

2018年中国二手车电商行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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《2018年中国二手车电商行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/qiche/363079363079.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

随着消费者、汽车用户及经销商获取二手车交易信息渠道逐渐转移至线上，二手车电商平台正成为行业重要的交易参与者，而经过早期的探索发展，二手车电商行业商业模式逐步清晰，行业竞争及业务布局推动行业正向发展，行业迎来全新的发展阶段。

作为全球第二大汽车保有市场，2017年我国汽车保有量达2.17亿辆，汽车保有量的持续稳定增长，一方面显示我国汽车消费市场的增长潜力，也为二手车消费市场提供了丰富客观的车源。

随着居民收入水平的提升、汽车消费的普及、车龄的增长以及消费升级的浪潮下，消费者置换、增购汽车需求提升明显，二手车交易市场活跃度明显提升，2017年全国二手车交易量达1240.1万辆。

2011-2017年中国二手车交易量 图表来源：观研天下整理

在传统的消费者购买二手车的过程中，获取车辆信息主要从4S店、二手车市场、熟人等渠道获取车辆信息并进行对比筛选，并最终决策购买，车主传统的二手车处理方式则是4S店、二手车市场、熟人等渠道进行置换及售卖。

随着互联网技术的发展与普及以及二手车电商平台的崛起，消费者及汽车用户获取信息渠道更多的来自于线上，包含汽车资讯网站、二手车电商平台在内的多种信息渠道提供专业详尽的二手车交易信息，辅助消费者选车、购车，帮助车主评估、售卖车辆。

二手车交易流程的电商化图表来源：公开资料整理

二手车交易一直以来呈现出分散、非标的特征，从而导致交易的零散性，且由于其交易环节的复杂性多数主机厂及经销商集团并未投入足够的资本与关注，因此中国二手车交易一直都是以中小型二手车车商为主导。

二手车行业属于相对粗放型产业，行业进入门槛较低，在早期高利润的诱惑下，大量人员涌入行业。一方面促进整体行业快速发展，另一方面也带来大量的负面问题；同时，行业监管缺失导致市场上车商鱼龙混杂，影响行业公信力；行业整体规模的增长相对低于从业人员的增长及投入，也导致行业恶性竞争现象普遍存在，行业盈利水平下降，盈利压力增大。

2017年中国二手车交易量达1240.1万辆，预计2022年二手车交易量约为2960.6万辆，

年复合总长率接近19%；其中二手车在线交易量高达155.1万辆，预计2022年二手车在线交易量约为827.7万辆，年复合总长率约为39.8%。

艾瑞分析认为，二手车电商的入局为行业带来巨额用户流量及关注度，促进二手车行业整体的市场认知及接受度；同时，行业整体发展反过来也为二手车电商平台具体业务开展提供了充分的车源供给及交易基础服务的支持，二手车电商行业成交量增速明显高于传统行业增速。

2013-2022年中国二手车电商行业交易量及增速图表来源：观研天下整理

观研天下发布的《2018年中国二手车电商行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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】

