

# 2023-2029年中国二手汽车 电商行业前景研究与市场需求预测报告

## 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

《2023-2029年中国二手汽车电商行业前景研究与市场需求预测报告》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/R0505/202307/19-534295.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

近年来，二手汽车产业发展迅猛。中国汽车流通协会数据显示，2014年全年中国累计交易二手车605.29万辆，交易额3675.65亿元;2020年二手车交易量或将超过2000万辆，交易额超过1.2万亿元。如此庞大的市场，却遭遇用户信任度不高的发展瓶颈。为此，中国极少大型连锁二手车经销企业，在二手车电商兴起之前，二手车市场基本上较为沉寂，各区域性的二手车经销商多是各自为战。

然而，随着二手车电商的发展，二手车市场，尤其是二手车电商被资本重视，行业内投资频频：2013年3月，中国平安斥资10亿元设立“上海平安汽车电子商务有限公司”，正式进入二手车电商市场;2014年2月，车易拍获得红杉资本在内的多家投资机构5000万美元投资，2015年2月，再获1.1亿美元投资;2014年9月，优信拍获得多家投资机构共2.6亿美元投资，2015年3月，再获1.7亿美元投资;2014年12月，好车无忧和人人车分别获得多家投资机构累计2000万元美金投资。其他投资事件不一而足。在巨额资本的推动下，二手汽车电商行业正在迎来巨大的发展机遇!但同时，行业也面临市场化、各大型不同所有制企业相继进入、竞争性激烈的挑战，因此二手汽车电商企业必须创新商业模式、培育核心能力和积累优势，才能在市场竞争中取胜。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国二手汽车电商行业前景研究与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：二手汽车电商行业发展综述及发展背景

1.1 二手汽车电商行业发展概述

1.1.1 二手汽车电商的相关定义

1.1.2 二手汽车电商行业的发展特点

1.1.3 二手汽车电商行业产业链分析

1.2 二手汽车电商行业宏观环境分析

1.2.1 二手汽车电商行业政策环境分析

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业相关政策法规

1.2.2 二手汽车电商行业经济环境分析

### 1.2.3 二手汽车电商行业社会环境分析

- (1) 互联网普及情况分析
- (2) 城乡居民购买力分析
- (3) 社会环境对行业的影响

### 1.2.4 二手汽车电商行业技术环境分析

- (1) 大数据及云计算发展状况及对行业的影响
- (2) 4G网络通信技术发展状况及对行业的影响
- (3) 电子商务支付技术发展状况及对行业的影响
- (4) 二手汽车检测技术发展状况及对行业的影响

## 1.3 二手汽车电商行业关联产业分析

### 1.3.1 中国二手汽车市场发展状况分析

- (1) 中国二手汽车行业发展阶段分析
- (2) 中国二手汽车交易成本影响因素
- (3) 中国二手汽车市场交易规模分析
- (4) 中国二手汽车相关用户调研分析
- (5) 中国二手汽车市场竞争格局分析
- (6) 中国二手汽车市场发展趋势分析

### 1.3.2 中国汽车金融市场发展状况分析

- (1) 中国汽车金融市场总体分析
- (2) 中国汽车消费信贷市场发展分析
- (3) 中国汽车融资租赁市场状况分析
- (4) 中国汽车保险市场发展状况分析

### 1.3.3 中国电子商务市场发展状况分析

- (1) 中国电子商务B2B市场发展状况分析
- (2) 中国网络零售B2C市场发展状况分析
- (3) 中国O2O市场发展状况分析

## 第2章：国外二手汽车电商行业商业模式及经验借鉴

### 2.1 全球二手汽车电商行业发展现状及发展趋势

#### 2.1.1 全球二手汽车电商行业发展历程分析

#### 2.1.2 全球二手汽车电商行业市场规模分析

#### 2.1.3 全球二手汽车电商行业市场发展趋势

#### 2.1.4 全球二手汽车电商行业发展规模预测

### 2.2 主要国家二手汽车电商行业发展状况及经验借鉴

#### 2.2.1 美国二手汽车电商行业发展状况及经验借鉴

- (1) 美国二手汽车行业发展简况
- (2) 美国二手汽车行业交易状况
- (3) 美国二手汽车经营模式分析
- (4) 美国二手汽车经营模式特点
- (5) 美国二手汽车电商发展状况

