

# 2018-2023年中国新车电商行业市场发展动向调查 与投资方向评估分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国新车电商行业市场发展动向调查与投资方向评估分析报告》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/307781307781.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

### 中国新车电商行业发展历程

#### 从促销信息发布逐步发展到多模式并存的汽车销售新渠道

从最早个别车企推出线上订购汽车开始，整个汽车行业参与者都积极的参与到电商化进程中来；2010年，淘宝网一次性团购售出200辆Smart汽车，标志着汽车电商的兴起；在此之后，多家主机厂、汽车资讯网站、综合电商、经销商集团、垂直汽车电商平台甚至期入局的多家零售巨头，均开始布局“新零售”下的汽车销售新渠道。

图：新车电商发展历程 中国新车电商行业发展阶段

#### 在营销、导购、轻度交易的基础上，正朝着常态化、场景化、服务型的电商阶段发展

新车电商的概念从最初提出至今，各种模式新车电商层出不穷；但整体来说，各家平台未能将汽车销售完全电商化，多数平台仍处于早期营销、导购、轻度交易的阶段；随着行业的不断发展与创新，以及在“新零售”背景下，汽车电商最终将成为交易常态化、场景化、以服务为导向的汽车交易平台，满足车辆流通环节的基本服务及增值服务需求。

### 图：新车电商发展阶段

#### 国际新车电商行业发展现状

#### 国外B2C新车电商主要提供信息查询、价格对比及预订服务

国外汽车电商以B2C模式居多，集中在欧美国家地区，日韩等亚太地区相比电商化程度较低；欧美汽车市场发展起步较早，汽车营销渠道及消费者汽车购买行为均较为成熟；B2C汽车电商经过多年的发展，业态也较为稳定；业务开展形式主要是，不同功能、不同类型B2C新车电商在消费者整个购车流程中紧密结合，实现功能互补，辅助消费者完成购车。

### 图：图：国际新车电商主要发展分布

#### 国外B2B新车电商呈现成熟化、集中化特征

国外B2B模式新车电商相比国内运营时间较早，发展也相比较为成熟；且平台呈现集团化、功能垂直化趋势，典型企业平台如Dealertrack、incadea、AutoNation；Dealertrack及

incadea是美国最大在线汽车服务平台COX集团旗下，定位服务于B端厂商、经销商销售软件及服务提供商；AutoNation是美国最大经销商集团，凭借其自身经营需求，在B端服务布局较早。

图：Cox集团汽车电商业务布局

国外B2B新车电商为经销商提供销售环节解决方案及系统，并提供金融、数据研究等综合服务

国外B2B新车电商当前依托于完善、庞大的汽车电商平台或经销商集团，业务模式开展领域及竞争格局较为稳定；Dealertrack专注于为厂商、经销商提供更高效的销售、订单管理、车辆定价等服务软件及技术支持，为经销商、消费者提供金融贷款、保险、数据研究分析等服务支持。

图：图：Dealertrack主要服务内容

新车电商行业主要参与者及分类

根据服务对象性质的不同，新车电商主要分为B2C模式和B2B模式

当前新车电商行业参与者众多，根据其服务对象的差异，可分为服务于消费者的B2C模式及服务于经销商的B2B模式；艾瑞分析认为，结合新车电商发展历程，鉴于汽车产品电化特征，新车电商B2C模式主要功能仍在于撮合交易或部分参与交易，而B2B模式新车电商则是作为交易对象参与交易，并为B端经销商提供增值服务。

图: 新车电商主要分类

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2023年中国新车电商行业市场发展动向调查与投资方向评估分析报告》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。

