

2019年中国二手车电子商务行业分析报告- 行业深度调研与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国二手车电子商务行业分析报告-行业深度调研与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/383540383540.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2019年我国二手车电子商务行业宏观环境情况

中国GDP增长情况：初步核算，中国2018年前三季度国内生产总值650899亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.8%，二季度增长6.7%，三季度增长6.5%。分产业看，第一产业增加值42173亿元，同比增长3.4%；第二产业增加值262953亿元，增长5.8%；第三产业增加值345773亿元，增长7.7%。

数据来源：国家统计局

工业经济发展形势：2018年9月份，规模以上工业增加值同比实际增长5.8%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比8月份回落0.3个百分点。从环比看，9月份，规模以上工业增加值比上月增长0.50%。1-9月份，规模以上工业增加值同比增长6.4%，增速较1-8月份回落0.1个百分点。规模以上工业增加值同比增速（%）数据来源：国家统计局

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，二手车电子商务行业也得到了快速发展，2017年我国二手车电子商务行业的市场规模达到**亿元，2018年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，二手车电子商务行业正处于发展之中，预计2019年将保持**的增速，达到**亿元。

2013-2018年二手车电子商务行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从二手车电子商务行业企业区域分布情况来看，二手车电子商务行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2018年我国二手车电子商务行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国二手车电子商务行业分析报告-行业深度调研与前景评估预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询

机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 二手车电子商务市场概述

第一节 中国二手车电子商务市场概述

一、二手车电子商务的概念

二、二手车电子商务的特点

1、广泛性

2、真实性

3、实时性

4、集中性

5、便捷性

第二节 中国二手车电子商务产业链概述

一、二手车车源

二、二手车交易服务商

三、信息发布平台

1、门户类网站

2、交易资讯平台

3、第三方评估机构

4、行业监管机构

5、政府监管机构

第三节 中国二手车电子商务核心运营模式

一、第三方竞拍模式

二、汽车厂商主导的竞拍模式

- 三、寄售模式
- 四、购销模式
- 五、交易资讯模式

第二章 中国二手车电子商务行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境
 - 一、限购
 - 二、限迁
 - 三、二手车临时产权制度
 - 四、调整二手车增值税
 - 五、《二手车鉴定评估技术规范》
 - 六、简化二手车过户流程

第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

第三章 国际二手车电子商务行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球二手车电子商务市场总体情况分析

- 一、全球二手车电子商务市场结构
- 二、全球二手车电子商务行业发展分析
- 三、全球二手车电子商务行业竞争格局

第二节 美国二手车电子商务行业发展经验借鉴

- 一、美国二手车电子商务行业发展历程分析
- 二、美国二手车电子商务行业运营模式分析
- 三、美国二手车电子商务行业发展趋势预测
- 四、美国二手车电子商务行业对中国的启示

第三节 日本二手车电子商务行业发展经验借鉴

- 一、日本二手车电子商务行业发展历程分析
- 二、日本二手车电子商务行业运营模式分析
- 三、日本二手车电子商务行业发展趋势预测
- 四、日本二手车电子商务行业对中国的启示

第二部分 市场深度调研

第四章 中国二手车行业发展分析

第一节 二手车市场竞争环境分析

- 一、二手车市场政策法律环境分析
- 二、二手车市场经济环境分析
- 三、二手车市场产业环境分析
- 四、二手车市场发展状况分析
- 五、二手车细分市场发展分析
- 六、二手车市场需求环境分析

第二节 二手车企业经营模式创新与经营策略分析

- 一、国外二手车经营模式分析及借鉴
- 二、中国二手车市场传统经营模式分析
- 三、中国二手车市场趋势化经营模式分析
- 四、中国二手车市场创新经营模式分析
- 五、二手车企业经营策略分析

第三节 二手车企业交易模式创新与竞争力提升策略分析

- 一、国外二手车交易模式分析及借鉴
- 二、中国二手车市场流行交易模式分析
- 三、中国二手车市场创新交易模式分析
- 四、二手车企业营销与服务提升策略分析

第五章 中国电子商务行业发展分析

第一节 电子商务行业定义及发展环境分析

- 一、电子商务行业定义
- 二、电子商务行业政策环境分析
- 三、电子商务行业经济环境分析
- 四、电子商务行业消费环境分析
- 五、电子商务行业技术环境分析

第二节 电子商务行业发展现状与趋势分析

- 一、全球电子商务行业发展现状与趋势分析
- 二、中国电子商务行业发展现状与趋势分析
- 三、中国主要地区电子商务发展分析
- 四、中国电子商务行业投诉分析

第三节 中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

- 一、中国移动电子商务发展现状与趋势
- 二、中国移动支付业发展现状分析

第四节 中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

- 一、B2B发展现状与趋势分析
- 二、网络零售发展现状与趋势分析
- 三、网络团购发展现状与趋势分析
- 四、网上支付发展现状与趋势分析

第五节 电子商务配套行业发展现状与趋势分析

- 一、电子商务物流业发展现状与趋势分析
- 二、互联网发展现状与趋势分析
- 三、电子商务服务业发展现状与趋势分析

第六章 中国二手车电子商务行业运行现状分析

第一节 中国二手车电子商务行业发展状况分析

- 一、中国二手车电子商务行业发展阶段
- 二、中国二手车电子商务行业发展总体概况
- 三、中国二手车电子商务行业发展特点分析

第二节 2016-2018年二手车电子商务行业发展现状

- 一、中国二手车电子商务行业交易规模
 - 1、平台发拍量
 - 2、车辆成交量
 - 3、交易金额
- 二、中国二手车电子商务行业发展分析
- 三、中国二手车电子商务企业发展分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 二手车电子商务平台应用与企业竞争策略分析

