

中国二手车行业发展趋势分析与未来投资研究报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

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研究报告（2024-2031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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711765.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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”。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。

一、汽车工业展现出强大发展韧性，产量销量持续回暖

近年随着人们生活水平的提高，汽车已经成为人们生活中不可或缺的一部分。目前已是全球汽车保有量最多的国家。数据显示，2023年我国机动车保有量达4.35亿辆，其中汽车3.36亿辆。

数据来源：公安部，观研天下整理

虽然2017-2020年市场需求疲软，产销量保持下滑态势，但我国仍是全球第一大汽车国。同时进入2021年以来，随着国内外疫情的防控措施的常态化，以及在国家购置税减半政策、地方政府促汽车消费政策叠加下，我国汽车行业消费市场持续回暖，带动产销量上升。截至2023年，中国汽车产销量分别达3,016.1万辆和3,009.4万辆，同比分别增长11.6%和12%。乘用车产销量分别达2,612.4万辆和2,606.3万辆，同比分别增长9.6%和10.6%;商用车产销量分别达403.7万辆和403.1万辆，同比分别增长26.8%和22.1%。

数据来源：观研天下整理

二、政策效应正在得到显现，车源从稀缺到充分过渡越发明显

2022年多项二手车行业新政发布并落地实施。2023年作为二手车新政全面落地执行的第一年,由于制约因素的清除和堵点的打通，政策效应正在得到显现，二手车市场进入全新发展阶段。

车商合规化经营的态势将延续。根据市场分析，新政激发了市场活力，促进了二手车行业上下游流通，让广大车商开始合规化经营，也让广大消费者得到了更多实惠和便利性。虽然目前仍存在因政策切换带来的相关问题，如二手车经销发票在部分转入地无法过户，一些不合理的附加条件影响交易效率等问题。但随着政策效应的进一步显现，2024年车商合规化经营的态势将得到延续，合规化经营的空间也将更大。

车源从稀缺到充分的过渡越发明显。根据中国汽车流通协会的数据显示，2023年12月，二手车转籍率为29.27%，环比上月增长0.48个百分点，同比增长3.86个百分点；二手车转籍总量为48.61万辆，环比增长了2.2%，同比增长35.1%。2023年全年我国二手车转籍总量达到501.83万辆,同比增长25%,转籍率为27.25%，同比增长2.2%。

数据来源：观研天下整理

估计2024年的二手车流转，将从过去的车源稀缺转向车源充分，而且这个过渡将会越发明显。另外B2B之间的流转和C2C之间的直接流转比例都会趋于下降，而越来越多的车辆流转会通过平台来实现。相比于前两者，车辆通过平台以公开竞价的方式流转的效率是最高的。

三、二手车流动性逐步增强，交易规模不断扩大

二手车市场作为汽车产业链的重要组成部分，随着汽车工业的不断发展，近年也得到了越来越多的关注。我国二手车市场从20世纪80年代发展至今，已有40年历史，经历了从无到有、从小到大、从低端到高端的发展过程，目前已经成为全球最大的二手汽车市场之一。

2023年以来得益于跨区域流通比例稳步上升，我国二手车流动性逐步增强，交易规模不断扩大。数据显示，2023年我国二手车市场累计交易1841.33万辆,同比增长14.88%。2024年1-4月，我国二手车累计交易量627.93万辆，同比增长9.42%，与同期相比增加了54.1万辆。

数据来源：观研天下整理

其中在轿车领域，二手基本型乘用车(轿车)是我国二手车市场占比最大的单一车型。数据显示，2023年我国二手乘用车累计交易1477.71万辆,同比增长14.71%。其中二手基本型乘用车(轿车)累计交易1089.67万辆,同比增长14.42%,在二手车市场占比最大。其次为SUV车型、MPV车型、交叉型乘用车，交易分别为237.84万辆、114.14万辆、36.07万辆。

数据来源：观研天下整理

商用车反面，2023年累计交易256.98万辆,同比增长10%。其中载货车交易149.72万辆,同比增长15.53%;客车交易107.26万辆,同比增长3.11%。

从车龄来看，2023年我国二手车流通车龄主要集中在3-6年区间,占比为43.54%,同比增长3.3%;其次为3年内车型，占比27.97%,同比下降2%；再次是7-10年车型，占比20.24%,同比增长0.6%。

