

2017-2023年中国互联网+ 中级车（轿车）市场深度调查与未来发展战略分析报告

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

《2017-2023年中国互联网+中级车（轿车）市场深度调查与未来发展战略分析报告》信息及资料详实，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/R0505/201712/22-247914.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

中级车一般是指轴距一般是2.7米至2.9米，车身长度一般4.6米至5.0米，发动机排量一般都在1.6升到2.5升的一类车。

全球最受欢迎的中级车	1	上海大众帕萨特
2	一汽大众迈腾	3 广汽丰田凯美瑞
4	一汽大众奥迪A4L	5 广汽本田雅阁

资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理

2017年2月国产轿车——B级车（中级车）销量排行榜

车型	2017年2月销量：辆	全年合计：辆	排行
厂家&品牌	1	吉利博瑞	
3017	7059	吉利汽车-吉利汽车	2
海马M6	1544	4224	海马汽车-海
马	3	广汽传祺GA6	1144
2547	广汽乘用车-广汽传祺	4	江
淮瑞风A60	410	991	江淮汽车-瑞风
5	力帆820	295	370
力帆汽车-力帆	6	荣威E950	244
594	上海汽车-荣威	7	
长安睿骋	224	517	长安汽车-长安
8	海马M8	189	190
海马汽车-海马	9	比亚迪G6	188
188	比亚迪-比亚迪	10	
奔腾B70	113	329	一汽轿车-奔腾
11	众泰Z500	12	192
众泰汽车-众泰	12	奔腾B90	10
10	一汽奔腾-奔腾	13	荣
威950	3	19	上海汽车-荣威

资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国互联网+中级车（轿车）市场深度调查与未来发展战略分析报告》共七章。首先介绍了互联网+中级车（轿车）行业市场发展环境、互联

网+中级车（轿车）整体运行态势等，接着分析了互联网+中级车（轿车）行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+中级车（轿车）市场竞争格局。随后，报告对互联网+中级车（轿车）做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+中级车（轿车）行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+中级车（轿车）产业有个系统的了解或者想投资互联网+中级车（轿车）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国互联网+中级车（轿车）行业发展综述

第一节 “互联网+中级车（轿车）”行业概念界定

一、“互联网+”的提出及内涵

1、“互联网+”的提出

2、“互联网+”的内涵

二、“互联网+中级车（轿车）”行业的内涵

三、本报告的研究范围

第二节 中国互联网+中级车（轿车）行业发展背景

一、中国互联网+中级车（轿车）行业政策背景分析

1、行业管理体制分析

2、行业发展规划分析

3、行业政策动向分析

4、政策环境对行业的影响

二、中国互联网+中级车（轿车）行业经济背景分析

1、宏观经济环境分析

（1）国际宏观经济运行分析

（2）国内宏观经济运行分析

（3）宏观经济发展对行业的影响

2、关联产业发展背景

（1）中国中级车（轿车）发展状况分析

2017年2月中级车销量排行榜

排行

车型

2017年2月销量：辆	全年合计：辆		厂家&品牌
1	大众迈腾	1.2万	3.2万
一汽大众-大众	2	奔驰C级	
1.0万	2.3万	北京奔驰-奔驰	3
大众帕萨特	9296	2.8万	上汽大众-大众
众	4	现代名图	8889
2.0万	北京现代-现代	5	宝马3系
8161	1.9万	华晨宝马-宝马	
6	本田雅阁	6338	1.8万
本田-本田	7	福特蒙迪欧	5688
1.3万	长安福特-福特	8	丰
田凯美瑞	5316	1.7万	广汽丰田-丰田
9	奥迪A4L	5117	1.5万
一汽大众-奥迪	10	别克君越	
4539	1.4万	上汽通用-别克	11
日产天籁	4457	1.1万	东风日产-日
产	12	凯迪拉克ATS-L	3441
8380	上汽通用-凯迪拉克	13	
马自达6阿特兹	3360	8103	一汽马自达-马自达
达	14	别克君威	3344
9359	上汽通用-别克	15	雪佛兰迈锐
宝	3317	1.2万	上汽通用-雪佛兰
16	吉利博瑞	3017	7059
吉利汽车-吉利汽车	17	斯柯达速派	
2864	7422	上汽大众-斯柯达	18
起亚K5	2524	6439	东风悦达起
亚-起亚	19	本田思铂睿	1772
1772	东风本田-本田	20	沃尔
沃S60L	1668	3830	沃尔沃亚太-沃尔沃
21	海马M6	1544	4224
海马汽车-海马	22	起亚K4	
1506	2741	东风悦达起亚-起亚	23

