

2024-2030年中国二手车电 商行业发展趋势与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国二手车电商行业发展趋势与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202310/414009.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

公安部统计，2019年全国新注册登记机动车3214万辆，全国机动车保有量达3.48亿辆，其中新注册登记汽车2578万辆，汽车保有量达2.6亿辆。2019年，全国公安交管部门共办理机动车转移登记业务2574万笔，其中汽车转移登记业务2444万笔，占94.94%，比2018年增加386万笔，增长18.768%。近五年汽车转移登记与注册登记业务量的比例由0.59上升至0.95，反映出二手车交易市场日益活跃。

近几年来，电子商务全面向各行各业渗透，二手车市场也不例外。

2019年5月，商务部、公安部、海关总署三部门共同召开二手车出口专题会议，正式启动二手车出口工作。首批开展二手车出口业务的地区为北京、天津、上海、浙江（台州）、山东（济宁）、广东、四川（成都）、陕西（西安）、青岛、厦门等10个省市。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国二手车电商行业发展趋势与未来前景预测报告》共十一章。首先介绍了二手车的概念，接着分析了我国二手车电商市场的发展动力及二手车市场的发展现状。然后报告对我国二手车电商行业的发展现状进行了详实全面的分析。随后，报告对二手车电商行业主流的商业模式进行了分析。最后对二手车电商市场的投资及前景趋势进行了科学的分析及预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、工商总局、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对二手车电商行业有个系统深入的了解、或者想投资二手车电商相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 二手车市场概述

1.1 二手车市场的概念界定

1.1.1 二手车的普遍定义

1.1.2 我国二手车的定义

1.1.3 二手车的交易优势

1.2 二手车市场与相关市场的关系

1.2.1 与新车市场的关系

1.2.2 与租赁市场的关系

1.2.3 与汽车金融/保险市场的关系

1.2.4 与汽车检测服务市场的关系

第二章 2021-2023年中国二手车电商市场增长动力分析

2.1 中国汽车产业蓬勃发展

2.1.1 汽车工业产销规模

2.1.2 汽车保有量规模

2.1.3 汽车工业经济效益

2.1.4 新车与二手车市场关联分析

2.2 消费需求环境更加包容开放

2.2.1 居民收入水平

2.2.2 潜在消费者分析

2.2.3 二手车消费市场潜力

2.2.4 二手车消费人群分析

2.3 互联网的发展提高信息透明度

2.3.1 互联网基础设施建设日趋完善

2.3.2 互联网打破信息壁垒

2.3.3 大数据及诚信档案的运用

2.3.4 支付技术日渐成熟

2.4 政府和行业协会的支持性政策

2.4.1 二手车限迁政策放宽

2.4.2 促进市场交易意见

2.4.3 二手车企业规范管理

2.4.4 二手车税收政策调整

2.4.5 二手车评估规范政策

第三章 2021-2023年中国二手车市场发展分析

3.1 中国二手车市场发展概述

3.1.1 对经济发展的重要性

3.1.2 二手车市场背景回顾

3.1.3 二手车市场发展态势

3.1.4 二手车市场发展利好

3.2 2021-2023年中国二手车市场交易分析

- 3.2.1 市场规模分析
- 3.2.2 市场景气程度
- 3.2.3 区域格局分析
- 3.2.4 车型种类分布
- 3.2.5 使用年限分析
- 3.2.6 交易价格分布
- 3.3 2021-2023年中国二手车市场区域分析
 - 3.3.1 区域活跃度分析
 - 3.3.2 城市活跃度分析
 - 3.3.3 市场活跃度特点
 - 3.3.4 各区域交易价格
- 3.4 2021-2023年中国二手车市场发展现状特征
 - 3.4.1 二手车交易量偏低
 - 3.4.2 二手车供给不充分
 - 3.4.3 用户接受度较低
 - 3.4.4 用户群体特征
- 3.5 2021-2023年中国二手车跨区域流通情况
 - 3.5.1 二手车跨区域交易规模
 - 3.5.2 二手车跨区域流通利好
 - 3.5.3 二手车限迁问题回顾
 - 3.5.4 我国机动车排放标准
 - 3.5.5 二手车跨区域流通前景

第四章 2021-2023年中国二手车电子商务发展分析

- 4.1 二手车电商市场竞争优势
 - 4.1.1 快速拓展市场
 - 4.1.2 缩减销售成本
 - 4.1.3 竞争更透明化
 - 4.1.4 信息的公开化
 - 4.1.5 形成规模效应
- 4.2 2021-2023年中国二手车电商市场概述
 - 4.2.1 二手车电商发展周期