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。

## 第一章新车电商行业相关概述

### 1.1新车电商行业定义及特点

#### 1.1.1新车电商行业的定义

#### 1.1.2新车电商行业服务特点

### 1.2新车电商行业相关分类

### 1.3新车电商行业盈利模式分析

## 第二章2015-2017年中国新车电商行业发展环境分析

### 2.1新车电商行业政治法律环境（P）

#### 2.1.1行业主管单位及监管体制

#### 2.1.2行业相关法律法规及政策

#### 2.1.3政策环境对行业的影响

### 2.2新车电商行业经济环境分析（E）

#### 2.2.1国际宏观经济分析

#### 2.2.2国内宏观经济分析

#### 2.2.3产业宏观经济分析

#### 2.2.4宏观经济环境对行业的影响分析

### 2.3新车电商行业社会环境分析（S）

#### 2.3.1人口发展变化情况

#### 2.3.2城镇化水平

#### 2.3.3居民消费水平及观念分析

#### 2.3.4社会文化教育水平

#### 2.3.5社会环境对行业的影响

### 2.4新车电商行业技术环境分析（T）

#### 2.4.1新车电商技术分析

#### 2.4.2新车电商技术发展水平

#### 2.4.3行业主要技术发展趋势

#### 2.4.4技术环境对行业的影响

## 第三章全球新车电商行业发展概述

### 3.12015-2017年全球新车电商行业发展情况概述

#### 3.1.1全球新车电商行业发展现状

#### 3.1.2全球新车电商行业发展特征

#### 3.1.3全球新车电商行业市场规模

### 3.2015-2017年全球主要地区新车电商行业发展状况

#### 3.2.1欧洲新车电商行业发展情况概述

#### 3.2.2美国新车电商行业发展情况概述

#### 3.2.3日韩新车电商行业发展情况概述

### 3.32018-2023年全球新车电商行业趋势预测分析

#### 3.3.1全球新车电商行业市场规模预测

#### 3.3.2全球新车电商行业趋势预测分析

#### 3.3.3全球新车电商行业发展趋势分析

### 3.4全球新车电商行业重点企业发展动态分析

## 第四章中国新车电商行业发展概述

### 4.1中国新车电商行业发展状况分析

#### 4.1.1中国新车电商行发展概况

#### 4.1.2中国新车电商行发展特点

### 4.22015-2017年新车电商行业发展现状

#### 4.2.12015-2017年新车电商行业市场规模

#### 4.2.22015-2017年新车电商行业发展现状

### 4.32018-2023年中国新车电商行业面临的困境及对策

#### 4.3.1新车电商行业发展面临的瓶颈及对策分析

##### 1、新车电商行业面临的瓶颈

##### 2、新车电商行业发展对策分析

#### 4.3.2新车电商企业发展存在的问题及对策

##### 1、新车电商企业发展存在的不足

##### 2、新车电商企业投资策略

## 第五章中国新车电商行业市场运行分析

### 5.1市场发展现状分析

#### 5.1.1市场现状

#### 5.1.2市场容量

### 5.22015-2017年中国新车电商行业总体规模分析

#### 5.2.1企业数量结构分析

#### 5.2.2人员规模状况分析

#### 5.2.3行业资产规模分析

#### 5.2.4行业市场规模分析

### 5.32015-2017年中国新车电商行业市场供需分析

5.3.1中国新车电商行业供给分析

5.3.2中国新车电商行业需求分析

5.3.3中国新车电商行业供需平衡

5.42015-2017年中国新车电商行业财务指标总体分析

5.4.1行业盈利能力分析

5.4.2行业偿债能力分析

5.4.3行业营运能力分析

5.4.4行业发展能力分析

## 第六章中国新车电商行业细分市场调研

6.1细分市场一

6.1.1市场发展特点分析

6.1.2目标消费群体

6.1.3主要业态现状

6.1.4市场规模

6.1.5发展潜力

6.2细分市场二

6.2.1市场发展特点分析

6.2.2目标消费群体

6.2.3主要业态现状

6.2.4市场规模

6.2.5发展潜力

6.3细分市场三

6.3.1市场发展特点分析

6.3.2目标消费群体

6.3.3主要业态现状

6.3.4市场规模

6.3.5发展潜力

6.4。建议

6.4.1细分市场评估结论

6.4.2细分市场建议

## 第七章新车电商行业目标客户群分析

7.1消费者偏好分析

7.2消费者行为分析

### 7.3新车电商行业品牌认知度分析

#### 7.4消费人群分析

##### 7.4.1年龄分布情况

##### 7.4.2性别分布情况

##### 7.4.3职业分布情况

##### 7.4.4收入分布情况

#### 7.5需求影响因素

##### 7.5.1价格

##### 7.5.2服务质量

##### 7.5.3其他

## 第八章新车电商行业营销模式分析

### 8.1营销策略组合理论分析

### 8.2营销模式的基本类型分析

### 8.3新车电商行业营销现状分析

### 8.4新车电商行业电子商务的应用情况分析

### 8.5新车电商行业营销创新发展趋势分析

## 第九章新车电商行业商业模式分析

### 9.1商业模式的相关概述

#### 9.1.1参考模型

#### 9.1.2成功特征

#### 9.1.3历史发展

### 9.2新车电商行业主要商业模式案例分析

#### 9.2.1案例一

##### 1、定位

##### 2、业务系统

##### 3、关键资源能力

##### 4、盈利模式

##### 5、现金流结构

##### 6、企业价值

#### 9.2.2案例二

##### 1、定位

##### 2、业务系统

##### 3、关键资源能力



4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.3案例三

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3新车电商行业商业模式创新分析

9.3.1商业模式创新的内涵与特征

9.3.2商业模式创新的因素分析

9.3.3商业模式创新的目标与路径

9.3.4商业模式创新的实践与启示

9.3.52016年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6新车电商行业商业模式创新选择

第十章中国新车电商行业市场竞争格局分析

10.1中国新车电商行业竞争格局分析

10.1.1新车电商行业区域分布格局

10.1.2新车电商行业企业规模格局

10.1.3新车电商行业企业性质格局

10.2中国新车电商行业竞争五力分析

10.2.1新车电商行业上游议价能力