#### 2.2.2 英国二手汽车电商行业发展状况及经验借鉴

- (1) 英国二手汽车行业发展简况
- (2) 英国二手汽车行业交易情况
- (3) 英国二手汽车经营模式分析
- (4) 英国二手汽车交易市场特点
- (5) 英国二手汽车电商发展状况

#### 2.2.3 日本二手汽车电商行业发展状况及经验借鉴

- (1) 日本二手汽车行业发展简况
- (2) 日本二手汽车行业交易情况
- (3) 日本二手汽车经营模式分析
- (4) 日本二手汽车经营模式特点
- (5) 日本二手汽车电商发展状况

### 2.3 国外二手汽车电商行业商业模式优秀案例解析

#### 2.3.1 美国Manheim公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.2 美国COPART公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.3 美国Autotrader公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.4 美国Beepi公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.5 美国Carmax公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.6 英国AutoTrader公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.7 德国Mobile公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.8 日本Aucnet公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.9 日本USS公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

#### 2.3.10 日本Gulliver公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司融资情况分析
- (4) 公司运营模式分析
- (5) 公司车源渠道分析
- (6) 公司盈利模式分析
- (7) 公司商业模式点评

### 第3章：中国二手汽车电商行业发展现状及趋势分析

#### 3.1 中国二手汽车电商行业市场总体分析

##### 3.1.1 中国二手汽车电商行业发展历程分析

##### 3.1.2 中国二手汽车电商行业市场规模分析

- (1) 中国二手汽车电商平台发拍规模分析
- (2) 中国二手汽车电商车辆成交规模分析
- (3) 中国二手汽车电商车辆成交金额分析

##### 3.1.3 中国二手汽车电商行业盈利情况分析

#### 3.2 中国二手汽车电商行业竞争态势分析

##### 3.2.1 中国二手汽车电商行业竞争格局分析

- (1) 行业品牌竞争格局分析
- (2) 行业区域竞争格局分析

##### 3.2.2 中国二手汽车电商行业竞争强度分析

- (1) 现有企业的竞争
- (2) 潜在进入者的竞争
- (3) 二手汽车车源供应方的议价能力
- (4) 二手汽车购买客户的议价能力
- (5) 替代品威胁
- (6) 行业竞争情况总结

