

# 2022-2028年中国汽车电商 市场调查与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国汽车电商市场调查与投资战略咨询报告》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/R0505/202208/03-501206.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

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国汽车电商市场调查与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了汽车电商行业市场发展环境、汽车电商整体运行态势等，接着分析了汽车电商行业市场运行的现状，然后介绍了汽车电商市场竞争格局。随后，报告对汽车电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车电商行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车电商产业有个系统的了解或者想投资汽车电商行业，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 中国电子商务行业发展现状分析

#### 第一节 电子商务基本概况

##### 一、电子商务基本定义

##### 二、电子商务发展阶段

##### 三、电子商务基本特征

##### 四、电子商务支撑环境

##### 五、电子商务基本模式

###### （一）电子商务分类

###### （二）电子商务功能

### （三）电子商务运营模式

## 第二节 中国电子商务规模分析

### 一、电子商务交易规模分析

#### 2022-2028年中国电子商务交易规模分析

### 二、电子商务市场结构分析

#### （一）电子商务市场结构

#### （二）电子商务区域结构

### 三、电子商务从业人员规模

### 四、电子商务相关融合产业

## 第三节 中国电子商务细分行业分析

### 一、B2B电子商务发展分析

#### （一）B2B市场规模分析

#### 2022-2028年跨境出口B2B电商交易规模增速

#### （二）B2B企业规模分析

#### （三）B2B市场营收分析

#### （四）B2B市场份额分析

(五) B2B用户规模分析

(六) B2B发展趋势预测

## 二、网络零售市场发展分析

(一) 网络零售交易规模

(二) 网络零售市场占比

(三) 网络零售企业规模

(四) 网络零售市场份额

(五) 网络零售用户规模

(六) 网络零售网店规模

(七) 移动电商市场规模

(八) 移动电商用户规模

(九) 海外代购市场规模

## 第二章 互联网环境下汽车行业的机会与挑战

### 第一节 2022年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

## 二、网民互联网应用情况分析

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展状况分析

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

## 第二节 互联网环境下汽车行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

## 第三节 互联网汽车行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节 汽车与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势预测