	大众CC	1504	3902	一汽大众-大
众	24	广汽传祺GA6	1144	
2547	广汽乘用车-广汽传祺	25		
丰田锐志	1133	2096	一汽丰田-丰田	
26	英菲尼迪Q50L	922	2643	
	东风英菲尼迪-英菲尼迪	27	现代索纳塔	
916	2322	北京现代-现代		
28	雪铁龙C6	596	1281	
东风雪铁龙-雪铁龙	29	江淮瑞风A60		
410	991	江淮汽车-瑞风	30	
力帆820	295	370	力帆汽车-力帆	
31	荣威E950	244	594	
	上海汽车-荣威	32	长安睿骋	
224	517	长安汽车-长安	33	
海马M8	189	190	海马汽车-海马	
34	比亚迪G6	188	188	
	比亚迪-比亚迪	35	标致508	
117	197	东风标致-标致	36	
奔腾B70	113	329	一汽轿车-奔腾	
37	日产西玛	74	147	
	东风日产-日产	38	DS5	29
51	长安标致雪铁龙-DS	39		
雪铁龙C5	25	177	东风雪铁龙-雪铁龙	
40	沃尔沃S60Lphev	22		
59	沃尔沃亚太-沃尔沃	41	众泰Z500	
12	192	众泰汽车-众泰		
42	奔腾B90	10	10	一汽奔
腾-奔腾	42	荣威950	3	
19	上海汽车-荣威	资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理		

合资中级车销量

排行

品牌

车型

2017年2月销量：辆

全年合计：辆

国别-厂家

1	大众	大众迈腾	1.2万
3.2万	德系-一汽大众	2	奔驰
奔驰C级	1.0万	2.3万	德系-北
京奔驰	3	大众	大众帕萨特
9296	2.8万	德系-上汽大众	4
现代	现代名图	8889	2.0万
韩系-北京现代	5	宝马	
宝马3系	8161	1.9万	德系-华晨宝马
6	本田	本田雅阁	6338
1.8万	日系-广汽本田	7	福特
福特蒙迪欧	5688	1.3万	美系-
长安福特	8	丰田	丰田凯美瑞
5316	1.7万	日系-广汽丰田	9
奥迪	奥迪A4L	5117	1.5万
德系-一汽大众	10	别克	
别克君越	4539	1.4万	美系-上汽通用
11	日产	日产天籁	4457
1.1万	日系-东风日产	12	
凯迪拉克	凯迪拉克ATS-L	3441	8380
美系-上汽通用	13	马自达	马
自达6阿特兹	3360	8103	日系-一汽马自达
14	别克	别克君威	3344
9359	美系-上汽通用	15	
雪佛兰	雪佛兰迈锐宝	3317	1.2万
美系-上汽通用	16	斯柯达	斯
柯达速派	2864	7422	捷克-上汽大众
17	起亚	起亚K5	2524
6439	韩系-东风悦达起亚	18	
本田	本田思铂睿	1772	1772
日系-东风本田	19	沃尔沃	沃尔
沃S60L	1668	3830	瑞典-沃尔沃亚太
20	起亚	起亚K4	1506

	2741	韩系-东风悦达起亚		21	
大众		大众CC	1504	3902	德
系-一汽大众		22	丰田		丰田锐志
	1133	2096	日系-一汽丰田		
23		英菲尼迪	英菲尼迪Q50L	922	
	2643	日系-东风英菲尼迪		24	现代
		现代索纳塔	916	2322	韩系-
北京现代		25	雪铁龙		雪铁龙C6
	596	1281	美系-东风雪铁龙		
26		标致	标致508	117	197
		法系-东风标致	27		日产
日产西玛		74	147		日系-东风日产
	28	DS	DS5	29	51
		法系-长安标致雪铁龙		29	雪铁龙
		雪铁龙C5	25	177	法系-东风雪铁
龙		30	沃尔沃		沃尔沃S60Lphev
	22	59	瑞典-沃尔沃亚太		资料来源：公开

资料，中国产业研究报告网整理

(2) 中国大数据产业发展状况分析

中国大数据市场规模预测 资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理

(3) 中国互联网产业发展状况分析

中国移动互联网市场规模预测 资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理

(4) 关联产业发展对行业的影响

三、中国互联网+中级车（轿车）行业技术背景分析

- 1、云计算技术发展现状及未来趋势分析
- 2、物联网技术发展现状及未来趋势分析
- 3、通信技术的发展现状及未来趋势分析
- 4、互联网相关技术对行业的影响总结