#### 3.3 中国二手汽车电商行业发展趋势及前景

##### 3.3.1 中国二手汽车电商行业现存问题分析

##### 3.3.2 中国二手汽车电商行业发展趋势分析

##### 3.3.3 中国二手汽车电商行业发展前景预测

##### 3.3.4 关于二手汽车电商行业发展的建议

### 第4章：中国二手汽车电商商业模式的构建与创新



## 4.1 中国二手汽车电商行业商业模式总体分析

### 4.1.1 商业模式的定义及构成要素总体分析

### 4.1.2 二手汽车电商行业商业模式的影响因素

## 4.2 中国二手汽车电商商业模式的构建分析

### 4.2.1 二手汽车电商行业市场定位分析

#### (1) 二手汽车电商行业价值主张分析

#### (2) 二手汽车电商行业用户细分分析

#### (3) 二手汽车电商行业市场定位分析

### 4.2.2 二手汽车电商行业合作伙伴分析

#### (1) 二手汽车电商行业的主要合作伙伴概述

#### (2) 中国二手车车源渠道结构及合作案例

#### (3) 汽车金融行业业务特色及合作案例分析

#### (4) 二手车媒体网络平台特色及合作案例

### 4.2.3 二手汽车电商行业产品形态分析

#### (1) 交易渠道型产品形态分析及优秀案例

#### (2) 资讯服务型产品形态分析及优秀案例

#### (3) 专业顾问型产品形态分析及优秀案例

#### (4) 车辆检测认证产品形态分析及优秀案例

#### (5) 汽车金融型产品形态分析及优秀案例

#### (6) 个性化定制产品形态分析及优秀案例

### 4.2.4 二手汽车电商行业盈利模式分析

#### (1) 二手汽车电商行业收入来源分析

#### (2) 二手汽车电商行业成本结构分析

#### (3) 二手汽车电商行业盈利空间分析

### 4.2.5 二手汽车电商行业渠道通路分析

## 4.3 中国二手汽车行业商业模式创新分析

### 4.3.1 二手汽车电商商业模式的创新趋势分析

#### (1) O2O模式与二手汽车电商的融合创新趋势分析

#### (2) 社会化媒体与二手汽车电商的融合创新趋势分析

#### (3) 移动互联网与二手汽车电商的融合创新趋势分析

#### (4) 大数据发展与二手汽车电商的融合创新趋势分析

#### (5) 汽车车商集团的进入带来的商业模式创新趋势分析

- 4.3.2 二手汽车电商行业产品形态的创新分析
- 4.3.3 二手汽车电商行业盈利模式的创新分析
- 4.3.4 二手汽车电商行业营销模式的创新分析
- 4.3.5 二手汽车电商行业渠道通路的创新分析

## 第5章：中国二手汽车电商典型商业模式及优秀案例

### 5.1 二手汽车电商行业商业模式重要类别分析

#### 5.2 B/C to B竞拍平台型二手汽车电商模式分析

##### 5.2.1 B/C to B竞拍平台型二手汽车电商模式的定义及特点

##### 5.2.2 B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的运营模式分析

- (1) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的服务模式分析
- (2) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的竞拍模式分析
- (3) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的车源渠道分析
- (4) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的买家渠道分析
- (5) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的营销模式分析

##### 5.2.3 B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的盈利模式分析

- (1) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的收入来源分析
- (2) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的成本结构分析
- (3) B/C to B竞拍平台型二手汽车电商的利润空间分析

##### 5.2.4 B/C to B竞拍平台型二手汽车电商模式关键成功要素

##### 5.2.5 B/C to B竞拍平台型二手汽车电商模式优秀案例剖析

- (1) 优信拍商业模式分析及其关键成功要素解读
- (2) 车易拍商业模式分析及其关键成功要素解读
- (3) 开心帮卖商业模式分析及其关键成功要素解读
- (4) 平安好车商业模式分析及其关键成功要素解读

##### 5.2.6 对B/C to B竞拍平台型二手汽车电商模式的评价

#### 5.3 B/C to C购销自营型二手汽车电商模式分析

##### 5.3.1 B/C to C购销自营型二手汽车电商模式的定义及特点

##### 5.3.2 B/C to C购销自营型二手汽车电商的运营模式分析

- (1) B/C to C购销自营型二手汽车电商的服务模式分析
- (2) B/C to C购销自营型二手汽车电商的车源渠道分析
- (3) B/C to C购销自营型二手汽车电商的买家渠道分析

