2021年中国二手车电商市场分析报告-市场现状与未来规划分析

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《2021年中国二手车电商市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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/533412533412.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

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

【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、中国二手车的定义
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 2017-2020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
三、二手车消费市场潜力
四、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、互联网基础建设日趋完善
二、互联网打破信息壁垒
三、大数据及诚信档案的运用
四、支付技术日渐成熟
第四节 政府和行业协会的支持性政策
一、二手车限迁政策放宽
二、促进市场交易意见
三、二手车企业规范管理

四、二手车税收政策调整
五、二手车评估规范政策

第三章 2017-2020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 2017-2020年中国二手车市场交易分析
一、市场规模分析
二、市场景气程度
三、区域格局分析
四、车型种类分布
五、使用年限分析
六、交易价格分布
第三节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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、中国机动车排放标准
五、二手车跨区域流通前景

第四章 2017-2020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 2017-2020年中国二手车电商市场概述
一、二手车电商发展周期
二、二手车电商发展阶段
三、二手车电商现阶段特征
四、二手车电商产业链介绍
第三节 2017-2020年中国二手车电商市场交易分析
一、二手车电商交易规模
二、二手车电商市场渗透率
三、二手车电商2B模式规模
四、二手车电商2C模式规模
五、消费者偏好分析
第四节 2017-2020年中国二手车电商市场竞争格局
一、市场参与主体
二、市场交易份额
三、ToB市场格局
四、ToC市场格局
第五节 2017-2020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、广告投放成效
三、新一轮广告投放
第六节 中国二手车电商商业模式分析
一、二手车电商主要类型
二、二手车电商重点模式
三、二手车电商盈利模式
第七节 中国二手车电商市场存在的问题
一、国家政策的制约
二、二手车消费观念落后
三、二手车经销商诚信缺失
四、二手车评估人才缺乏
五、第三方估值体系欠缺

六、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 2017-2020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、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、企业服务模式
五、企业实力分析
六、企业发展展望

第六章 2017-2020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、二手车寄售服务模型
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、企业融资动态
五、企业发展方向

第七章 2017-2020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、企业发展现状分析
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、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析
第八章 2017-2020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、二手车估值平台融资动态
三、二手车估值平台发展瓶颈
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、发展模式分析
三、市场发展态势
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 二手车行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 二手车电商第一股——Carvana
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析
第二节 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、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析
第三节 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、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析
第四节 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、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析
第五节 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、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析
第六节 车猫二手车
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业发展现状分析
四、企业竞争优势分析

第十章 2017-2020年中国二手车电商市场投资分析
第一节 2017-2020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
五、行业融资动态
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、市场趋势预测

二、规模化经营趋势
三、跨区域流趋势
四、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、二手车电商市场趋势展望
三、二手车电商市场整合趋势
四、二手车电商市场未来展望
第四节 2021-2026年二手车电商市场交易预测
一、2021-2026年二手车交易量预测
二、2021-2026年二手车交易额预测
三、2021-2026年二手车电商交易规模预测

图表目录

图表 2017-2020年中国汽车销量规模及增速
图表 2017-2020年中国乘用车销量规模及增速
图表 2017-2020年中国商用车销量规模及增速
图表 2017-2020年中国新能源汽车销量规模及增速
图表 2017-2020年全国乘用车拥有量
图表 中国新车销量增速与二手车交易量增速对比
图表 2017-2020年全国居民人均可支配收入及其增速
图表 2020年全国居民人均消费支出及其构成
图表 2017-2020年中国网民规模和互联网普及率
图表 2017-2020年中国手机网民规模及其占网民比例

图表详见报告正文·····（GYDS）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国二手车电商市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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。

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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/533412533412.html