10.2.2新车电商行业下游议价能力

10.2.3新车电商行业新进入者威胁

10.2.4新车电商行业替代产品威胁

10.2.5新车电商行业现有企业竞争

10.3中国新车电商行业竞争SWOT分析

10.3.1新车电商行业优势分析（S）

10.3.2新车电商行业劣势分析（W）

10.3.3新车电商行业机会分析（O）

10.3.4新车电商行业威胁分析（T）

10.4中国新车电商行业投资兼并重组整合分析

10.4.1投资兼并重组现状

10.4.2投资兼并重组案例

10.5中国新车电商行业重点企业竞争策略分析

第十一章中国新车电商行业领先企业竞争力分析

11.1\*\*\*公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.2\*\*\*公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.3\*\*\*公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.4\*\*\*公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.5\*\*\*公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.6\*\*\*公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 11.7\*\*\*公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 11.8\*\*\*公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 11.9\*\*\*公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 11.10\*\*\*公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第十二章2018-2023年中国新车电商行业发展趋势与前景分析

#### 12.12018-2023年中国新车电商市场趋势预测

##### 12.1.12018-2023年新车电商市场发展潜力

##### 12.1.22018-2023年新车电商市场趋势预测展望

##### 12.1.32018-2023年新车电商细分行业趋势预测分析

#### 12.22018-2023年中国新车电商市场发展趋势预测

##### 12.2.12018-2023年新车电商行业发展趋势

##### 12.2.22018-2023年新车电商市场规模预测

##### 12.2.32018-2023年细分市场发展趋势预测

#### 12.32018-2023年中国新车电商行业供需预测

##### 12.3.12018-2023年中国新车电商行业供给预测

##### 12.3.22018-2023年中国新车电商行业需求预测

##### 12.3.32018-2023年中国新车电商供需平衡预测

#### 12.4影响企业经营的关键趋势

- 12.4.1 行业发展有利因素与不利因素
- 12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 12.4.3 服务业开放对新车电商行业的影响
- 12.4.4 互联网+背景下新车电商行业的发展趋势

### 第十三章 2018-2023年中国新车电商行业行业前景调研

- 13.1 新车电商行业投资现状分析
- 13.2 新车电商行业投资特性分析
  - 13.2.1 新车电商行业进入壁垒分析
  - 13.2.2 新车电商行业盈利模式分析
  - 13.2.3 新车电商行业盈利因素分析
- 13.3 新车电商行业投资机会分析
  - 13.3.1 产业链投资机会
  - 13.3.2 细分市场投资机会
  - 13.3.3 重点区域投资机会
  - 13.3.4 产业发展的空白点分析
- 13.4 新车电商行业投资前景分析
  - 13.4.1 新车电商行业政策风险
  - 13.4.2 宏观经济风险
  - 13.4.3 市场竞争风险
  - 13.4.4 关联产业风险
  - 13.4.5 技术研发风险
  - 13.4.6 其他投资前景
- 13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇
  - 13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述
  - 13.5.2 企业投资挑战和机遇
  - 13.5.3 企业投资问题和投资前景研究
    - 1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析
    - 2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资前景研究探究
- 13.6 新车电商行业投资潜力与建议
  - 13.6.1 新车电商行业投资潜力分析
  - 13.6.2 新车电商行业最新投资动态
  - 13.6.3 新车电商行业投资机会与建议

### 第十四章 2018-2023年中国新车电商企业投资规划建设分析

## 14.1企业投资规划建议制定基本思路

### 14.1.1企业投资规划建议的特点

### 14.1.2企业投资规划建议类型选择

### 14.1.3企业投资规划建议制定程序

## 14.2现代企业投资规划建议的制定

### 14.2.1企业投资规划建议与总体战略的关系

### 14.2.2产品不同生命周期阶段对制定企业投资规划建议的要求

### 14.2.3企业投资规划建议的选择

## 14.3新车电商企业战略规划策略分析

### 14.3.1战略综合规划

### 14.3.2技术开发战略

### 14.3.3区域战略规划

### 14.3.4产业战略规划

### 14.3.5营销品牌战略

### 14.3.6竞争战略规划

## 第十五章研究结论及建议

### 15.1研究结论

### 15.2建议

#### 15.2.1行业投资策略建议

#### 15.2.2行业投资方向建议

#### 15.2.3行业投资方式建议

## 图表目录

图表：新车电商行业特点

图表：新车电商行业生命周期

图表：新车电商行业产业链分析

图表：2015-2017年新车电商行业市场规模分析

图表：2018-2023年新车电商行业市场规模预测

图表：中国新车电商行业研究机构咨询

图表：中国新车电商行业盈利能力分析

图表：中国新车电商行业运营能力分析

图表：中国新车电商行业偿债能力分析

图表：中国新车电商行业发展能力分析

图表：中国新车电商行业经营效益分析

(GYWWJP)

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/307781307781.html>