(4) B/C to C购销自营型二手汽车电商的营销模式分析

### 5.3.3 B/C to C购销自营型二手汽车电商的盈利模式分析

(1) B/C to C购销自营型二手汽车电商的收入来源分析

(2) B/C to C购销自营型二手汽车电商的成本结构分析

(3) B/C to C购销自营型二手汽车电商的利润空间分析

### 5.3.4 B/C to C购销自营型二手汽车电商模式关键成功要素

### 5.3.5 B/C to C购销自营型二手汽车电商模式优秀案例剖析

(1) 优车诚品商业模式分析及其关键成功要素解读

(2) 车王商业模式分析及其关键成功要素解读

(3) 安美途商业模式分析及其关键成功要素解读

### 5.3.6 对B/C to C购销自营型二手汽车电商模式的评价

## 5.4 C to C交易平台型二手汽车电商模式分析

### 5.4.1 C to C交易平台型二手汽车电商模式的定义及特点

### 5.4.2 C to C交易平台型二手汽车电商的运营模式分析

(1) C to C交易平台型二手汽车电商的服务模式分析

(2) C to C交易平台型二手汽车电商的车源渠道分析

(3) C to C交易平台型二手汽车电商的买家渠道分析

(4) C to C交易平台型二手汽车电商的营销模式分析

### 5.4.3 C to C交易平台型二手汽车电商的盈利模式分析

(1) C to C交易平台型二手汽车电商的收入来源分析

(2) C to C交易平台型二手汽车电商的成本结构分析

(3) C to C交易平台型二手汽车电商的利润空间分析

### 5.4.4 C to C交易平台型二手汽车电商模式关键成功要素

### 5.4.5 C to C交易平台型二手汽车电商模式优秀案例剖析

(1) 人人车商业模式分析及其关键成功要素解读

(2) 好车无忧商业模式分析及其关键成功要素解读

(3) 淘车网商业模式分析及其关键成功要素解读

(4) 赶集网商业模式分析及其关键成功要素解读

### 5.4.6 对C to C交易平台型二手汽车电商模式的评价

## 5.5 中国其他类型二手汽车电商模式分析

### 5.5.1 信息中介型二手汽车电商模式分析

(1) 信息中介型二手汽车电商模式的定义及特点

- (2) 信息中介型二手汽车电商的运营模式分析
- (3) 信息中介型二手汽车电商的盈利模式分析
- (4) 信息中介型二手汽车电商的关键成功要素
- (5) 信息中介型二手汽车电商的优秀案例剖析
- (6) 对信息中介型二手汽车电商模式的评价

#### 5.5.2 厂商主导的交易平台型二手汽车电商模式分析

- (1) 厂商主导的交易平台型二手汽车电商模式的定义及特点
- (2) 厂商主导的交易平台型二手汽车电商的运营模式分析
- (3) 厂商主导的交易平台型二手汽车电商的盈利模式分析
- (4) 厂商主导的交易平台型二手汽车电商的关键成功要素
- (5) 厂商主导的交易平台型二手汽车电商的优秀案例剖析
- (6) 对厂商主导的交易平台型二手汽车电商模式的评价

#### 5.5.3 实体店寄存售卖型二手汽车电商模式分析

- (1) 实体店寄存售卖型二手汽车电商模式的定义及特点
- (2) 实体店寄存售卖型二手汽车电商的运营模式分析
- (3) 实体店寄存售卖型二手汽车电商的盈利模式分析
- (4) 实体店寄存售卖型二手汽车电商的关键成功要素
- (5) 实体店寄存售卖型二手汽车电商的优秀案例剖析
- (6) 对实体店寄存售卖型二手汽车电商模式的评价

### 第6章：中国二手汽车电商行业重点省市投资机会

#### 6.1 中国二手汽车电商行业地域结构特征分析

##### 6.1.1 中国二手汽车市场交易量区域结构分析

- (1) 中国重点省市二手汽车市场交易量分析
- (2) 中国各区域二手汽车市场交易量分析

##### 6.1.2 中国重点二手汽车电商企业市场区域布局

#### 6.2 中国重点城市二手汽车电商行业投资机会分析

##### 6.2.1 北京市二手汽车行业投资机会分析

- (1) 北京市二手汽车行业主要政策分析
- (2) 北京市二手汽车行业市场发展状况
- (3) 北京市二手汽车电商平台交易情况
- (4) 北京市二手汽车电商竞争格局分析

(5) 北京市二手汽车电商发展趋势分析

(6) 北京市二手汽车电商投资机会分析

#### 6.2.2 上海市二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 上海市二手汽车行业主要政策分析

(2) 上海市二手汽车行业市场发展状况

(3) 上海市二手汽车电商平台交易情况

(4) 上海市二手汽车电商竞争格局分析

(5) 上海市二手汽车电商发展趋势分析

(6) 上海市二手汽车电商投资机会分析

#### 6.2.3 广州市二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 广州市二手汽车行业主要政策分析

(2) 广州市二手汽车行业市场发展状况

(3) 广州市二手汽车电商平台交易情况

(4) 广州市二手汽车电商竞争格局分析

(5) 广州市二手汽车电商发展趋势分析

(6) 广州市二手汽车电商投资机会分析

#### 6.2.4 深圳市二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 深圳市二手汽车行业主要政策分析

(2) 深圳市二手汽车行业市场发展状况

(3) 深圳市二手汽车电商平台交易情况

(4) 深圳市二手汽车电商竞争格局分析

(5) 深圳市二手汽车电商发展趋势分析

(6) 深圳市二手汽车电商投资机会分析

#### 6.2.5 天津市二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 天津市二手汽车行业主要政策分析

(2) 天津市二手汽车行业市场发展状况

(3) 天津市二手汽车电商平台交易情况

(4) 天津市二手汽车电商竞争格局分析

(5) 天津市二手汽车电商发展趋势分析

(6) 天津市二手汽车电商投资机会分析

#### 6.2.6 重庆市二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 重庆市二手汽车行业主要政策分析

- (2) 重庆市二手汽车行业市场发展状况
- (3) 重庆市二手汽车电商平台交易情况
- (4) 重庆市二手汽车电商竞争格局分析
- (5) 重庆市二手汽车电商发展趋势分析
- (6) 重庆市二手汽车电商投资机会分析