- 4.2.2 二手车电商发展阶段
- 4.2.3 二手车电商现阶段特征
- 4.2.4 二手车电商产业链介绍
- 4.3 2021-2023年中国二手车电商市场交易分析
 - 4.3.1 二手车电商交易规模
 - 4.3.2 二手车电商市场渗透率
 - 4.3.3 二手车电商2B模式规模
 - 4.3.4 二手车电商2C模式规模
 - 4.3.5 消费者偏好分析
- 4.4 2021-2023年中国二手车电商市场竞争格局
 - 4.4.1 市场参与主体
 - 4.4.2 市场交易份额
 - 4.4.3 To B市场格局
 - 4.4.4 To C市场格局
- 4.5 2021-2023年中国二手车电商市场广告投放情况分析
 - 4.5.1 二手车广告大战
 - 4.5.2 广告投放成效
 - 4.5.3 新一轮广告投放
- 4.6 中国二手车电商商业模式分析
 - 4.6.1 二手车电商主要类型
 - 4.6.2 二手车电商重点模式
 - 4.6.3 二手车电商盈利模式
- 4.7 中国二手车电商市场存在的问题
 - 4.7.1 国家政策的制约
 - 4.7.2 二手车消费观念落后
 - 4.7.3 二手车经销商诚信缺失
 - 4.7.4 二手车评估人才缺乏
 - 4.7.5 第三方估值体系欠缺
 - 4.7.6 二手车电商服务不完善
- 4.8 中国二手车电商发展对策建议
 - 4.8.1 建立第三方评估体系
 - 4.8.2 加快建立线下网点

4.8.3 加强对售后的保障

第五章 2021-2023年二手车电商竞拍模式分析

5.1 二手车电商竞拍模式概述

5.1.1 二手车电商竞拍模式介绍

5.1.2 二手车电商竞拍市场规模

5.1.3 二手车网上竞拍的优势

5.1.4 二手车拍卖平台评价因素

5.1.5 二手车电商竞拍模式分析

5.2 二手车电商竞拍模式企业竞争格局

5.2.1 企业实力矩阵

5.2.2 重点企业对比

5.2.3 企业竞争动态

5.3 二手车电商竞拍模式典型案例分析——车易拍

5.3.1 企业发展概况

5.3.2 企业融资情况

5.3.3 企业商业模式

5.3.4 企业服务模式

5.3.5 企业实力分析

5.3.6 企业发展展望

第六章 2021-2023年二手车电商寄售模式分析

6.1 二手车电商寄售模式概述

6.1.1 二手车寄售服务模式

6.1.2 二手车寄售模式对比

6.1.3 重点企业发展对比

6.2 二手车C2C虚拟寄售模式分析

6.2.1 虚拟寄售模式特点

6.2.2 虚拟寄售模式盈利方式

6.2.3 企业竞争动态分析

6.2.4 相关企业融资动态

6.3 二手车电商寄售模式典型案例分析——瓜子二手车

- 6.3.1 企业发展历程
- 6.3.2 企业经营情况
- 6.3.3 广告投放情况
- 6.3.4 企业融资动态
- 6.3.5 企业发展方向

第七章 2021-2023年二手车电商B2C大卖场模式分析

- 7.1 二手车电商B2C大卖场模式概述
 - 7.1.1 交易模型介绍
 - 7.1.2 B2C模式优劣势
 - 7.1.3 行业壁垒较高
 - 7.1.4 重点企业模式
- 7.2 二手车大卖场模式典型案例分折——CarMax
 - 7.2.1 企业发展概况
 - 7.2.2 企业发展历程
 - 7.2.3 企业运营状况
 - 7.2.4 企业融资状况
 - 7.2.5 发展规模预测
- 7.3 二手车大卖场模式典型案例分折——车王二手车
 - 7.3.1 企业发展概况
 - 7.3.2 运行状况分析
 - 7.3.3 企业盈利模式
 - 7.3.4 融资动态分析
 - 7.3.5 发展前景展望

第八章 2021-2023年二手车电商交易服务模式分析

- 8.1 二手车信息资讯平台
 - 8.1.1 消费者二手车信息获取途径
 - 8.1.2 二手车信息服务模型分析
 - 8.1.3 二手车信息服务市场格局
 - 8.1.4 二手车垂直搜索模式分析
 - 8.1.5 二手车信息资讯平台典型案例分折——二手车之家

- 8.2 二手车检测平台
 - 8.2.1 二手车检测服务流程
 - 8.2.2 二手车检测O2O模式
 - 8.2.3 第三方检测平台市场商机
 - 8.2.4 二手车检测平台典型案例分析——车e估
- 8.3 二手车估值平台
 - 8.3.1 二手车估值平台模型
 - 8.3.2 二手车估值平台融资动态
 - 8.3.3 二手车估值平台发展瓶颈
 - 8.3.4 二手车估值平台典型案例分析——精真估
- 8.4 二手车金融服务平台
 - 8.4.1 金融服务需求
 - 8.4.2 发展模式分析
 - 8.4.3 市场发展态势
 - 8.4.4 企业布局动态
 - 8.4.5 二手车金融服务平台典型案例分析——喵喵速贷