二、电子商务消费环境趋势预测

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 汽车行业市场规模与电商未来空间预测分析

#### 第一节 汽车行业发展现状分析

一、汽车行业产业政策分析

二、汽车行业发展现状分析

三、汽车行业市场规模分析

四、汽车行业经营效益分析

五、汽车行业竞争格局分析

## 六、汽车行业发展前景预测分析

### 第二节 汽车电商市场规模与渗透率

#### 一、汽车电商总体开展状况分析

#### 二、汽车电商交易规模分析

#### 三、汽车电商渠道渗透率分析

### 第三节 汽车电商所属行业盈利能力分析

#### 一、汽车电子商务发展有利因素

#### 二、汽车电子商务发展制约因素

#### 三、汽车电商行业经营成本分析

#### 四、汽车电商行业盈利模式分析

#### 五、汽车电商行业盈利水平分析

### 第四节 电商行业未来前景及趋势预测分析

#### 一、汽车电商行业市场空间测算

#### 二、汽车电商市场规模预测分析

#### 三、汽车电商发展趋势预测分析



## 第四章 汽车企业转型电子商务战略分析

### 第一节 汽车企业转型电商优势分析

一、前期投入成本优势

二、供应链体系建设优势

三、渠道管控优势分析

四、零售运营经验优势

### 第二节 汽车企业转型电商流程管理

一、网站运营流程管理

二、网络销售流程管理

三、产品发货流程管理

四、采购管理流程管理

五、订单销售流程管理

六、库房操作流程管理

七、订单配送流程管理

### 第三节 汽车强企业电子商务成本分析

一、汽车电商成本构成分析

## 二、汽车电商采购成本分析

## 三、汽车电商运营成本分析

## 四、汽车电商履约成本分析

## 五、汽车电商交易成本分析

# 第五章 汽车企业转型电商体系构建及平台选择

## 第一节 汽车企业转型电商构建分析

### 一、电子商务关键环节分析

#### （一）产品采购与组织

#### （二）电商网站建设

#### （三）网站品牌建设及营销

#### （四）服务及物流配送体系

#### （五）网站增值服务

### 二、企业电子商务网站构建

#### （一）网站域名申请

#### （二）网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

## 第二节 汽车企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

## 第三节 汽车企业转型电商平台选择分析

一、企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

## 五、汽车企业电商平台选择策略

# 第六章 汽车行业电子商务运营模式分析

## 第一节 汽车电子商务B2B模式分析

一、汽车电子商务B2B市场概况

二、汽车电子商务B2B盈利模式

三、汽车电子商务B2B运营模式

四、汽车电子商务B2B的供应链

## 第二节 汽车电子商务B2C模式分析

一、汽车电子商务B2C市场概况

二、汽车电子商务B2C市场规模

三、汽车电子商务B2C盈利模式

四、汽车电子商务B2C物流模式

## 五、汽车电商B2C物流模式选择

### 第三节 汽车电子商务C2C模式分析

#### 一、汽车电子商务C2C市场概况

#### 二、汽车电子商务C2C盈利模式

#### 三、汽车电子商务C2C信用体系

#### 四、汽车电子商务C2C物流特征

#### 五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 汽车电子商务O2O模式分析

#### 一、汽车电子商务O2O市场概况

#### 二、汽车电子商务O2O优势分析

#### 三、汽车电子商务O2O营销模式

#### 四、汽车电子商务O2O潜在风险

## 第七章 汽车行业电子商务营销推广模式分析

### 第一节 搜索引擎营销

#### 一、搜索引擎营销现状分析

二、搜索引擎营销推广模式

三、搜索引擎营销收益分析

四、搜索引擎营销竞争分析

## 第二节 论坛营销

一、论坛营销概述分析

二、论坛营销优势分析

三、论坛营销策略分析

## 第三节 微博营销

一、微博营销概况分析

二、微博营销的优劣势

三、微博营销模式分析

四、微博营销竞争分析

## 第四节 微信营销

一、微信营销概况分析

二、微信营销的优劣势

三、微信营销模式分析

#### 四、微信营销竞争分析

### 第五节 视频营销

#### 一、视频营销概述分析

#### 二、视频营销优势分析

#### 三、视频营销策略分析

#### 四、视频营销竞争分析

### 第六节 问答营销

#### 一、问答营销概述分析

#### 二、问答营销运营模式

#### 三、问答营销竞争分析

### 第七节 权威百科营销

#### 一、权威百科营销概况

#### 二、权威百科营销优势

#### 三、权威百科营销形式

### 第八节 企业新闻营销

#### 一、企业新闻营销概况

二、企业新闻营销方式

三、企业新闻营销策略

四、新闻营销竞争分析

## 第八章 汽车行业电商运营优秀案例研究

### 第一节 链动（上海）汽车电子商务有限公司

一、企业发展基本状况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益状况分析

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

### 第二节 广东唯普汽车电子商务股份有限公司

一、企业发展基本状况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益状况分析



#### 四、企业电商运营模式

#### 五、企业电商经营成效

#### 六、企业电商战略分析

### 第三节 杭州运河汽车电商园有限公司

#### 一、企业发展基本状况分析

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营效益状况分析

#### 四、企业电商运营模式

#### 五、企业电商经营成效

#### 六、企业电商战略分析

### 第四节 上海保利汽车电子商务文化传媒有限公司

#### 一、企业发展基本状况分析

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营效益状况分析

#### 四、企业电商运营模式

#### 五、企业电商经营成效

## 六、企业电商战略分析

### 第五节 河南凯越跨境电商产业园有限公司

#### 一、企业发展基本状况分析

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营效益状况分析

#### 四、企业电商运营模式

#### 五、企业电商经营成效

#### 六、企业电商战略分析

## 第九章 汽车主流电商平台比较及企业入驻选择

### 第一节 天猫商城

#### 一、天猫商城发展基本概述

#### 二、天猫商城用户特征分析

#### 三、天猫商城网购优势分析

#### 四、天猫商城交易规模分析

#### 五、天猫商城交易品类结构

## 六、天猫商城企业入驻状况分析

### 第二节 京东商城

#### 一、京东商城发展基本概述

#### 二、京东商城用户特征分析

#### 三、京东商城网购优势分析

#### 四、京东商城交易规模分析

#### 五、京东商城交易品类结构

#### 六、京东商城企业入驻状况分析

### 第三节 苏宁易购

#### 一、苏宁易购发展基本概述

#### 二、苏宁易购用户特征分析

#### 三、苏宁易购网购优势分析

#### 四、苏宁易购交易规模分析

#### 五、苏宁易购交易品类结构

#### 六、苏宁易购企业入驻状况分析

### 第四节 1号店

一、1号店发展基本概述

二、1号店用户特征分析

三、1号店网购优势分析

四、1号店交易规模分析

五、1号店交易品类结构

六、1号店企业入驻状况分析

## 第五节 亚马逊中国

一、亚马逊发展基本概述

二、亚马逊用户特征分析

三、亚马逊网购优势分析

四、亚马逊交易规模分析

五、亚马逊交易品类结构

六、亚马逊企业入驻状况分析

## 第六节 当当网

一、当当网发展基本概述

二、当当网用户特征分析

### 三、当当网网购优势分析

### 四、当当网交易规模分析

### 五、当当网交易品类结构

### 六、当当网企业入驻状况分析

## 第十章 汽车企业进入电子商务领域投资策略分析

### 第一节 汽车企业电子商务市场投资要素

#### 一、企业自身发展阶段的认知分析

#### 二、企业开展电子商务目标的确定

#### 三、企业电子商务发展的认知确定

#### 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 汽车企业转型电商物流投资分析

#### 一、汽车企业电商自建物流分析

##### （一）电商自建物流的优势分析

##### （二）电商自建物流的负面影响

#### 二、汽车企业电商外包物流分析

(一) 快递业务量完成状况分析

(二) 快递业务的收入状况分析

(三) 快递业竞争格局分析

### 三、汽车电商物流构建策略分析

(一) 入库质量检查

(二) 在库存储管理

(三) 出库配货管理

(四) 发货和派送

(五) 退货处理

### 第三节 汽车企业电商市场策略分析

#### 图表目录

图表 2022-2028年我国网民规模及互联网普及率

图表 2022-2028年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2022-2028年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2022-2028年我国网络零售市场交易规模

图表 2022-2028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 传统汽车消费存在的“痛点”

图表 汽车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B2C市场AMC模型

图表 2022-2028年中国汽车电商交易规模趋势图

图表 2022-2028年中国汽车电商市场渗透率趋势图

图表 2022-2028年中国汽车电商交易规模预测趋势图

图表 2022-2028年中国汽车电商市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202208/03-501206.html>