### 6.3 其他省市二手汽车电商行业投资机会分析

#### 6.3.1 四川省二手汽车电商行业投资机会分析

- (1) 四川省二手汽车行业主要政策分析
- (2) 四川省二手汽车行业市场发展状况
- (3) 四川省二手汽车电商平台交易情况
- (4) 四川省二手汽车电商竞争格局分析
- (5) 四川省二手汽车电商发展趋势分析
- (6) 四川省二手汽车电商投资机会分析

#### 6.3.2 山东省二手汽车电商行业投资机会分析

- (1) 山东省二手汽车行业主要政策分析
- (2) 山东省二手汽车行业市场发展状况
- (3) 山东省二手汽车电商平台交易情况
- (4) 山东省二手汽车电商竞争格局分析
- (5) 山东省二手汽车电商发展趋势分析
- (6) 山东省二手汽车电商投资机会分析

#### 6.3.3 河南省二手汽车电商行业投资机会分析

- (1) 河南省二手汽车行业主要政策分析
- (2) 河南省二手汽车行业市场发展状况
- (3) 河南省二手汽车电商平台交易情况
- (4) 河南省二手汽车电商竞争格局分析
- (5) 河南省二手汽车电商发展趋势分析
- (6) 河南省二手汽车电商投资机会分析

#### 6.3.4 浙江省二手汽车电商行业投资机会分析

- (1) 浙江省二手汽车行业主要政策分析
- (2) 浙江省二手汽车行业市场发展状况
- (3) 浙江省二手汽车电商平台交易情况
- (4) 浙江省二手汽车电商竞争格局分析

(5) 浙江省二手汽车电商发展趋势分析

(6) 浙江省二手汽车电商投资机会分析

#### 6.3.5 辽宁省二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 辽宁省二手汽车行业主要政策分析

(2) 辽宁省二手汽车行业市场发展状况

(3) 辽宁省二手汽车电商平台交易情况

(4) 辽宁省二手汽车电商竞争格局分析

(5) 辽宁省二手汽车电商发展趋势分析

(6) 辽宁省二手汽车电商投资机会分析

#### 6.3.6 云南省二手汽车电商行业投资机会分析

(1) 云南省二手汽车行业主要政策分析

(2) 云南省二手汽车行业市场发展状况

(3) 云南省二手汽车电商平台交易情况

(4) 云南省二手汽车电商竞争格局分析

(5) 云南省二手汽车电商发展趋势分析

(6) 云南省二手汽车电商投资机会分析

### 第7章：中国二手汽车电商行业领先交易平台经营分析

#### 7.1 中国C to B竞拍型二手汽车电商交易平台经营分析

##### 7.1.1 优信拍经营状况分析

(1) 平台基本信息分析

(2) 平台经营状况分析

(3) 平台产品结构分析

(4) 平台竞拍方式分析

(5) 平台合作伙伴分析

(6) 平台盈利模式分析

(7) 平台市场区域布局

(8) 平台商业模式点评

##### 7.1.2 车易拍经营状况分析

(1) 平台基本信息分析

(2) 平台经营状况分析

(3) 平台产品结构分析

- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

#### 7.1.3 平安好车经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

#### 7.1.4 车享拍经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

#### 7.1.5 车置宝经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评



#### 7.1.6 开新帮卖经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

#### 7.1.7 车唯网经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

#### 7.1.8 神州二手车经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析
- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

#### 7.1.9 大搜车经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台竞拍方式分析

- (5) 平台合作伙伴分析
- (6) 平台盈利模式分析
- (7) 平台市场区域布局
- (8) 平台商业模式点评

## 7.2 中国C to C平台型二手汽车交易平台经营分析

### 7.2.1 人人车经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

### 7.2.2 好车无忧经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

### 7.2.3 赶集好车经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

### 7.2.4 淘车网经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析

- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

#### 7.2.5 卓杰行经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

#### 7.3 中国购销自营型二手汽车电商交易平台经营分析

##### 7.3.1 优车诚品经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

##### 7.3.2 车王认证二手车超市经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

##### 7.3.3 M2 (安美途) 二手车经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析

- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

#### 7.3.4 澳康达名车广场经营状况分析

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台经营状况分析
- (3) 平台产品结构分析
- (4) 平台合作伙伴分析
- (5) 平台盈利模式分析
- (6) 平台市场区域布局
- (7) 平台商业模式点评

