

2019年中国二手车电商行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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年中国二手车电商行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/389045389045.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

在中国二手车行业从无到有，以及逐步规模化、正规化的发展过程中，互联网对于行业的改造一直如影随形。从最早的二手车信息发布平台，到垂直二手车网站，再到专业的二手车交易服务平台，二手车电商的兴起也在不断的改造并推动着行业的进步与发展；在行业发展进程中，二手车在线服务平台也意识到线下庞大且分散的二手车经销商的重要作用，多数电商平台也在不断转型、调整自身业务逻辑，更好的服务经销商，赋能经销商，协助经销商完成二手车交易。二手车电商行业参与者众多，主要分为两类交易主体部分及交易辅助部分，交易主体部分包括C端售车用户、4S店、各类经销商及各模式二手车电商，交易辅助部分则包含信息服务平台、检测数据服务平台、金融服务平台及物流服务平台等；二手车电商平台当前分类主要分为2B端模式及2C端模式，根据具体发生交易对象的不同，2B端模式又分为B2B模式及C2B模式，2C端分为C2C模式及B2C模式；随着行业竞争的加剧以及业务模式的不断探索与迭代，区别模式意义已经不再重要，业务协同、探索盈利才是各家平台当前重中之重。

近年来，随着汽车保有量的不断上升、居民收入水平的提高，以及国家政策对二手车市场的支持和规范，推动了我国二手车市场的快速发展，数据显示2017年全国二手车交易量达1240.1万辆，较2011年的682万辆增长了81.8%。而随着互联网技术的不断成熟，人们消费行为的改变，2011年以后，二手车电商平台得到了快速的发展，从2013年的22.2万辆交易量，上升至2017年218.4万辆，增长了近9倍。

2011-2017年中国汽车保有量

数据来源：交通局2011-2017年中国二手车交易量

数据来源：交通局 二手车行业整体市场规模巨大，且二手车电商行业规模在整个二手车行业中渗透率较低，整体市场规模仍处于发展初期，行业有着巨大的发展空间；不同的电商平台凭借自身商业模式及竞争优势在发展早期便取得了可观的市场成果；随着巨额资本的进入，各家平台持续的市场博弈也将持续升级，各家平台也将竞争中不断的完善自身业务布局及运营效率，为行业参与者提供更优质、高效的服务内容；进而提升自身竞争力，提升企业市场份额。

中国二手车电商用户数量整体保持增长趋势，2017年年底汽车电商用户超1000万；相比于高度电商化的服装、电子、书籍等产品，汽车的商品属性决定其电商化的特殊性，汽车电商难以实现彻底的线上化；电商平台上信息的透明度、及时性、高效性正逐渐得到消费者的认可与信任；二手车电商平台试图消除时间、地域、资金所造成的供给与需求的不匹配，为消费者提供更优惠、更合适的购车方式与机会，消费者逐步习惯于汽车电商作为购车环节的基础环节，汽车电商在二手车交易中所起到的角色逐步得到消费者认可。

2017年中国二手车电商行业移动端用户规模 数据来源：交通局

当前二手车电商行业营销行为主要是电视广告、冠名、植入等形式的品牌型广告，主

要作用仍在于平台知名度、形象的树立及提升；在行业竞争进入白热化的当下，二手车电商平台的营销大战也有愈演愈烈之势；持续的广告营销活动起着教育市场，提升用户认知、品牌知名度的作用；鉴于行业当前粗放的广告投放形式，未来更精细更侧重效果导向的广告形式将会是行业的选择方向。（ww）

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。《2019年中国二手车电商行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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 2016-2018年中国二手车电商行业发展概述

