

2017-2022年中国二手汽车 电商行业分析与发展机遇研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国二手汽车电商行业分析与发展机遇研究报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201701/24-224657.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

对比欧美，中国二手车电商潜力还有10倍，这个振奋人心的数据让投资人和行业从业者像打了鸡血一样，放佛明天就可以看到这样行业也出现BAT级别的企业。但这个观点背后很多人忽略了一个事实：欧美二手车销量3倍于新车，一方面是因为汽车已经普及出现饱和，更重要的一方面是欧美有一套可以追根源的二手车检测、保修体系，欧美的消费者相比中国，买二手车时可以更放心、更从容。二手车电商首先要为买家提供更多选择，因此低成本获取车源就成了平台价值的前提。由于目前普通消费者对二手车网上交易的接受度不高，二手车又是一个低频、低密度、低利润额的品类，加之广告本身存续度低，因此靠海量广告获取车源的成本极高。

另外，二手车有明显的非标品特征，这也是二手车交易的难点，因此“将非标品进行标准化”的车辆评估是核心的技术价值。以市场渗透率较高的“268V”检测系统来说，通过线下检测收集数据，再通过大数据，将不同车况的车辆在同一纬度下进行评估、进行标准化，买家通过查看评估报告，即可判断车辆价值。正是依靠268V这样的标准化评估产品，以及标准化的交易规则和服务模式，车易拍得以吸引大量二手车下游车商。

报告目录：第一章 二手汽车电商行业相关概述1.1 二手汽车电商行业定义及特点1.1.1 二手汽车电商行业的定义1.1.2 二手汽车电商行业服务特点1.2 二手汽车电商行业相关分类1.3 二手汽车电商行业盈利模式分析 第二章 2014-2016年中国二手汽车电商行业发展环境分析2.1 二手汽车电商行业政治法律环境（P）2.1.1 行业主管单位及监管体制2.1.2 行业相关法律法规及政策2.1.3 政策环境对行业的影响2.2 二手汽车电商行业经济环境分析（E）2.2.1 国际宏观经济分析2.2.2 国内宏观经济分析2.2.3 产业宏观经济分析2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析2.3 二手汽车电商行业社会环境分析（S）2.3.1 人口发展变化情况2.3.2 城镇化水平2.3.3 居民消费水平及观念分析2.3.4 社会文化教育水平2.3.5 社会环境对行业的影响2.4 二手汽车电商行业技术环境分析（T）2.4.1 二手汽车电商技术分析2.4.2 二手汽车电商技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势2.4.4 技术环境对行业的影响 第三章 全球二手汽车电商行业发展概述3.1 2014-2016年全球二手汽车电商行业发展情况概述3.1.1 全球二手汽车电商行业发展现状3.1.2 全球二手汽车电商行业发展特征3.1.3 全球二手汽车电商行业市场规模3.2 2014-2016年全球主要地区二手汽车电商行业发展状况3.2.1 欧洲二手汽车电商行业发展情况概述3.2.2 美国二手汽车电商行业发展情况概述3.2.3 日韩二手汽车电商行业发展情况概述3.3 2017-2022年全球二手汽车电商行业发展前景预测3.3.1 全球二手汽车电商行业市场规模预测3.3.2 全球二手汽车电商行业发展前景分析3.3.3 全球二手汽车电商行业发展趋势分析3.4 全球二手汽车电商行业重点企业发展动态分析 第四章 中国二手汽车电商行业发展概述4.1 中国二手汽车电商行业发展状况分析4.1.1 中国二手汽车电