### 第8章：中国二手汽车电商行业投资机会及战略规划

#### 8.1 中国二手汽车电商行业投资特性分析

##### 8.1.1 行业进入壁垒分析

##### 8.1.2 行业盈利模式分析

##### 8.1.3 行业盈利影响因素分析

#### 8.2 中国二手汽车电商行业投资风险分析

##### 8.2.1 行业政策风险

##### 8.2.2 宏观经济波动风险

##### 8.2.3 关联产业风险

##### 8.2.4 其他风险分析

#### 8.3 中国二手汽车电商行业投资并购现状与趋势

##### 8.3.1 中国二手汽车电商行业投资并购主体构成

##### 8.3.2 中国二手汽车电商行业投资并购动机分析

##### 8.3.3 中国二手汽车电商行业投资并购特点分析

##### 8.3.4 中国二手汽车电商行业投资并购动向分析

##### 8.3.5 中国二手汽车电商行业投资并购趋势分析

#### 8.4 中国二手汽车电商行业投资规划与建议

#### 8.4.1 中国二手汽车电商行业投资机会

#### 8.4.2 中国二手汽车电商行业投资规划

#### 8.4.3 中国二手汽车电商行业投资建议

### 图表目录

图表1：报告中与二手汽车电商相关的概念

图表2：二手汽车电商产业链图

图表3：中国二手汽车电商主要政策与事件

图表4：2016-2021年中国GDP及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表5：2016-2021年城镇居民人均可支配收入增长情况（单位：元，%）

图表6：2016-2021年农村居民人均纯收入增长情况（单位：元，%）

图表7：2016-2021年我国网民规模及互联网普及率

图表8：2016-2021年中国网民各类网络应用的使用率

图表9：2016-2021年我国移动网民规模及增长速度

图表10：2016-2021年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）

图表11：2016-2021年我国城镇居民人均收入增长情况（单位：元，%）

图表12：2016-2021年我国农村居民人均收入增长情况（单位：元，%）

图表13：社会环境对行业的影响分析表

图表14：国际二手汽车市场发展阶段、评价标准与市场特点表

图表15：2016-2021年中国二手汽车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表16：2016-2021年中国二手汽车交易量占新车比重分析图（单位：倍）

图表17：中外二手汽车占新车交易量/新车交易量比重对比图（单位：倍）

图表18：2016-2021年二手汽车与新车交易量增速对比图（单位：%）

图表19：2016-2021年二手汽车交易结构图（1）（单位：%）

图表20：2016-2021年二手汽车交易结构图（2）（单位：%）

图表21：2016-2021年二手乘用车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表22：2016-2021年二手轿车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表23：2016-2021年二手SUV交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表24：2016-2021年二手MPV交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表25：2016-2021年二手交叉型乘用车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表26：2016-2021年二手商用车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表27：2016-2021年二手客车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表28：2016-2021年二手货车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表29：汽车所有者车辆处置方式结构图（单位：%）

