

# 2017-2022年中国汽车售后服务 服务电商行业市场分析与投资趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2017-2022年中国汽车售后服务电商行业市场分析与投资趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201707/28-235707.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](mailto: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

随着互联网技术已渗透到人们生活的方方面面，改变了人们的消费习惯和行为方式。互联网也在深刻地影响并改变着各行各业。在互联网的大浪潮下，如何快速抓住时机，利用互联网思维来重塑行业，实现转型升级，是汽车售后服务企业必须深入思考的一个问题。

近年来，国内庞大的汽车保有量以及高速增长的汽车销量，为汽车售后市场提供了极大的想象空间，高达万亿元的汽车售后市场规模让创业者觊觎已久，以互联网思维自居者前赴后继，以各种不同的商业模式和切入点杀入。互联网思维的加入更快的瓦解传统的汽车售后市场体系，代之以新的商业模式，垄断破除进程进一步加快，推动了产品服务电商化。同时，互联网思维极大的缩短了新参与者的学习曲线，行业的变革速度前所未有，O2O、B2C、B2B2C、C2B等新业态正在汽车售后市场领域得到广泛实践。

随着汽车电商的发展，传统4S店的角色将会发生改变。其在新车销售模块这部分将会弱化，经销商的汽车整车这方面的成本将会大大降低。其经营重点的往售后、为厂家提供消费者线下的看车、试乘试驾等方面的服务，大幅的减少4S店的经营成本。更加突出其服务的角色，将会为消费者提供更加廉价更加优质的服务。那么专业的汽车经销商可以依靠低成本、优质的服务占领低端的4、5线城市，扩大汽车行业的经济版图。当“买得起车，却修不起车”这个不再是车主常挂的一个口号时，汽车行业将会焕发出新的增长动能。随着汽车行业由卖方市场转变成买方市场，产业政策也从刺激消费性导向侧重于保护消费者权益。未来消费者的满意度成为经销商的专注点，提供更加优质的服务、更高满意度的体验才是一家经销商的竞争力之源。