商行发展概况4.1.2 中国二手汽车电商行发展特点4.2 2014-2016年二手汽车电商行业发展现状4.2.1 2014-2016年二手汽车电商行业市场规模4.2.2 2014-2016年二手汽车电商行业发展现状4.3 2017-2022年中国二手汽车电商行业面临的困境及对策4.3.1 二手汽车电商行业发展面临的瓶颈及对策分析1、二手汽车电商行业面临的瓶颈2、二手汽车电商行业发展对策分析4.3.2 二手汽车电商企业发展存在的问题及对策1、二手汽车电商企业发展存在的不足2、二手汽车电商企业发展策略 第五章 中国二手汽车电商行业市场运行分析5.1 市场发展现状分析5.1.1 市场现状5.1.2 市场容量5.2 2014-2016年中国二手汽车电商行业总体规模分析5.2.1 企业数量结构分析5.2.2 人员规模状况分析5.2.3 行业资产规模分析5.2.4 行业市场规模分析5.3 2014-2016年中国二手汽车电商行业市场供需分析5.3.1 中国二手汽车电商行业供给分析5.3.2 中国二手汽车电商行业需求分析5.3.3 中国二手汽车电商行业供需平衡5.4 2014-2016年中国二手汽车电商行业财务指标总体分析5.4.1 行业盈利能力分析5.4.2 行业偿债能力分析5.4.3 行业营运能力分析5.4.4 行业发展能力分析 第六章 中国二手汽车电商行业细分市场分析6.1 细分市场一6.1.1 市场发展特点分析6.1.2 目标消费群体6.1.3 主要业态现状6.1.4 市场规模6.1.5 发展潜力6.2 细分市场二6.2.1 市场发展特点分析6.2.2 目标消费群体6.2.3 主要业态现状6.2.4 市场规模6.2.5 发展潜力6.3 细分市场三6.3.1 市场发展特点分析6.3.2 目标消费群体6.3.3 主要业态现状6.3.4 市场规模6.3.5 发展潜力 第七章 二手汽车电商行业目标客户群分析7.1 消费者偏好分析7.2 消费者行为分析7.3 二手汽车电商行业品牌认知度分析7.4 消费人群分析7.4.1 年龄分布情况7.4.2 性别分布情况7.4.3 职业分布情况7.4.4 收入分布情况7.5 需求影响因素7.5.1 价格7.5.2 服务质量7.5.3 其他 第八章 二手汽车电商行业营销模式分析8.1 营销策略组合理论分析8.2 营销模式的基本类型分析8.3 二手汽车电商行业营销现状分析8.4 二手汽车电商行业电子商务的应用情况分析8.5 二手汽车电商行业营销创新发展趋势分析 第九章 二手汽车电商行业商业模式分析9.1 商业模式的相关概述9.1.1 参考模型9.1.2 成功特征9.1.3 历史发展9.2 二手汽车电商行业主要商业模式案例分析9.2.1 案例一1、定位2、业务系统3、关键资源能力4、盈利模式5、现金流结构6、企业价值9.2.2 案例二1、定位2、业务系统3、关键资源能力4、盈利模式5、现金流结构6、企业价值9.2.3 案例三1、定位2、业务系统3、关键资源能力4、盈利模式5、现金流结构6、企业价值9.3 二手汽车电商行业商业模式创新分析9.3.1 商业模式创新的内涵与特征9.3.2 商业模式创新的因素分析9.3.3 商业模式创新的目标与路径9.3.4 商业模式创新的实践与启示9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析9.3.6 二手汽车电商行业商业模式创新选择 第十章 中国二手汽车电商行业市场竞争格局分析10.1 中国二手汽车电商行业竞争格局分析10.1.1 二手汽车电商行业区域分布格局10.1.2 二手汽车电商行业企业规模格局10.1.3 二手汽车电商行业企业性质格局10.2 中国二手汽车电商行业竞争五力分析10.2.1 二手汽车电商行业上游议价能力10.2.2 二手汽车电商行业下游议价能力10.2.3 二手汽车电商行业新进入者威胁10.2.4 二手汽车电商行业替代产品威胁10.2.5 二手汽车

电商行业现有企业竞争10.3 中国二手汽车电商行业竞争SWOT分析10.3.1 二手汽车电商行业优势分析（S）10.3.2 二手汽车电商行业劣势分析（W）10.3.3 二手汽车电商行业机会分析（O）10.3.4 二手汽车电商行业威胁分析（T）10.4 中国二手汽车电商行业投资兼并重组整合分析10.4.1 投资兼并重组现状10.4.2 投资兼并重组案例10.5 中国二手汽车电商行业重点企业竞争策略分析 第十一章 中国二手汽车电商行业领先企业竞争力分析