图表30：车辆出售渠道占比图（单位：%）

图表31：用户倾向的出售方式图（单位：%）

图表32：用户期望车辆更换年限图（单位：月）

图表33：二手汽车更换年限&mdash;&mdash;车型示例图（单位：月）

图表34：不同价格车辆置换率图（单位：%）

图表35：不同品牌车辆置换率图（单位：%）

图表36：用户期望的车辆保值率图（单位：%）

图表37：不同车系品牌延续度图（单位：%）

图表38：不同品牌车辆品牌延续度图（单位：%）

图表39：不同经营主体的评估时间图（单位：分钟）

图表40：用户期望的鉴定评估时间图（单位：%）

图表41：中国汽车消费信贷的发展阶段及特征

图表42：汽车消费贷款市场调研样本结构（单位：%）

图表43：汽车消费贷款动机分析（单位：%）

图表44：各国汽车金融车贷渗透率对比图（单位：%）

图表45：中国汽车金融结构对比图（单位：%）

图表46：国内商业银行、汽车金融公司与信用卡贷款的比较

图表47：2016-2021年中国汽车融资租赁市场规模趋势图（单位：亿元）

图表48：汽车融资租赁市场规模对比图（单位：万辆）

图表49：汽车融资租赁模式

图表50：广汇融资租赁产品特点分析

图表51：2016-2021年中国汽车保险业务占财险业务的比例（单位：%）

图表52：机动车辆保险市场营销的集中特点

图表53：2010-2021年中国机动车承保数量及增长率（单位：亿辆，%）

图表54：2016-2021年全国车险保费收入情况（单位：亿元，%）

图表55：2016-2021年中国汽车和机动车辆交强险投保率变化情况（单位：%）

图表56：2016-2021年我国机动车辆保险赔付率情况（单位：%）

图表57：汽车保险理赔流程示意图

图表58：2016-2021年中国机动车辆保险赔付支出情况（单位：亿元，%）

图表59：2016-2021年中国机动车辆保险经营效益（单位：亿元）

图表60：2021年中国财产保险企业数量地区分布（单位：%）

图表61：2021年全国财产保险保费收入区域分布情况（单位：亿元，%）

图表62：2021年中国财产保险保费收入地区结构分布图（单位：%）

图表63：2021年全国车险保费收入区域分布情况（单位：亿元，%）

图表64：2021年国内部分省份汽车险赔付支出情况（单位：亿元）

图表65：汽车保险行业监管环境变化趋势

图表66：汽车保险行业车险险种结构发展趋势

图表67：汽车保险行业客户群体结构变化趋势

图表68：汽车保险企业竞争核心转向趋势

图表69：汽车保险企业经营理念转变趋势

图表70：全球二手汽车电商行业发展历程示意图

图表71：2022-2027年全球二手汽车电商市场规模发展趋势预测（单位：百万美元）

图表72：美国二手汽车市场交易渠道特点比较图

图表73：美国二手汽车市场销售渠道占比图（单位：%）

图表74：美国二手车各经营方式比较表

图表75：英国二手汽车与新车交易走势图（单位：百万辆）

图表76：英国不同车龄交易量趋势图（单位：千辆）

图表77：日本二手汽车市场结构图

图表78：2016-2021年日本二手汽车销量趋势图（万辆）

图表79：美国Manheim公司基本信息分析

图表80：中国二手汽车电商行业发展历程示意图

图表81：中国二手汽车电商平台车辆发拍规模发展趋势图（单位：万辆，%）

图表82：中国二手汽车电商车辆成交规模发展趋势图（单位：万辆，%）

图表83：中国二手汽车电商车辆成交金额规模发展趋势图（单位：亿元，%）

图表84：二手汽车电商行业现有企业的竞争分析

图表85：二手汽车电商行业潜在进入者威胁分析

图表86：二手汽车车源供应方的议价能力分析

图表87：二手汽车购买客户的议价能力分析

图表88：二手汽车电商行业替代品威胁分析

图表89：二手汽车电商五力分析结论

图表90：2022-2027年中国二手汽车电商市场规模预测（单位：亿元）

图表91：2016-2021年中国二手汽车市场交易前十省份排名表

图表92：2016-2021年中国二手汽车各区域交易份额图（单位：%）

图表93：2016-2021年北京市二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表94：2021年北京市二手车交易市场入围百强榜名单表

图表95：2016-2021年上海市二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表96：2016-2021年广州市二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表97：2016-2021年深圳市二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表98：2016-2021年天津市二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表99：2016-2021年重庆市二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表100：2016-2021年四川省二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表101：2016-2021年山东省二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表102：2016-2021年河南省二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表103：2016-2021年浙江省二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表104：2016-2021年辽宁省二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表105：2016-2021年云南省二手汽车交易量情况图（单位：万辆）

图表106：优信拍基本信息简况表

图表107：车易拍基本信息简况表

图表108：平安好车基本信息简况表

图表109：车享拍基本信息简况表

图表110：车置宝基本信息简况表

图表111：开新帮卖基本信息简况表

图表112：车唯网基本信息简况表

图表113：神州二手车基本信息简况表

图表114：大搜车基本信息简况表

图表115：人人车基本信息简况表

图表116：好车无忧基本信息简况表

图表117：赶集好车基本信息简况表

图表118：淘车网基本信息简况表

图表119：卓杰行基本信息简况表

图表120：优车诚品基本信息简况表



详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202307/19-534295.html>