第一章 二手车市场概述

第一节 二手车市场的概念界定

一、二手车的普遍定义

二、我国二手车的定义

三、二手车的交易优势

第二节 二手车市场与相关市场的关系

一、与新车市场的关系

二、与租赁市场的关系

三、与汽车金融/保险市场的关系

四、与汽车检测服务市场的关系

第二章 2016-2018年中国二手车电商市场增长动力分析

第一节 中国汽车产业蓬勃发展

一、汽车工业产销规模

二、汽车保有量规模

三、汽车工业经济效益

四、新车与二手车市场关联分析

第二节 消费需求环境更加包容开放

一、居民收入水平

二、潜在消费者分析

一、二手车消费市场潜力

二、二手车消费人群分析

第三节 互联网的发展提高信息透明度

一、互联网打破信息壁垒

二、大数据及诚信档案的运用

三、互联网及支付技术成熟

四、电商平台蓬勃发展

第四节 政府和行业协会的支持性政策

一、二手车市场迎来政策重视

二、促进市场交易意见

三、促进二手车便利交易

四、二手车企业规范管理

五、二手车税收政策调整

六、二手车评估规范政策

七、“车改”刺激二手车市场

第三章 2016-2018年中国二手车市场发展分析

第一节 中国二手车市场发展概述

一、对经济发展的重要性

二、二手车市场背景回顾

三、二手车市场发展态势

四、二手车市场发展利好

第二节 2016-2018年中国二手车市场交易分析

一、市场规模分析

二、区域格局分析

三、车型种类分布

四、使用年限分析

五、交易价格分布

第三节 2016-2018年中国二手车市场区域分析

一、区域活跃度分析

二、城市活跃度分析

三、市场活跃度特点

四、各区域交易价格

第四节 2016-2018年中国二手车市场发展现状特征

一、二手车交易量偏低

二、二手车供给不充分

三、用户接受度较低

四、用户群体特征

第五节 2016-2018年中国二手车跨区域流通情况

一、二手车跨区域交易规模

二、二手车跨区域流通利好

三、二手车限迁问题回顾

四、我国机动车排放标准

五、二手车跨区域流通前景

第四章 2016-2018年中国二手车电子商务发展分析

第一节 二手车电商市场竞争优势

一、快速拓展市场

二、缩减销售成本

三、竞争更透明化

四、信息的公开化

五、形成规模效应

第二节 2016-2018年中国二手车电商市场概述

一、发展周期

二、发展阶段

三、产业链介绍

第三节 2016-2018年中国二手车电商市场交易分析

一、市场交易规模

二、电商渗透率

三、市场交易结构

四、消费者偏好分析

第四节 2016-2018年中国二手车电商市场竞争格局

一、市场参与主体

二、企业交易份额

三、To B市场格局

四、To C市场格局

第五节 2016-2018年中国二手车电商市场广告投放情况分析

一、二手车广告大战

二、广告投放预算

三、广告投放成效

四、企业营销案例

第六节 中国二手车电商商业模式分析

一、二手车电商盈利模式

二、二手车电商主要类型

三、二手车电商重点模式

四、二手车电商模式探索

第七节 中国二手车电商市场存在的问题

一、二手车电商市场存在的问题

二、国家政策的制约

三、二手车消费观念落后

四、二手车经销商诚信缺失

五、二手车评估人才缺乏

六、第三方估值体系欠缺

七、二手车电商服务不完善

第八节 中国二手车电商发展对策建议

一、建立第三方评估体系

二、加快建立线下网点

三、加强对售后的保障

第五章 2016-2018年二手车电商竞拍模式分析

第一节 二手车电商竞拍模式概述

- 一、二手车电商竞拍模式介绍
- 二、二手车电商竞拍市场规模
- 三、二手车网上竞拍的优势
- 四、二手车拍卖平台评价因素
- 五、二手车电商竞拍模式分析

第二节 二手车电商竞拍模式企业竞争格局

- 一、企业实力矩阵
- 二、重点企业对比
- 三、寡头竞争格局
- 四、企业竞争动态

第三节 二手车电商竞拍模式典型案例分析——车易拍

- 一、企业发展概况
- 二、企业融资情况
- 三、企业商业模式
- 四、企业竞争优势
- 五、企业发展展望

第六章 2016-2018年二手车电商寄售模式分析

第一节 二手车电商寄售模式概述

- 一、二手车寄售服务模式
- 二、二手车寄售模式对比
- 三、重点企业发展对比

第二节 二手车C2C虚拟寄售模式分析

- 一、虚拟寄售模式特点
- 二、虚拟寄售模式盈利方式
- 三、企业竞争动态分析
- 四、相关企业融资动态

第三节 二手车电商寄售模式典型案例分析——瓜子二手车

- 一、企业发展历程
- 二、企业经营情况
- 三、广告投放情况
- 四、企业融资情况

第七章 2016-2018年二手车电商B2C大卖场模式分析

第一节 二手车电商B2C大卖场模式概述

- 一、交易模型介绍
- 二、B2C模式优劣势
- 三、行业壁垒较高
- 四、重点企业模式

第二节 二手车大卖场模式典型案例分析——CarMax

- 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 二手车大卖场模式典型案例分析——车王二手车

- 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

第八章 2016-2018年二手车电商交易服务模式分析

第一节 二手车信息资讯平台

- 一、消费者二手车信息获取途径
- 二、二手车信息服务模型分析
- 三、二手车信息服务市场格局
- 四、二手车垂直搜索模式分析
- 五、二手车信息资讯平台典型案例分析——二手车之家