第一节 二手车电商行业发展情况概述

- 一、二手车电商行业相关定义
- 二、二手车电商行业基本情况介绍
- 三、二手车电商行业发展特点分析

第二节 中国二手车电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、二手车电商行业产业链条分析

三、中国二手车电商行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国二手车电商行业生命周期分析

一、二手车电商行业生命周期理论概述

二、二手车电商行业所属的生命周期分析

第四节 二手车电商行业经济指标分析

一、二手车电商行业的赢利性分析

二、二手车电商行业的经济周期分析

三、二手车电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国二手车电商行业进入壁垒分析

一、二手车电商行业资金壁垒分析

二、二手车电商行业技术壁垒分析

三、二手车电商行业人才壁垒分析

四、二手车电商行业品牌壁垒分析

五、二手车电商行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球二手车电商行业市场发展现状分析

第一节 全球二手车电商行业发展历程回顾

第二节 全球二手车电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲二手车电商行业地区市场分析

一、亚洲二手车电商行业市场现状分析

二、亚洲二手车电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲二手车电商行业市场前景分析

第四节 北美二手车电商行业地区市场分析

一、北美二手车电商行业市场现状分析

二、北美二手车电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美二手车电商行业市场前景分析

第五节 欧盟二手车电商行业地区市场分析

一、欧盟二手车电商行业市场现状分析

二、欧盟二手车电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟二手车电商行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界二手车电商行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球二手车电商行业市场规模预测

第三章 中国二手车电商产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品二手车电商总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国二手车电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国二手车电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国二手车电商行业运行情况

第一节 中国二手车电商行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国二手车电商行业市场规模分析

第三节 中国二手车电商行业供应情况分析

第四节 中国二手车电商行业需求情况分析

第五节 中国二手车电商行业供需平衡分析

第六节 中国二手车电商行业发展趋势分析

第五章 中国二手车电商所属行业运行数据监测

第一节 中国二手车电商所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国二手车电商所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国二手车电商所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国二手车电商市场格局分析

第一节 中国二手车电商行业竞争现状分析

一、中国二手车电商行业竞争情况分析

二、中国二手车电商行业主要品牌分析

第二节 中国二手车电商行业集中度分析

一、中国二手车电商行业市场集中度分析

二、中国二手车电商行业企业集中度分析

第三节 中国二手车电商行业存在的问题

第四节 中国二手车电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国二手车电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国二手车电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国二手车电商行业消费市场动态情况

第二节 中国二手车电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 二手车电商行业成本分析

第四节 二手车电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国二手车电商行业价格现状分析

第六节 中国二手车电商行业平均价格走势预测

- 一、中国二手车电商行业价格影响因素
- 二、中国二手车电商行业平均价格走势预测
- 三、中国二手车电商行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国二手车电商行业区域市场现状分析

第一节 中国二手车电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地二手车电商市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区二手车电商市场规模分析
- 四、华东地区二手车电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区二手车电商市场规模分析
- 四、华中地区二手车电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区二手车电商市场规模分析

第九章 2016-2018年中国二手车电商行业竞争情况

第一节 中国二手车电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国二手车电商行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国二手车电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 二手车电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国二手车电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国二手车电商行业未来发展前景分析

一、二手车电商行业国内投资环境分析

二、中国二手车电商行业市场机会分析

三、中国二手车电商行业投资增速预测

第二节 中国二手车电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国二手车电商行业市场发展预测

一、中国二手车电商行业市场规模预测

二、中国二手车电商行业市场规模增速预测

三、中国二手车电商行业产值规模预测

四、中国二手车电商行业产值增速预测

五、中国二手车电商行业供需情况预测

第四节 中国二手车电商行业盈利走势预测

一、中国二手车电商行业毛利润同比增速预测

二、中国二手车电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国二手车电商行业投资风险与营销分析

第一节 二手车电商行业投资风险分析

一、二手车电商行业政策风险分析

二、二手车电商行业技术风险分析

三、二手车电商行业竞争风险分析

四、二手车电商行业其他风险分析

第二节 二手车电商行业企业经营发展分析及建议

一、二手车电商行业经营模式

二、二手车电商行业销售模式

三、二手车电商行业创新方向

第三节 二手车电商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国二手车电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国二手车电商行业品牌战略分析

一、二手车电商企业品牌的重要性

二、二手车电商企业实施品牌战略的意义

三、二手车电商企业品牌的现状分析

四、二手车电商企业的品牌战略

五、二手车电商品牌战略管理的策略

第二节 中国二手车电商行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国二手车电商行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2019-2025年中国二手车电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国二手车电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国二手车电商行业定价策略分析

第三节 中国二手车电商行业营销渠道策略

- 一、二手车电商行业渠道选择策略
- 二、二手车电商行业营销策略

第四节 中国二手车电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国二手车电商行业重点投资区域分析
- 二、中国二手车电商行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/389045389045.html>