

# 2020年中国电动汽车充电桩市场前景研究报告- 行业供需现状与发展潜力评估

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《2020年中国电动汽车充电桩市场前景研究报告-行业供需现状与发展潜力评估》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/473627473627.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

南方电网电动汽车充电服务平台已顺利完成对网内“粤易充”（广东）、“八桂充”（广西）、“彩云充”（云南）、“电动贵州”（贵州）、“羊城充”（广州）、“小南充”（深圳）、“度度充”（南网能源）等7个电动汽车充电平台的整合工作。2020年1月1日起，电动汽车用户在南方电网区域内使用“顺易充”APP即可畅行南网五省。

近两年来，我国新能源汽车数量爆发式增长，其配套设施充电桩的建设规模也逐年扩大。目前，在政策和市场双重作用下，我国电动汽车充电桩行业快速发展，其中，我国公共充电桩的数量规模从2013年的2.3万台增至2018年的29.9万台，五年增长约13倍。截至2019年11月我国电动汽车公共充电桩数量达49.6万台，超越了2018年全年数量。

### 2013-2019年11月我国电动汽车公共充电桩数量

数据来源：充电联盟

截至2019年11月，全国充电运营企业所运营充电桩数量超过1万台的共有8家，分别为特来电、星星充电、国家电网、云快充、依威能源、上汽安悦、中国普天、深圳车电网，这8家运营商占总量的90.0%，未来行业或将进一步向头部企业靠拢。

### 截至2019年11月全国规模化运营商（充电桩保有量 1000台）

数据来源：充电联盟（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2020年中国电动汽车充电桩市场前景研究报告-行业供需现状与发展潜力评估》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s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

第二章 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) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 2.3.2 美国COPART公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 2.3.3 美国Autotrader公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 2.3.4 美国Beepi公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 2.3.5 美国Carmax公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 2.3.6 英国AutoTrader公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 2.3.7 德国Mobile公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

2.3.8 日本Aucnet公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

2.3.9 日本USS公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

2.3.10 日本Gulliver公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第三章 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

## 第四章 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

### 第五章 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) 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) 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) 实体店寄存售卖型二手汽车电商模式的评价

第六章 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

## 第七章 中国二手汽车电商行业企业分析（随数据更新有调整）

### 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) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.2 车易拍经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.3 平安好车经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.4 车享拍经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.5 车置宝经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.6 开新帮卖经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.7 车唯网经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.8 神州二手车经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.1.9 大搜车经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

### 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) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.2.2 好车无忧经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.2.3 赶集好车经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

#### 7.2.4 淘车网经营状况分析

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

### 7.2.5 卓杰行经营状况分析

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台产品服务分析
- (3) 平台发展现状分析
- (4) 平台竞争优势分析

## 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) 平台发展简况分析
- (2) 平台产品服务分析
- (3) 平台发展现状分析
- (4) 平台竞争优势分析

### 7.3.2 车王认证二手车超市经营状况分析

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台产品服务分析
- (3) 平台发展现状分析
- (4) 平台竞争优势分析

### 7.3.3 M2（安美途）二手车经营状况分析

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台产品服务分析
- (3) 平台发展现状分析
- (4) 平台竞争优势分析

### 7.3.4 澳康达名车广场经营状况分析

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台产品服务分析
- (3) 平台发展现状分析
- (4) 平台竞争优势分析

## 第八章 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4：2017-2020年中国GDP及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表5：2017-2020年城镇居民人均可支配收入增长情况（单位：元，%）

图表6：2017-2020年农村居民人均纯收入增长情况（单位：元，%）

图表7：2017-2020年我国网民规模及互联网普及率

图表8：2017-2020年中国网民各类网络应用的使用率

图表9：2017-2020年我国移动网民规模及增长速度

图表10：2017-2020年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）

图表11：2017-2020年我国城镇居民人均收入增长情况（单位：元，%）

图表12：2017-2020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15：2017-2020年中国二手汽车交易量趋势图（单位：万辆，%）

图表16：2017-2020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18：2017-2020年二手汽车与新车交易量增速对比图（单位：%）

图表19：2017-2020年二手汽车交易结构图（1）（单位：%）

图表20：2017-2020年二手汽车交易结构图（2）（单位：%）

图表详见报告正文 . . . . .（GYSYL）

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/473627473627.html>