

2015-2020年中国二手车电 子商务市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国二手车电子商务市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitajiaotong1501/Z75104V6T5.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国二手车电子商务市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了二手车电子商务行业相关概述、中国二手车电子商务产业运行环境、分析了中国二手车电子商务行业的现状、中国二手车电子商务行业竞争格局、对中国二手车电子商务行业做了重点企业经营状况分析及中国二手车电子商务产业发展前景与投资预测。您若想对二手车电子商务产业有个系统的了解或者想投资二手车电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2014年上半年二手车电商车辆总成交规模为82070辆。成交整体变化趋势与发拍规模趋同，受节假日等多种因素影响，1、2月份属车辆交易淡季，成交总量相对较低，2月份成为上半年的成交波谷，为8688辆。3月开始总成交量稳步上升。由于限购城市新增导致二手车电商平台竞相扩张布局，电商成交量不同于传统二手车市场，在5、6月出现小幅逆势增长现象，5、6月份交易总量均超过15000辆。

从2014年上半年的成交增长情况来看，各二手车电商交易平台成交量均保持快速增长。随着市场环境、政策环境、二手车交易模式的完善、资本市场的关注、消费观念的改变等利好因素的影响，二手车电商将在未来1-3年间得到快速发展，二手车电商交易平台的成交规模将以稳定的增幅，持续扩大。2014年上半年二手车电子商务交易规模中，优信拍以47.8%的交易规模占据市场第一，车易拍紧随其后，占比为16.6%。开新帮卖占比12.8%，排名第三。

二手车在借鉴传统电子商务模式的基础上，根据行业特点不断探索符合行业发展的优质模式。目前二手车电商市场主要有以优信拍、车易拍为代表的竞拍模式，以大搜车为代表的寄售模式，以第一车网、273家二手车交易网为代表的二手车交易资讯平台，以安美途、车王为代表的购销模式，以精真估、公平价为代表的第三方车辆鉴定机构等。诚信体系建设是二手车发展的重中之重。传统二手车检测市场存在车况不透明、车价难评估、售后无保障、霸王条款等一系列弊端，给消费者的印象一直都是商业信誉不高，这也在一定程度上打击了消费者购车欲望，制约二手车行业整体发展。二手车电子商务将二手车车况、价格等信息公开化，采用保证金等模式，规定买卖双方权利和义务。极大提高了二手车市场的信誉度，为二手车市场的发展拉开崭新一幕。

第一部分 产业环境透视

第一章 二手车电子商务市场概述

第一节 中国二手车电子商务市场概述

一、二手车电子商务的概念

二、二手车电子商务的特点

1、广泛性

2、真实性

3、实时性

4、集中性

5、便捷性

第二节 中国二手车电子商务产业链概述

一、二手车车源

二、二手车交易服务商

三、信息发布平台

1、门户类网站

2、交易资讯平台

3、第三方评估机构

4、行业监管机构

5、政府监管机构

第三节 中国二手车电子商务核心运营模式

一、第三方竞拍模式

二、汽车厂商主导的竞拍模式

三、寄售模式

四、购销模式

五、交易资讯模式

第二章 中国二手车电子商务行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、国家宏观经济环境

二、行业宏观经济环境

第二节 重要政策摘要及解读

一、限购

二、限迁

三、二手车临时产权制度

四、调整二手车增值税

五、《二手车鉴定评估技术规范》

六、简化二手车过户流程

第三节 技术环境分析

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第三章 国际二手车电子商务行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球二手车电子商务市场总体情况分析

一、全球二手车电子商务市场结构

二、全球二手车电子商务行业发展分析

三、全球二手车电子商务行业竞争格局

第二节 美国二手车电子商务行业发展经验借鉴

一、美国二手车电子商务行业发展历程分析

二、美国二手车电子商务行业运营模式分析

三、美国二手车电子商务行业发展趋势预测

四、美国二手车电子商务行业对中国的启示

第三节 日本二手车电子商务行业发展经验借鉴

一、日本二手车电子商务行业发展历程分析

二、日本二手车电子商务行业运营模式分析

三、日本二手车电子商务行业发展趋势预测

四、日本二手车电子商务行业对中国的启示

第二部分 市场深度调研

第四章 中国二手车行业发展分析

第一节 二手车市场竞争环境分析

一、二手车市场政策法律环境分析

二、二手车市场经济环境分析

三、二手车市场产业环境分析

四、二手车市场发展状况分析

五、二手车细分市场发展分析

六、二手车市场需求环境分析

第二节 二手车企业经营模式创新与经营策略分析

- 一、国外二手车经营模式分析及借鉴
 - 二、中国二手车市场传统经营模式分析
 - 三、中国二手车市场趋势化经营模式分析
 - 四、中国二手车市场创新经营模式分析
 - 五、二手车企业经营策略分析
- 第三节 二手车企业交易模式创新与竞争力提升策略分析