11.1 企业一

11.1.1 企业发展简况分析

11.1.2 企业经营情况分析

11.1.3 企业经营优劣势分析

11.2 企业二

11.2.1 企业发展简况分析

11.2.2 企业经营情况分析

11.2.3 企业经营优劣势分析

11.3 企业三

11.3.1 企业发展简况分析

11.3.2 企业经营情况分析11.3.3 企业经营优劣势分析 第十二章 2017-2022年中国二手汽车电商行业发展趋势与前景分析12.1 2017-2022年中国二手汽车电商市场发展前景12.1.1 2017-2022年二手汽车电商市场发展潜力12.1.2 2017-2022年二手汽车电商市场发展前景展望12.1.3 2017-2022年二手汽车电商细分行业发展前景分析12.2 2017-2022年中国二手汽车电商市场发展趋势预测12.2.1 2017-2022年二手汽车电商行业发展趋势12.2.2 2017-2022年二手汽车电商市场规模预测12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测12.3 2017-2022年中国二手汽车电商行业供需预测12.3.1 2017-2022年中国二手汽车电商行业供给预测12.3.2 2017-2022年中国二手汽车电商行业需求预测12.3.3 2017-2022年中国二手汽车电商供需平衡预测12.4 影响企业经营的关键趋势12.4.1 行业发展有利因素与不利因素12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测12.4.3 服务业开放对二手汽车电商行业的影响12.4.4 互联网+背景下二手汽车电商行业的发展趋势 第十三章 2017-2022年中国二手汽车电商行业投资前景13.1 二手汽车电商行业投资现状分析13.2 二手汽车电商行业投资特性分析13.2.1 二手汽车电商行业进入壁垒分析13.2.2 二手汽车电商行业盈利模式分析13.2.3 二手汽车电商行业盈利因素分析13.3 二手汽车电商行业投资机会分析13.3.1 产业链投资机会13.3.2 细分市场投资机会13.3.3 重点区域投资机会13.3.4 产业发展的空白点分析13.4 二手汽车电商行业投资风险分析13.4.1 二手汽车电商行业政策风险13.4.2 宏观经济风险13.4.3 市场竞争风险13.4.4 关联产业风险13.4.5 技术研发风险13.4.6 其他投资风险13.5 “互联网 +”与“互联网 +”“双创”战略下企业的投资机遇13.5.1 “互联网 +”“双创”战略下企业的投资机遇

与“双创”的概述13.5.2 企业投资挑战和机遇13.5.3 企业投资问题和投资策略1
、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究13.6 二手汽车电商行业投资潜力与建议13.6.1 二手汽车电商行业投资潜力分析13.6.2 二手汽车电商行业最新投资动态13.6.3 二手汽车电商行业投资机会与建议 第十四章 2017-2022年中国二手汽车电商企业投资战略分析14.1 企业投资战略制定基本思路14.1.1 企业投资战略的特点14.1.2 企业投资战略类型选择14.1.3 企业投资战略制定程序14.2 现代企业投资战略的制定14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求14.2.3 企业投资战略的选择14.3 二手汽车电商企业战略规划策略分析14.3.1 战略综合规划14.3.2 技术开发战略14.3.3 区域战略规划14.3.4 产业战略规划14.3.5 营销品牌战略14.3.6 竞争战略规划 第十五章 研究结论及建议15.1 研究结论15.2 建议15.2.1 行业发展策略建议15.2.2 行业投资方向建议15.2.3 行业投资方式建议 图表目录：图表：二手汽车电商行业特点图表：二手汽车电商行业生命周期图表：二手汽车电商行业产业链分析图表：2014-2016年二手汽车电商行业市场规模分析图表：2017-2022年二手汽车电商行业市场规模预测图表：中国二手汽车电商行业盈利能力分析图表：中国二手汽车电商行业运营能力分析图表：中国二手汽车电商行业偿债能力分析图表：中国二手汽车电商行业发展能力分析图表：中国二手汽车电商行业经营效益分析图表：2014-2016年二手汽车电商重要数据指标比较图表：2014-2016年中国二手汽车电商行业销售情况分析图表：2014-2016年中国二手汽车电商行业利润情况分析图表：2014-2016年中国二手汽车电商行业资产情况分析图表：2014-2016年中国二手汽车电商行业竞争力分析图表：2017-2022年中国二手汽车电商行业消费量预测图表：2017-2022年中国二手汽车电商行业市场前景预测图表：2017-2022年中国二手汽车电商发展前景预测图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201701/24-224657.html>