### 报告目录

#### 第一章 中国电子商务行业发展现状分析

##### 1.1 电子商务基本概况

###### 1.1.1 电子商务基本定义

###### 1.1.2 电子商务发展阶段

###### 1.1.3 电子商务基本特征

###### 1.1.4 电子商务支撑环境

###### 1.1.5 电子商务基本模式

##### 1、电子商务分类

##### 2、电子商务功能

##### 3、电子商务运营模式

## 1.2 中国电子商务规模分析

### 1.2.1 电子商务交易规模分析

### 1.2.2 电子商务市场结构分析

#### 1、电子商务市场结构

#### 2、电子商务区域结构

### 1.2.3 电子商务从业人员规模

### 1.2.4 电子商务相关融合产业

## 1.3 中国电子商务细分行业分析

### 1.3.1 O2O电子商务发展分析

#### 1、B2B市场规模分析

#### 2、B2B企业规模分析

#### 3、B2B市场营收分析

#### 4、B2B市场份额分析

#### 5、B2B用户规模分析

#### 6、B2B发展趋势分析

### 1.3.2 网络零售市场发展分析

#### 1、网络零售交易规模

#### 2、网络零售市场占比

#### 3、网络零售企业规模

#### 4、网络零售市场份额

#### 5、网络零售用户规模

#### 6、网络零售网店规模

#### 7、移动电商市场规模

#### 8、移动电商用户规模

#### 9、海外代购市场规模

## 第二章 互联网环境下汽车售后服务行业的机会与挑战

### 2.1 2016年中国互联网环境分析

#### 2.1.1 网民基本情况分析

##### 1、总体网民规模分析

##### 2、分省网民规模分析

##### 3、手机网民规模分析

#### 4、网民属性结构分析

##### 2.1.2 网民互联网应用状况

###### 1、信息获取情况分析

###### 2、商务交易发展情况

###### 3、交流沟通现状分析

###### 4、网络娱乐应用分析

##### 2.2 互联网环境下汽车售后服务行业的机会与挑战

###### 2.2.1 互联网时代行业大环境的变化

###### 2.2.2 互联网直击传统行业消费痛点

###### 2.2.3 互联网助力企业开拓市场

###### 2.2.4 电商成为传统企业突破口

##### 2.3 互联网汽车售后服务行业的改造与重构

###### 2.3.1 互联网重构行业的供应链格局

###### 2.3.2 互联网改变生产厂商营销模式

###### 2.3.3 互联网导致行业利益重新分配

###### 2.3.4 互联网改变行业未来竞争格局

##### 2.4 汽车售后服务与互联网融合创新机会孕育

###### 2.4.1 电商政策变化趋势分析

###### 2.4.2 电子商务消费环境趋势分析

###### 2.4.3 互联网技术对行业支撑作用

###### 2.4.4 电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 汽车售后服务行业市场规模与电商未来空间预测

#### 3.1 汽车售后服务行业发展现状分析

##### 3.1.1 汽车售后服务行业产业政策分析

##### 3.1.2 汽车售后服务行业发展现状分析

##### 3.1.3 汽车售后服务行业市场规模分析

##### 3.1.4 汽车售后服务行业经营效益分析

##### 3.1.5 汽车售后服务行业竞争格局分析

##### 3.1.6 汽车售后服务行业发展前景预测

#### 3.2 汽车售后服务电商市场规模与渗透率

##### 3.2.1 汽车售后服务电商总体开展情况

- 3.2.2 汽车售后服务电商交易规模分析
- 3.2.3 汽车售后服务电商渠道渗透率分析
- 3.3 汽车售后服务电商行业盈利能力分析
  - 3.3.1 汽车售后服务电子商务发展有利因素
  - 3.3.2 汽车售后服务电子商务发展制约因素
  - 3.3.3 汽车售后服务电商行业经营成本分析
  - 3.3.4 汽车售后服务电商行业盈利模式分析
  - 3.3.5 汽车售后服务电商行业盈利水平分析
- 3.4 汽车售后服务电商行业未来前景及趋势预测
  - 3.4.1 汽车售后服务电商行业市场空间测算
  - 3.4.2 汽车售后服务电商市场规模预测分析
  - 3.4.3 汽车售后服务电商发展趋势预测分析

#### 第四章 汽车售后服务企业转型电子商务战略分析

- 4.1 汽车售后服务企业转型电商优势分析
  - 4.1.1 前期投入成本优势
  - 4.1.2 供应链体系建设优势
  - 4.1.3 渠道管控优势分析
  - 4.1.4 零售运营经验优势
- 4.2 汽车售后服务企业转型电商流程管理
  - 4.2.1 网站运营流程管理
  - 4.2.2 网络销售流程管理
  - 4.2.3 产品发货流程管理
  - 4.2.4 采购管理流程管理
  - 4.2.5 订单销售流程管理
  - 4.2.6 库房操作流程管理
  - 4.2.7 订单配送流程管理
- 4.3 汽车售后服务企业电子商务成本分析
  - 4.3.1 汽车售后服务电商成本构成分析
  - 4.3.2 汽车售后服务电商采购成本分析
  - 4.3.3 汽车售后服务电商运营成本分析
  - 4.3.4 汽车售后服务电商履约成本分析