- 一、国外二手车交易模式分析及借鉴
- 二、中国二手车市场流行交易模式分析
- 三、中国二手车市场创新交易模式分析
- 四、二手车企业营销与服务提升策略分析

第五章 中国电子商务行业发展分析

第一节 电子商务行业定义及发展环境分析

- 一、电子商务行业定义
- 二、电子商务行业政策环境分析
- 三、电子商务行业经济环境分析
- 四、电子商务行业消费环境分析
- 五、电子商务行业技术环境分析

第二节 电子商务行业发展现状与趋势分析

- 一、全球电子商务行业发展现状与趋势分析
- 二、中国电子商务行业发展现状与趋势分析
- 三、中国主要地区电子商务发展分析
- 四、中国电子商务行业投诉分析

第三节 中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

- 一、中国移动电子商务发展现状与趋势
- 二、中国移动支付业发展现状分析

第四节 中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

- 一、B2B发展现状与趋势分析
- 二、网络零售发展现状与趋势分析
- 三、网络团购发展现状与趋势分析
- 四、网上支付发展现状与趋势分析

第五节 电子商务配套行业发展现状与趋势分析

- 一、电子商务物流业发展现状与趋势分析
- 二、互联网发展现状与趋势分析
- 三、电子商务服务业发展现状与趋势分析

第六章 中国二手车电子商务行业运行现状分析

第一节 中国二手车电子商务行业发展状况分析

- 一、中国二手车电子商务行业发展阶段
- 二、中国二手车电子商务行业发展总体概况
- 三、中国二手车电子商务行业发展特点分析

第二节 2013-2014年二手车电子商务行业发展现状

- 一、中国二手车电子商务行业交易规模
 - 1、平台发拍量
 - 2、车辆成交量
 - 3、交易金额
- 二、中国二手车电子商务行业发展分析
- 三、中国二手车电子商务企业发展分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 二手车电子商务平台应用与企业竞争策略分析

第一节 电商网民规模与网购普及率

- 一、中国网民规模
- 二、网络购物网民规模

第二节 中国汽车电子商务的商业模式分析

- 一、B2C电子商务模式刚刚开始
- 二、O2O模式是汽车网销首选

第三节 汽车电子商务应用实例分析

- 一、天猫商城品牌汽车官方旗舰店
- 二、路畅品牌团周末疯狂购
- 三、汽车之家线上购车活动
- 四、车蚂蚁C2B电子商务
- 五、长城汽车独建新车电商平台

第四节 二手车电子商务发展水平

一、二手车电商处于探索阶段

二、2014年成为汽车电商发展元年

三、缺少可靠的商业模式

第五节 二手车市场电子商务发展核心

一、掌握客户有效需求信息

二、二手车市场数据的整合服务

三、二手车交易信息透明化

四、二手车定价标准化

五、完善的售后服务保障

第六节 二手车电子商务模式的发展基础

一、O2O模式

二、B2B模式

三、C2B2C模式

第七节 二手车电商盈利模式分析

一、二手车电子商务市场规模分析

二、二手车电子商务投资与融资分析

第八章 二手车电子商务行业区域市场分析

第一节 珠三角地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第二节 长三角地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 环渤海地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 其它地区二手车电子商务行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章 中国二手车电子商务市场主要平台分析

第一节 优信拍

一、发展历程

二、盈利模式

三、业务布局

四、运营管理

第二节 车唯网

一、发展历程

二、盈利模式

三、业务布局

四、运营管理

第三节 大搜车

一、发展历程

二、盈利模式

三、业务布局

四、运营管理

第四节 第一车网

一、发展历程

二、盈利模式

三、业务布局

四、运营管理

第五节 安美途二手车

一、发展历程

二、盈利模式

三、业务布局

四、运营管理

第六节 公平价

一、发展历程

二、盈利模式

三、业务布局

四、运营管理

第四部分 发展前景展望

第十章 2015-2020年二手车电子商务行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年二手车电子商务市场发展前景

一、二手车电子商务市场发展潜力

二、二手车电子商务市场发展前景展望

三、二手车电子商务细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年中国二手车电子商务发展趋势

一、商业模式创新与用户需求相互促进

二、二手车交易多元化，多种模式推动市场发展

三、国家政策的减压，将推动二手车市场的发展

四、诚信体系建设是二手车电子商务发展的重中之重

五、PC端仍是二手车电子商务的主流模式，移动端增长充满想象

六、线上+线下，二手车竞拍模式优势突出

第三节 2015-2020年二手车电子商务行业市场规模预测

1、二手车电子商务行业市场容量预测

2、二手车电子商务行业销售收入预测

三、二手车电子商务行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2015-2020年二手车电子商务行业投资机会与风险防范