数据来源：观研天下整理

预计随着国家新一轮以旧换新政策的落地和各地推出的促消费政策，2024年5月二手车市场活跃性将会增强，有利于交易量的攀升。例如根据商务部等14部门印发的《推动消费品以旧换新行动方案》提出，到2027年，二手车交易量较2023年增长45%。各地也陆续出台关于放宽准入、规范扶持二手车经营的相关政策。到2027年，浙江规划全省二手车交易量增长至160万辆以上；广东规划报废汽车年规范回收拆解量80万辆左右，二手车年交易量超400万辆。

四、连续三年“过万亿”，二手车成为了名副其实万亿级市场

从交易额来看，我国二手车交易额变动基本与交易量数据变动类似，2020年受疫情影响交易额出现小幅度下滑，仅为8888.4亿元，2021年二手车报复性消费叠加1-4月价格小幅度下

降后持续上升，加之整体需求上升，我国二手车交易额达11316.9亿元的新高，2022年交易量微降，全年中国二手车交易量交易额达到1.06万亿元。2023年我国二手车市场累计交易金额11795.32亿元。可见连续三年“过万亿”，我国二手车成为了名副其实的万亿级的市场。

数据来源：观研天下整理

五、利润空间受新车价格战冲击，经销商或迎来新一轮洗牌

值得注意的是，虽然与去年同期相比，进入2024年以来，我国二手车市场增长势头依然显著，蕴含着利好因素，但同时也存在一定的压力。一方面，4月份二手车经理人指数为45.6%，环比上月下降2.2个百分点，并且连续四个月在荣枯线以下徘徊，这表示二手车经销商对当前市场持较为谨慎的态度，在经营策略上更加趋于保守。另一方面，新车市场价格战也对二手车市场造成了不小的冲击，二手车经销商为了维持销售竞争力降低价格。4月主流车型多个细分市场保值率出现下降，消费者受市场不确定性和价格竞争加剧的背景下观望情绪上升。

实际上去年汽车价格战的激烈竞争态势已经传导至二手车市场。自2024年以来，随着新车价格下探进一步升级，导致二手车销售和盈利面临更难的局面。并有相关业内人士表示，由于价格越来越透明、新车价掉价快，目前二手车利润空间只能是微利。

而根据市场来看，目前行业中大部分二手车经营者资金来源是借贷，先收车进库存再找买家销售，通过杠杆来赚钱。一些库存大、销售周期长的车商遇到新车大幅降价、销售不利的状况，就会亏的越多。市场中部分个人、小型经销商或会退出，留下部分成熟的、优质的二手车经销商。因此在上述情况下，我国经销商或迎来新一轮洗牌。（WW）

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研究报告（2024-2031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，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】

第一章 2019-2023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 2019-2023年全球二手车行业市场发展现状分析

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 2024-2031年世界二手车行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球二手车行业市场规模预测

第三章 中国二手车行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对二手车行业的影响分析

第三节 中国二手车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节 政策环境对二手车行业的影响分析

第五节 中国二手车行业产业社会环境分析

第四章 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

第五章 中国二手车行业产业链和细分市场分析

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

第三节我国二手车行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023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

第七章 2019-2023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、SOWT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

第八章 2019-2023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

第六节中国二手车行业平均价格走势预测

一、中国二手车行业平均价格趋势分析

二、中国二手车行业平均价格变动的影响因素

第九章 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

第十章 2019-2023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) 华南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、华南地区二手车行业市场分析
 - (1) 华南地区二手车行业市场规模

(2) 华南地区二手车行业市场现状

(3) 华南地区二手车行业市场规模预测

第五节 华北地区二手车行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区二手车行业市场分析

(1) 华北地区二手车行业市场规模

(2) 华北地区二手车行业市场现状

(3) 华北地区二手车行业市场规模预测

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、东北地区二手车行业市场分析

(1) 东北地区二手车行业市场规模

(2) 东北地区二手车行业市场现状

(3) 东北地区二手车行业市场规模预测

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、西南地区二手车行业市场分析

(1) 西南地区二手车行业市场规模

(2) 西南地区二手车行业市场现状

(3) 西南地区二手车行业市场规模预测

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、西北地区二手车行业市场分析

(1) 西北地区二手车行业市场规模

(2) 西北地区二手车行业市场现状

(3) 西北地区二手车行业市场规模预测

第十一章 二手车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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、二手车行业国内投资环境分析

二、中国二手车行业市场机会分析

三、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

第十三章 2024-2031年中国二手车行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节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

第三节中国二手车行业存在的问题

第四节中国二手车行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年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、行业目标客户群体

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、二手车行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711765.html>