第二章 中国互联网+中级车（轿车）行业发展现状及前景

第一节 中国互联网+中级车（轿车）行业市场发展阶段分析

一、互联网+中级车（轿车）行业发展阶段的研究

二、中国互联网+中级车（轿车）行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给中级车（轿车）行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代中级车（轿车）行业大环境变化分析

二、互联网给中级车（轿车）行业带来的突破机遇分析

三、互联网给中级车（轿车）行业带来的挑战分析

四、互联网+中级车（轿车）行业融合创新机会分析

第三节 中国互联网+中级车（轿车）行业市场发展现状分析

一、中国互联网+中级车（轿车）行业投资布局分析

1、中国互联网+中级车（轿车）行业投资切入方式

2、中国互联网+中级车（轿车）行业投资规模分析

3、中国互联网+中级车（轿车）行业投资业务布局

二、中级车（轿车）行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国互联网+中级车（轿车）行业市场规模分析

四、中国互联网+中级车（轿车）行业竞争格局分析

1、中国互联网+中级车（轿车）行业参与者结构

2、中国互联网+中级车（轿车）行业竞争者类型

3、中国互联网+中级车（轿车）行业市场占有率

第四节 中国互联网+中级车（轿车）行业市场发展前景分析

一、中国互联网+中级车（轿车）行业市场增长动力分析

二、中国互联网+中级车（轿车）行业市场发展瓶颈剖析

三、中国互联网+中级车（轿车）行业市场发展趋势分析

第五节 中国中级车（轿车）行业电商发展现状及前景预测

一、中国中级车（轿车）行业电商总体开展情况

二、中国中级车（轿车）行业电商交易规模分析

三、中国中级车（轿车）行业电商产品/服务品类

四、中国中级车（轿车）行业电商盈利情况分析

五、中国中级车（轿车）行业电商市场现存问题

六、中国中级车（轿车）行业电商市场趋势分析

七、中国中级车（轿车）行业电商市场规模预测

第三章 中国互联网+中级车（轿车）行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

一、商业模式的定义及与其他模式的比较

二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+中级车（轿车）行业市场定位创新分析

一、中国中级车（轿车）行业消费者特征分析

二、中国中级车（轿车）行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对中级车（轿车）行业市场定位的变革分析

四、互联网下中级车（轿车）行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+中级车（轿车）行业价值主张创新分析

一、中国中级车（轿车）行业主要的客户价值主张要素分析

二、互联网+中级车（轿车）行业价值主张创新策略分析

1、中级车（轿车）行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

2、中级车（轿车）行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

3、中级车（轿车）行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、互联网+中级车（轿车）行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+中级车（轿车）行业渠道通路创新分析

一、中国中级车（轿车）行业渠道通路的主要类别及特点分析

1、价值传递通路的定义及特点

2、产品销售渠道的定义及特点

3、现有渠道通路特点的优势及不足

4、互联网对渠道通路的改造分析

二、互联网对中级车（轿车）行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+中级车（轿车）行业网络媒体广告宣传策略分析

四、互联网+中级车（轿车）行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+中级车（轿车）行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国互联网+中级车（轿车）行业客户关系创新分析

一、中国中级车（轿车）行业客户关系的类别及关系成本分析

1、中级车（轿车）行业客户关系的类别分析

2、中级车（轿车）行业客户关系成本分析

二、中国互联网+中级车（轿车）行业客户关系创新路径分析

三、中国互联网+中级车（轿车）行业客户关系创新优秀案例

第六节 中国互联网+中级车（轿车）行业收入来源创新分析

- 一、中国中级车（轿车）行业收入的主要来源渠道及特点
- 二、中国互联网+中级车（轿车）行业收入来源的创新分析
- 三、中国互联网+中级车（轿车）行业收入来源创新优秀案例

第七节 中国互联网+中级车（轿车）行业合作伙伴创新分析

- 一、中国中级车（轿车）行业主要的合作伙伴及其特点分析
- 二、互联网如何改变中级车（轿车）行业合作伙伴结构
- 三、互联网下中级车（轿车）行业新增合作伙伴的特点
- 四、互联网下中级车（轿车）行业新增合作伙伴优秀案例

第八节 中国互联网+中级车（轿车）行业成本机构优化分析

- 一、中国中级车（轿车）行业主要成本结构及特点分析
- 二、互联网如何改变中级车（轿车）行业成本结构
- 三、互联网下中级车（轿车）行业成本结构的优化路径
- 四、互联网下中级车（轿车）行业成本结构优化优秀案例