第一节 中国二手车电子商务行业投资特性分析

一、二手车电子商务行业进入壁垒分析

二、二手车电子商务行业盈利模式分析

三、二手车电子商务行业盈利因素分析

第二节 中国二手车电子商务行业投资情况分析

一、二手车电子商务行业总体投资及结构

二、二手车电子商务行业投资规模情况

三、二手车电子商务行业投资项目分析

第三节 中国二手车电子商务行业投资风险

一、二手车电子商务行业供求风险

二、二手车电子商务行业关联产业风险

三、二手车电子商务行业产品结构风险

四、二手车电子商务行业技术风险

第四节 二手车电子商务行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、二手车电子商务行业投资机遇

第五部分 发展战略研究

第十二章 博思数据关于二手车电子商务行业发展战略研究

第一节 二手车电子商务行业发展战略研究

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

第二节 对中国二手车电子商务品牌的战略思考

一、二手车电子商务品牌的重要性

二、二手车电子商务实施品牌战略的意义

三、二手车电子商务企业品牌的现状分析

四、中国二手车电子商务企业的品牌战略

五、二手车电子商务品牌战略管理的策略

第三节 二手车电子商务行业经营策略分析

一、二手车电子商务市场细分策略

二、二手车电子商务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、二手车电子商务新产品差异化战略

第四节 二手车电子商务行业投资战略研究

一、2015年二手车电子商务行业投资战略

二、2015-2020年二手车电子商务行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录

图表：二手车电子商务行业生命周期

图表：二手车电子商务行业产业链结构

图表：美国汽车梯度消费示意图

图表：美国二手汽车市场交易渠道

图表：美国二手汽车市场交易渠道特点比较

图表：国内主要汽车经销服务行业上市公司核心业务指标

图表：国内排名前20汽车经销商主要经济指标

图表：我国百强汽车经销商收入结构分析

图表：2013-2014年中客销量及同比增长

图表：2013-2014年轻客销量及同比增长

图表：2013-2014年轻客销售规模及预测

图表：2013-2014年中国各区域二手汽车交易增长

图表：2013-2014年二手汽车交易量位列前十位的省市

图表：华东地区二手汽车分车型交易统计情况

图表：2013-2014年中国二手车电子商务行业盈利能力分析

图表：2013-2014年中国二手车电子商务行业运营能力分析

图表：2013-2014年中国二手车电子商务行业偿债能力分析

图表：2013-2014年中国二手车电子商务行业发展能力分析

图表：2013-2014年中国二手车电子商务行业经营效益分析

图表：2013-2014年不同规模企业利润总额分布

图表：截至2014年电子商务相关专利申请企业综合比较

图表：截至2014年我国电子商务相关专利分布领域

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同规模企业从业人员分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同规模企业销售收入分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同规模企业资产总额分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同规模企业数量分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同性质企业利润总额分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同性质企业从业人员分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同性质企业销售收入分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同性质企业资产总额分布

图表：2013-2014年二手车电子商务行业不同性质企业数量分布

图表：2013-2014年全球二手车电子商务行业市场规模

图表：2013-2014年中国二手车电子商务行业市场规模

图表：2013-2014年二手车电子商务行业重要数据指标比较

图表：2013-2014年中国二手车电子商务市场占全球份额比较

图表：2013-2014年二手车电子商务行业工业总产值

图表：2013-2014年二手车电子商务行业销售收入

图表：2013-2014年二手车电子商务行业利润总额

图表：2013-2014年二手车电子商务行业资产总计

图表：2013-2014年二手车电子商务行业负债总计

图表：2013-2014年二手车电子商务行业竞争力分析

图表：2013-2014年二手车电子商务市场价格走势

图表：2013-2014年二手车电子商务行业主营业务收入

图表：2013-2014年二手车电子商务行业主营业务成本

图表：2013-2014年二手车电子商务行业销售费用分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业管理费用分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业财务费用分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业销售毛利率分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业销售利润率分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业成本费用利润率分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业总资产利润率分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业产能分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业产量分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业需求分析

图表：2013-2014年二手车电子商务行业集中度

图表：2015-2020年二手车电子商务行业市场规模预测

图表：2015-2020年二手车电子商务行业销售收入预测

图表：2015-2020年二手车电子商务行业产量预测

图表：2015-2020年二手车电子商务行业竞争格局预测

略……

本报告由博思数据研究中心的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个二手车电子商务行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据二手车电子商务行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国二手车电子商务行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国二手车电子商务行业将面临的机遇与挑战，对二手车电子商务行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是二手车电子商务企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitajiaotong1501/Z75104V6T5.html>