#### 4.3.5 汽车售后服务电商交易成本分析

### 第五章 汽车售后服务企业转型电商体系构建及平台选择

#### 5.1 汽车售后服务企业转型电商构建分析

##### 5.1.1 汽车售后服务电子商务关键环节分析

- 1、产品采购与组织
- 2、电商网站建设
- 3、网站品牌建设及营销
- 4、服务及物流配送体系
- 5、网站增值服务

##### 5.1.2 汽车售后服务企业电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

#### 5.2 汽车售后服务企业转型电商发展途径

##### 5.2.1 电商B2B发展模式

##### 5.2.2 电商B2C发展模式

##### 5.2.3 电商C2C发展模式

##### 5.2.4 电商O2O发展模式

#### 5.3 汽车售后服务企业转型电商平台选择分析

##### 5.3.1 汽车售后服务企业电商建设模式

##### 5.3.2 自建商城网店平台

- 1、自建商城概况分析
- 2、自建商城优势分析

##### 5.3.3 借助第三方网购平台

- 1、电商平台的优劣势
- 2、电商平台盈利模式

##### 5.3.4 电商服务外包模式分析

- 1、电商服务外包的优势
- 2、电商服务外包可行性
- 3、电商服务外包前景

### 5.3.5 汽车售后服务企业电商平台选择策略

## 第六章 汽车售后服务行业电子商务运营模式分析

### 6.1 汽车售后服务电子商务B2B模式分析

#### 6.1.1 汽车售后服务电子商务B2B市场概况

#### 6.1.2 汽车售后服务电子商务B2B盈利模式

#### 6.1.3 汽车售后服务电子商务B2B运营模式

#### 6.1.4 汽车售后服务电子商务B2B的供应链

### 6.2 汽车售后服务电子商务B2C模式分析

#### 6.2.1 汽车售后服务电子商务B2C市场概况

#### 6.2.2 汽车售后服务电子商务B2C市场规模

#### 6.2.3 汽车售后服务电子商务B2C盈利模式

#### 6.2.4 汽车售后服务电子商务B2C物流模式

#### 6.2.5 汽车售后服务电商B2C物流模式选择

### 6.3 汽车售后服务电子商务C2C模式分析

#### 6.3.1 汽车售后服务电子商务C2C市场概况

#### 6.3.2 汽车售后服务电子商务C2C盈利模式

#### 6.3.3 汽车售后服务电子商务C2C信用体系

#### 6.3.4 汽车售后服务电子商务C2C物流特征

#### 6.3.5 重点C2C电商企业发展分析

### 6.4 汽车售后服务电子商务O2O模式分析

#### 6.4.1 汽车售后服务电子商务O2O市场概况

#### 6.4.2 汽车售后服务电子商务O2O优势分析

#### 6.4.3 汽车售后服务电子商务O2O营销模式

#### 6.4.4 汽车售后服务电子商务O2O潜在风险

## 第七章 汽车售后服务行业电子商务营销推广模式分析

### 7.1 搜索引擎营销

#### 7.1.1 搜索引擎营销现状分析

#### 7.1.2 搜索引擎营销推广模式

#### 7.1.3 搜索引擎营销收益分析

#### 7.1.4 搜索引擎营销竞争分析



## 7.2 论坛营销

### 7.2.1 论坛营销概述分析

### 7.2.2 论坛营销优势分析

### 7.2.3 论坛营销策略分析

## 7.3 微博营销

### 7.3.1 微博营销概况分析

### 7.3.2 微博营销的优劣势

### 7.3.3 微博营销模式分析

### 7.3.4 微博营销竞争分析

## 7.4 微信营销

### 7.4.1 微信营销概况分析

### 7.4.2 微信营销的优劣势

### 7.4.3 微信营销模式分析

### 7.4.4 微信营销竞争分析

## 7.5 视频营销

### 7.5.1 视频营销概述分析

### 7.5.2 视频营销优势分析

### 7.5.3 视频营销策略分析

### 7.5.4 视频营销竞争分析

## 7.6 问答营销

### 7.6.1 问答营销概述分析

### 7.6.2 问答营销运营模式

### 7.6.3 问答营销竞争分析

## 7.7 权威百科营销

### 7.7.1 权威百科营销概况

### 7.7.2 权威百科营销优势

### 7.7.3 权威百科营销形式

## 7.8 企业新闻营销

### 7.8.1 企业新闻营销概况

### 7.8.2 企业新闻营销方式

### 7.8.3 企业新闻营销策略

### 7.8.4 新闻营销竞争分析

## 第八章 汽车售后服务行业电商运营优秀案例研究

### 8.1 途虎养车网

#### 8.1.1 企业发展基本情况

#### 8.1.2 企业主要产品分析

#### 8.1.3 企业经营效益情况

#### 8.1.4 企业电商运营模式

#### 8.1.5 企业电商经营成效

#### 8.1.6 企业电商战略分析

### 8.2 养车无忧

#### 8.2.1 企业发展基本情况

#### 8.2.2 企业主要产品分析

#### 8.2.3 企业经营效益情况

#### 8.2.4 企业电商运营模式

#### 8.2.5 企业电商经营成效

#### 8.2.6 企业电商战略分析

### 8.3 麦轮胎

#### 8.3.1 企业发展基本情况

#### 8.3.2 企业主要产品分析

#### 8.3.3 企业经营效益情况

#### 8.3.4 企业电商运营模式

#### 8.3.5 企业电商经营成效

#### 8.3.6 企业电商战略分析

### 8.4 京东车管家

#### 8.4.1 企业发展基本情况

#### 8.4.2 企业主要产品分析

#### 8.4.3 企业经营效益情况

#### 8.4.4 企业电商运营模式

#### 8.4.5 企业电商经营成效

#### 8.4.6 企业电商战略分析

### 8.5 汽车超人

#### 8.5.1 企业发展基本情况

#### 8.5.2 企业主要产品分析

8.5.3 企业经营效益情况