第九节 国外互联网+中级车（轿车）行业商业模式创新经验

一、国外互联网+中级车（轿车）行业商业模式优秀案例剖析

1、案例一

- (1) 案例一基本信息分析
- (2) 案例一经营情况分析
- (3) 案例一盈利模式分析
- (4) 案例一商业模式评价

2、案例二

- (1) 案例二基本信息分析
- (2) 案例二经营情况分析
- (3) 案例二盈利模式分析
- (4) 案例二商业模式评价

3、案例三

- (1) 案例三基本信息分析
- (2) 案例三经营情况分析
- (3) 案例三盈利模式分析
- (4) 案例三商业模式评价

二、国外互联网+中级车（轿车）行业商业模式创新经验借鉴

第四章 中国中级车（轿车）行业企业电商战略规划及模式选择

第一节 中国中级车（轿车）行业企业电商战略规划分析

- 一、中级车（轿车）企业电商如何正确定位
- 二、中级车（轿车）电商核心业务确定策略
- 三、中级车（轿车）企业电商化组织变革策略

第二节 中国中级车（轿车）行业典型电商发展模式总体分析

一、中国中级车（轿车）主流模式分析

二、B2B电商模式及其优劣势分析

- 1、B2B电商模式的特点
- 2、B2B电商模式的适用范围
- 3、B2B电商模式的优秀案例
- 4、B2B电商模式的优劣势

三、B2C电商模式及其优劣势分析

- 1、B2C电商模式的特点
- 2、B2C电商模式的适用范围
- 3、B2C电商模式的优秀案例
- 4、B2C电商模式的优劣势

四、C2C电商模式及其优劣势分析

- 1、C2C电商模式的特点
- 2、C2C电商模式的适用范围
- 3、C2C电商模式的优秀案例
- 4、C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

- 1、O2O电商模式的特点
- 2、O2O电商模式的适用范围
- 3、O2O电商模式的优秀案例
- 4、O2O电商模式的优劣势

六、中国中级车（轿车）行业最优电商模式的选择

第三节 中国中级车（轿车）行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

- 1、模式一的特点及优劣势
- 2、模式一的业务布局分析
- 3、模式一的渠道通路分析
- 4、模式一的收入来源分析
- 5、模式一的关键资源能力分析
- 6、模式一的经营风险分析
- 7、模式一的优秀案例分析

二、模式二

- 1、模式二的特点及优劣势
- 2、模式二的业务布局分析
- 3、模式二的渠道通路分析
- 4、模式二的收入来源分析
- 5、模式二的关键资源能力分析
- 6、模式二的经营风险分析
- 7、模式二的优秀案例分析

三、模式三

- 1、模式三的特点及优劣势
- 2、模式三的业务布局分析
- 3、模式三的渠道通路分析
- 4、模式三的收入来源分析
- 5、模式三的关键资源能力分析
- 6、模式三的经营风险分析
- 7、模式三的优秀案例分析

第四节 中国中级车（轿车）行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国中级车（轿车）行业移动电商的商业价值分析

- 1、移动电商的商业价值分析
- 2、中国移动互联网发展现状
- 3、中国移动互联网前景预测

二、中国中级车（轿车）行业移动电商市场发展现状

三、中国中级车（轿车）行业移动电商市场切入路径

四、中国中级车（轿车）行业移动电商典型产品形式

五、中国中级车（轿车）行业移动电商发展趋势及前景

第五章 中国互联网+中级车（轿车）商业模式创新优秀案例剖析

第一节 案例一

- 一、案例一基本信息分析
- 二、案例一经营情况分析
- 三、案例一产品/服务分析
- 四、案例一盈利模式分析
- 五、案例一渠道通路分析
- 六、案例一合作伙伴分析
- 七、案例一融资情况分析
- 八、案例一商业模式评价

第二节 案例二

- 一、案例二基本信息分析
- 二、案例二经营情况分析
- 三、案例二产品/服务分析
- 四、案例二盈利模式分析
- 五、案例二渠道通路分析
- 六、案例二合作伙伴分析
- 七、案例二融资情况分析
- 八、案例二商业模式评价

第三节 案例三

- 一、案例三基本信息分析
- 二、案例三经营情况分析
- 三、案例三产品/服务分析
- 四、案例三盈利模式分析
- 五、案例三渠道通路分析
- 六、案例三合作伙伴分析
- 七、案例三融资情况分析
- 八、案例三商业模式评价

第四节 案例四

- 一、案例四基本信息分析
- 二、案例四经营情况分析

- 三、案例四产品/服务分析
- 四、案例四盈利模式分析
- 五、案例四渠道通路分析
- 六、案例四合作伙伴分析
- 七、案例四融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第五节 案例五