第二节 二手车检测平台

- 一、二手车检测服务流程
- 二、二手车检测O2O模式
- 三、第三方检测平台市场商机

四、二手车检测平台典型案例分析——车e估

第三节 二手车估值平台

一、二手车估值平台模型

二、资本推进状况

三、二手车估值平台瓶颈

四、二手车估值平台典型案例分析——精真估

第四节 二手车金融服务平台

一、金融服务需求

二、市场发展现状

三、发展模式分析

四、企业布局动态

五、二手车金融服务平台典型案例分析——喵喵速贷

第九章 2016-2018年二手车市场重点企业分析

第一节 国外二手车电商C2C巨头——Beepi

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 传统二手车平台电商化探索——澳康达

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 传统汽车制造商“触电”——金固股份

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 布局二手车电商全产业链——优信集团

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 车猫二手车

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

第十章 2016-2018年中国二手车电商市场投资分析

第一节 2016-2018年中国二手车电商市场投融资分析

一、市场投资规模

二、投资项目分布

三、新进企业数量

四、重点融资案例

第二节 二手车电商市场投融资市场特征

一、资本趋于理性

二、布局全产业链

三、用户获取困难

四、打造交易闭环

第三节 中国二手车市场电商投资机遇分析

一、品牌二手车发展前景看好

二、二手车电商市场趋于成熟

三、二手车评估市场异军突起

四、多种发展模式相互渗透

第十一章 二手车电商市场前景趋势展望

第一节 中国二手车市场发展前景展望

- 一、国际资本进驻
- 二、消费环境趋好
- 三、二手车车源增多
- 四、市场前景看好

第二节 中国二手车市场趋势分析

- 一、规模化经营趋势
- 二、跨区域流趋势
- 三、市场多元化趋势

第三节 中国二手车电商市场前景展望

- 一、二手车电商市场影响因素
- 二、二手车电商易平台发展展望
- 三、二手车电商市场趋势预测
- 四、二手车电商市场未来展望

第四节 2018-2024年二手车电商市场交易预测

- 一、2018-2024年二手车交易量的预测
- 二、2018-2024年二手车交易额的预测
- 三、2018-2024年二手车电商交易规模的预测

图表目录：

图表：2016-2018年中国汽车销量月度增长走势

图表：2016-2018年中国乘用车销量月度增长走势

图表：2016-2018年中国商用车销量月度增长走势

图表：2016-2018年中国汽车保有量规模

图表：2016-2018年汽车工业重点企业（集团）工业经济效益综合指数

图表：2016-2018年汽车工业重点企业（集团）营业收入增速

图表：2016-2018年我国新车销量增速与二手车交易量增速对比

图表：2016-2018年中国农村和城镇居民人均可支配收入

图表：2018年中国二手车市场各渠道成交占比

图表：2018年中国电子平台二手车交易量

图表：2016-2018年全国二手车交易市场环比增速

图表：2016-2018年全国二手车交易量及增速

图表：2018年全国六大区域交易量占比

图表：2018年全国六大区域交易量分布

图表：2018年全国31个省市二手车交易量占比

图表：2016-2018年全国二手车交易车型占比

图表：2018年全国二手车交易量品牌车系前10名交易量占比

图表：2018年全国六大区域二手车交易量品牌车系排名前十名

图表：2018年全国二手车交易使用年限占比

图表：2018年全国二手车交易价格占比

图表：2018年全国各省分二手车交易活跃度分析

图表：2018年全国二手车发车辆TOP10省份

图表：2018年全国二手车发车辆TOP10城市

图表：2018年全国363个城市二手车交易数据跟踪（GYZQJP）

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/363079363079.html>