8.5.4 企业电商运营模式

8.5.5 企业电商经营成效

8.5.6 企业电商战略分析

## 第九章 汽车售后服务主流电商平台比较及企业入驻选择

### 9.1 途虎养车网

9.1.1 天猫商城发展基本概述

9.1.2 天猫商城用户特征分析

9.1.3 天猫商城网购优势分析

9.1.4 天猫商城交易规模分析

9.1.5 天猫商城交易品类结构

9.1.6 天猫商城企业入驻情况

9.1.7 天猫商城商家经营策略

### 9.2 养车无忧

9.2.1 京东商城发展基本概述

9.2.2 京东商城用户特征分析

9.2.3 京东商城网购优势分析

9.2.4 京东商城交易规模分析

9.2.5 京东商城交易品类结构

9.2.6 京东商城企业入驻情况

9.2.7 京东商城商家经营策略

### 9.3 京东车管家

9.3.1 苏宁易购发展基本概述

9.3.2 苏宁易购用户特征分析

9.3.3 苏宁易购网购优势分析

9.3.4 苏宁易购交易规模分析

9.3.5 苏宁易购交易品类结构

9.3.6 苏宁易购企业入驻情况

9.3.7 苏宁易购商家经营策略

### 9.4 麦轮胎

9.4.1 1号店发展基本概述

#### 9.4.2 1号店用户特征分析

#### 9.4.3 1号店网购优势分析

#### 9.4.4 1号店交易规模分析

#### 9.4.5 1号店交易品类结构

#### 9.4.6 1号店企业入驻情况

#### 9.4.7 1号店商家经营策略

### 9.5 车享家

#### 9.5.1 亚马逊发展基本概述

#### 9.5.2 亚马逊用户特征分析

#### 9.5.3 亚马逊网购优势分析

#### 9.5.4 亚马逊交易规模分析

#### 9.5.5 亚马逊交易品类结构

#### 9.5.6 亚马逊企业入驻情况

#### 9.5.7 亚马逊商家经营策略

### 9.6 车易安

#### 9.6.1 当当网发展基本概述

#### 9.6.2 当当网用户特征分析

#### 9.6.3 当当网网购优势分析

#### 9.6.4 当当网交易规模分析

#### 9.6.5 当当网交易品类结构

#### 9.6.6 当当网企业入驻情况

#### 9.6.7 当当网商家经营策略

## 第十章 汽车售后服务企业进入电子商务领域投资策略分析

### 10.1 汽车售后服务企业电子商务市场投资要素

#### 10.1.1 企业自身发展阶段的认知分析

#### 10.1.2 企业开展电子商务目标的确定

#### 10.1.3 企业电子商务发展的认知确定

#### 10.1.4 企业转型电子商务的困境分析

### 10.2 汽车售后服务企业转型电商物流投资分析

#### 10.2.1 汽车售后服务企业电商自建物流分析

##### 1、电商自建物流的优势分析

## 2、电商自建物流的负面影响

### 10.2.2 汽车售后服务企业电商外包物流分析

#### 1、快递业务量完成情况

#### 2、快递业务的收入情况

#### 3、快递业竞争格局分析

### 10.2.3 汽车售后服务电商物流构建策略分析

#### 1、入库质量检查

#### 2、在库存储管理

#### 3、出库配货管理

#### 4、发货和派送

#### 5、退货处理

### 10.3 汽车售后服务企业电商市场策略分析

#### 图表目录：

图表：2014-2016年我国网民规模及互联网普及率

图表：2014-2016年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2014-2016年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2014-2016年我国网络零售市场交易规模

图表：2014-2020年我国移动网民规模及增长速度

图表：移动端网购增长仍处爆发阶段

图表：移动端网购占比大幅提升

图表：传统汽车售后服务消费存在的“痛点”

图表：汽车售后服务电子商务重构供应链流程

图表：中国电商相关政策汇总

图表：中国汽车售后服务B2C市场AMC模型

图表：2014-2016年中国汽车售后服务电商交易规模趋势图

图表：2014-2016年中国汽车售后服务电商市场渗透率趋势图

图表：2017-2022年中国汽车售后服务电商交易规模预测趋势图

图表：2017-2022年中国汽车售后服务电商市场渗透率预测趋势图

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201707/28-235707.html>