- 一、案例五基本信息分析
- 二、案例五经营情况分析
- 三、案例五产品/服务分析
- 四、案例五盈利模式分析
- 五、案例五渠道通路分析
- 六、案例五合作伙伴分析
- 七、案例五融资情况分析
- 八、案例五商业模式评价

第六章 中国互联网+中级车（轿车）行业市场投资机会及建议

第一节 中国互联网+中级车（轿车）行业投资特性及风险

一、互联网+中级车（轿车）行业投资壁垒分析

- 1、政策壁垒
- 2、技术壁垒
- 3、市场壁垒

二、互联网+中级车（轿车）行业投资特性分析

三、互联网+中级车（轿车）行业投资风险分析

第二节 中国互联网+中级车（轿车）行业投融资现状及趋势

一、中国互联网+中级车（轿车）行业投资现状及趋势

- 1、中国互联网+中级车（轿车）行业投资主体结构
- 2、各投资主体核心资源分析
- 3、各投资主体投资方式分析
- 4、各投资主体投资规模分析
- 5、2017年主要投资事件分析
- 6、各投资主体投资趋势分析

二、中国互联网+中级车（轿车）行业融资现状及趋势

- 1、中国互联网+中级车（轿车）行业融资主体构成
- 2、各融资主体核心资源分析
- 3、各融资主体融资方式分析
- 4、各融资主体融资规模分析
- 5、2017年主要融资事件及用途
- 6、各融资主体融资趋势分析

第三节 中国互联网+中级车（轿车）行业投资机会及建议

- 一、中国互联网+中级车（轿车）行业投资机会分析
- 二、关于互联网+中级车（轿车）行业的投资建议

第七章 中国大型企业互联网+中级车（轿车）投资布局分析（ZY GXH）

第一节 相关上市公司“互联网+中级车（轿车）”投资布局

一、企业一

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
 - （1）主要经济指标分析
 - （2）企业盈利能力分析
 - （3）企业运营能力分析
 - （4）企业偿债能力分析
 - （5）企业发展能力分析
- 3、企业互联网+中级车（轿车）投资布局
- 4、企业互联网+中级车（轿车）产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

二、企业二

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
 - （1）主要经济指标分析
 - （2）企业盈利能力分析
 - （3）企业运营能力分析
 - （4）企业偿债能力分析
 - （5）企业发展能力分析

- 3、企业互联网+中级车（轿车）投资布局
- 4、企业互联网+中级车（轿车）产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

三、企业三

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 3、企业互联网+中级车（轿车）投资布局
- 4、企业互联网+中级车（轿车）产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

四、企业四

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 3、企业互联网+中级车（轿车）投资布局
- 4、企业互联网+中级车（轿车）产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

五、企业五

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

- 3、企业互联网+中级车（轿车）投资布局
- 4、企业互联网+中级车（轿车）产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向（ZY GXH）

图表目录：

- 图表：互联网+中级车（轿车）行业发展规划汇总表
- 图表：互联网+中级车（轿车）行业主要政策汇总表
- 图表：政策环境对行业的影响分析表
- 图表：2017-2016年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
- 图表：2012-2017年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）
- 图表：2012-2017年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
- 图表：2012-2017年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
- 图表：2014-2017年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）
- 图表：2017-2023年中国电商交易规模预测
- 图表：2015-2017年我国网民规模及互联网普及率
- 图表：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率
- 图表：2014-2017年我国移动网民规模及增长速度
- 图表：关联产业发展对行业的影响总结表
- 图表：互联网相关技术对行业的影响总结表
- 图表：中国互联网+中级车（轿车）行业发展阶段
- 图表：主要企业互联网+中级车（轿车）行业投资切入角度
- 图表：2014-2017年中国互联网+中级车（轿车）行业主要投资事件
- 图表：中国互联网+中级车（轿车）行业投资业务布局
- 图表：2012-2017年中国互联网+中级车（轿车）行业市场规模发展趋势
- 图表：中国互联网+中级车（轿车）行业主要的市场参与者
- 图表：中国互联网+中级车（轿车）行业市场增长动力
- 图表：中国互联网+中级车（轿车）行业市场发展瓶颈
- 图表：中国中级车（轿车）行业电商交易规模（单位：亿元）
- 图表：中国中级车（轿车）行业电商产品/服务品类
- 图表：中国中级车（轿车）行业电商市场现存问题
- 图表：2017-2023年中国中级车（轿车）行业电商市场规模预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201712/22-247914.html>