第一节 电商网民规模与网购普及率

- 一、中国网民规模
- 二、网络购物网民规模

第二节 中国汽车电子商务的商业模式分析

- 一、B2C电子商务模式刚刚开始
- 二、O2O模式是汽车网销首选

第三节 汽车电子商务应用实例分析

- 一、天猫商城品牌汽车官方旗舰店
- 二、路畅品牌团周末疯狂购
- 三、汽车之家线上购车活动

四、车蚂蚁C2B电子商务

五、长城汽车自建新车电商平台

第四节 二手车电子商务发展水平

一、二手车电商处于探索阶段

二、2018年成为汽车电商发展元年

三、缺少可靠的商业模式

第五节 二手车市场电子商务发展核心

一、掌握客户有效需求信息

二、二手车市场数据的整合服务

三、二手车交易信息透明化

四、二手车辆定价标准化

五、完善的售后服务保障

第六节 二手车电子商务模式的发展基础

一、O2O模式

二、B2B模式

三、C2B2C模式

第七节 二手车电商盈利模式分析

一、二手车电子商务市场规模分析

二、二手车电子商务投资与融资分析

第八章 二手车电子商务行业区域市场分析

第二节 珠三角地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 长三角地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 环渤海地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 其它地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章 中国二手车电子商务市场主要平台分析

第一节 优信拍

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 车唯网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 大搜车

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 第一车网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 安美途二手车

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 公平价

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 发展前景展望

第十章 2019-2025年二手车电子商务行业前景及趋势预测

第一节 2019-2025年二手车电子商务市场发展前景

一、二手车电子商务市场发展潜力

二、二手车电子商务市场发展前景展望

三、二手车电子商务细分行业发展前景分析

第二节 2019-2025年中国二手车电子商务发展趋势

一、商业模式创新与用户需求相互促进

二、二手车交易多元化，多种模式推动市场发展

三、国家政策的减压，将推动二手车市场的发展

四、诚信体系建设是二手车电子商务发展的重中之重

五、PC端仍是二手车电子商务的主流模式，移动端增长充满想象

六、线上+线下，二手车竞拍模式优势突出

第三节 2019-2025年二手车电子商务行业市场规模预测

- 1、二手车电子商务行业市场容量预测
- 2、二手车电子商务行业销售收入预测
- 三、二手车电子商务行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2019-2025年二手车电子商务行业投资机会与风险防范

第一节 中国二手车电子商务行业投资特性分析

- 一、二手车电子商务行业进入壁垒分析
- 二、二手车电子商务行业盈利模式分析
- 三、二手车电子商务行业盈利因素分析

第二节 中国二手车电子商务行业投资情况分析

- 一、二手车电子商务行业总体投资及结构
- 二、二手车电子商务行业投资规模情况
- 三、二手车电子商务行业投资项目分析

第三节 中国二手车电子商务行业投资风险

- 一、二手车电子商务行业供求风险
- 二、二手车电子商务行业关联产业风险
- 三、二手车电子商务行业产品结构风险
- 四、二手车电子商务行业技术风险

第四节 二手车电子商务行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、二手车电子商务行业投资机遇

第五部分 发展战略研究

第十二章 二手车电子商务行业发展战略研究

第一节 二手车电子商务行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对中国二手车电子商务品牌的战略思考

- 一、二手车电子商务品牌的重要性
- 二、二手车电子商务实施品牌战略的意义
- 三、二手车电子商务企业品牌的现状分析
- 四、中国二手车电子商务企业的品牌战略
- 五、二手车电子商务品牌战略管理的策略

第三节 二手车电子商务行业经营策略分析

- 一、二手车电子商务市场细分策略
- 二、二手车电子商务市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、二手车电子商务新产品差异化战略

第四节 济,研,咨,询:二手车电子商务行业投资战略研究

- 一、2018年二手车电子商务行业投资战略
- 二、2019-2025年二手车电子商务行业投资战略
- 三、2019-2025年细分行业投资战略

图表目录：

- 图表：二手车电子商务行业生命周期
- 图表：二手车电子商务行业产业链结构
- 图表：美国汽车梯度消费示意图
- 图表：美国二手汽车市场交易渠道
- 图表：美国二手汽车市场交易渠道特点比较
- 图表：国内主要汽车经销服务行业上市公司核心业务指标
- 图表：国内排名前20汽车经销商主要经济指标
- 图表：我国百强汽车经销商收入结构分析
- 图表：2016-2018年中客销量及同比增长
- 图表：2016-2018年轻客销量及同比增长
- 图表：2016-2018年轻客销售规模及预测
- 图表：2016-2018年中国各区域二手汽车交易增长

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/383540383540.html>