第九章 2021-2023年二手车市场重点企业分析

- 9.1 二手车电商第一股——Carvana
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 企业经营情况
 - 9.1.3 企业经营模式
 - 9.1.4 企业成本演算
 - 9.1.5 未来发展展望
- 9.2 国外二手车电商C2C巨头——Beepi
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 企业融资情况
 - 9.2.3 企业商业模式
 - 9.2.4 企业案例借鉴
- 9.3 传统二手车平台电商化探索——澳康达
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 企业竞争优势

9.3.3 企业运作模式

9.4 传统汽车制造商“触电”——金固股份

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 布局二手车电商

9.4.6 未来前景展望

9.5 布局二手车电商全产业链——优信集团

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 企业经营情况

9.5.3 企业融资情况

9.5.4 企业运作模式

9.5.5 企业发展展望

9.6 车猫二手车

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 企业竞争优势

9.6.3 企业经营情况

9.6.4 企业融资情况

9.6.5 企业商业模式

9.6.6 企业发展展望

第十章 2021-2023年中国二手车电商市场投资分析

10.1 2021-2023年中国二手车电商市场投融资分析

10.1.1 市场投资规模

10.1.2 投资项目分布

10.1.3 新进企业数量

10.1.4 重点融资案例

10.1.5 行业融资动态

10.2 二手车电商市场投融资市场特征

10.2.1 资本趋于理性

10.2.2 布局全产业链

- 10.2.3 用户获取困难
- 10.2.4 打造交易闭环
- 10.3 中国二手车市场电商投资机遇分析
 - 10.3.1 品牌二手车发展前景看好
 - 10.3.2 二手车电商市场趋于成熟
 - 10.3.3 二手车评估市场异军突起
 - 10.3.4 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

- 11.1 中国二手车市场发展前景展望
 - 11.1.1 国际资本进驻
 - 11.1.2 消费环境趋好
 - 11.1.3 二手车车源增多
 - 11.1.4 市场前景看好
- 11.2 中国二手车市场趋势分析
 - 11.2.1 2017年市场趋势预测
 - 11.2.2 规模化经营趋势
 - 11.2.3 跨区域流趋势
 - 11.2.4 市场多元化趋势
- 11.3 中国二手车电商市场前景展望
 - 11.3.1 二手车电商市场影响因素
 - 11.3.2 二手车电商市场趋势展望
 - 11.3.3 二手车电商市场整合趋势
 - 11.3.4 二手车电商市场未来展望
- 11.4 2024-2030年二手车电商市场交易预测
 - 11.4.1 2024-2030年二手车交易量预测
 - 11.4.2 2024-2030年二手车交易额预测
 - 11.4.3 2024-2030年二手车电商交易规模预测

图表目录

图表 2014-2019年中国汽车销量规模及增速

图表 2014-2019年中国乘用车销量规模及增速

图表 2014-2019年中国商用车销量规模及增速

图表 2014-2019年中国新能源汽车销量规模及增速

图表 2012-2019年全国乘用车拥有量

图表 2000-2019年我国新车销量增速与二手车交易量增速对比

图表 2012-2019年全国居民人均可支配收入及其增速

图表 2019年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2006-2019中国网民规模和互联网普及率

图表 2007-2019中国手机网民规模及其占网民比例

图表 二手车交易增值税调整及影响

图表 2011-2018年中国二手车交易量

图表 2018年中国二手车经理人指数

图表 2018年中国二手车市场总需求走势

图表 2018年中国二手车线上线下集客量走势

图表 2018年中国二手车价格走势

图表 2018年中国二手车销售量走势

图表 2018年中国二手车库存量走势

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 2018年全国六大区域二手车交易量占比

图表 2014-2018年全国二手车交易车型占比

图表 全国二手车交易量品牌车系前10名交易量占比

图表 全国六大区域二手车交易量品牌车系排名前十名

图表 中国二手车交易车型分析

图表 全国二手车交易使用年限占比

图表 全国二手车交易使用年限占比

图表 全国二手车交易价格占比

图表 全国二手车交易价格占比

图表 全国各省分二手车交易活跃度分析

图表 全国二手车发车辆TOP10省份

图表 全国二手车发车辆TOP10省份

图表 全国二手车发车辆TOP10省份（续）

- 图表 全国二手车发车辆TOP10城市
- 图表 全国363个城市二手车交易数据跟踪
- 图表 全国二手车发车辆TOP10城市
- 图表 全国各省份二手车交易价格排名
- 图表 中国二手车/新车销售比
- 图表 中国及部分发达国家二手车/新车销售比
- 图表 中国二手车用户类型分析
- 图表 我国本地区/跨地区二手车交易量占比
- 图表 中国各省市汽车交易量及汽车普及率
- 图表 全国机动车排放执行排放标准
- 图表 实施国五排放要求的城市
- 图表 二手车电商市场发展周期
- 图表 中国二手车电商行业发展阶段
- 图表 中国二手车电商行业产业链

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414009.html>