
一、需求偏好		
二、价格偏好		
三、品牌偏好		
四、其他偏好		
第三节 二手车	行业成本结构分析	
第四节 二手车	行业价格影响因素分析	
一、供需因素		
二、成本因素		
三、其他因素		
第五节 中国 二手车	行业价格现状分析	
第六节 2025-2032年中国 二手车	行业价格影响因素与走势预测	

第十章 中国	二手车	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	二手车	行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析		
二、行业资产规模分析		
第二节 中国	二手车	行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产		
二、销售收入分析		
三、负债分析		
四、利润规模分析		
五、产值分析		
第三节 中国	二手车	行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析		
二、行业偿债能力分析		
三、行业营运能力分析		
四、行业发展能力分析		
第十一章 2020-2024年中国	二手车	行业区域市场现状分析
第一节 中国	二手车	行业区域市场规模分析
一、影响	二手车	行业区域市场分布的因素
二、中国	二手车	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	二手车	行业市场分析
一、华东地区概述		
二、华东地区经济环境分析		
三、华东地区	二手车	行业市场分析
（1）华东地区	二手车	行业市场规模
（2）华东地区	二手车	行业市场现状
（3）华东地区	二手车	行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析		
一、华中地区概述		
二、华中地区经济环境分析		
三、华中地区	二手车	行业市场分析
（1）华中地区	二手车	行业市场规模
（2）华中地区	二手车	行业市场现状
（3）华中地区	二手车	行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析		
一、华南地区概述		

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 二手车

（1）华南地区 二手车

（2）华南地区 二手车

（3）华南地区 二手车

第五节 华北地区 二手车

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 二手车

（1）华北地区 二手车

（2）华北地区 二手车

（3）华北地区 二手车

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 二手车

（1）东北地区 二手车

（2）东北地区 二手车

（3）东北地区 二手车

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 二手车

（1）西南地区 二手车

（2）西南地区 二手车

（3）西南地区 二手车

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 二手车

（1）西北地区 二手车

（2）西北地区 二手车

（3）西北地区 二手车

第九节 2025-2032年中国

第十二章 二手车

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场规模区域分布

预测

行业企业分析（随数据更新可能有调整）

## 第一节 企业一

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### (1) 主要经济指标情况

#### (2) 企业盈利能力分析

#### (3) 企业偿债能力分析

#### (4) 企业运营能力分析

#### (5) 企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

## 第二节 企业二

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### (1) 主要经济指标情况

#### (2) 企业盈利能力分析

#### (3) 企业偿债能力分析

#### (4) 企业运营能力分析

#### (5) 企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

## 第三节 企业三

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### (1) 主要经济指标情况

#### (2) 企业盈利能力分析

#### (3) 企业偿债能力分析

#### (4) 企业运营能力分析

#### (5) 企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

## 第四节 企业四

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### (1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 二手车 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 二手车 行业未来发展前景分析

一、中国 二手车 行业市场机会分析

二、中国 二手车 行业投资增速预测

第二节 中国	二手车	行业未来发展趋势预测
第三节 中国	二手车	行业规模发展预测
一、中国	二手车	行业市场规模预测
二、中国	二手车	行业市场规模增速预测
三、中国	二手车	行业产值规模预测
四、中国	二手车	行业产值增速预测
五、中国	二手车	行业供需情况预测
第四节 中国	二手车	行业盈利走势预测
第十四章 中国	二手车	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	二手车	行业研究综述
一、行业投资价值		
二、行业风险评估		
第二节 中国	二手车	行业进入策略分析
一、目标客户群体		
二、细分市场选择		
三、区域市场的选择		
第三节	二手车	行业品牌营销策略分析
一、	二手车	行业产品策略
二、	二手车	行业定价策略
三、	二手车	行业渠道策略
四、	二手车	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议		

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750240.html>