

2023-2029年中国互联网+二手车行业市场供需态势及投资前景研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2023-2029年中国互联网+二手车行业市场供需态势及投资前景研判报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1148346.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

智研咨询发布的《2023-2029年中国互联网+二手车行业市场供需态势及投资前景研判报告》共十章。首先介绍了互联网+二手车行业市场发展环境、互联网+二手车整体运行态势等，接着分析了互联网+二手车行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+二手车市场竞争格局。随后，报告对互联网+二手车做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+二手车行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+二手车产业有个系统的了解或者想投资互联网+二手车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第1章 互联网+二手车行业综述及数据来源说明

1.1 二手车行业界定

1.1.1 二手车的界定

1.1.2 二手车相似/相关概念辨析

1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中二手车行业归属

1.2 互联网+二手车内涵分析

1.3 互联网+二手车专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章 中国互联网+二手车行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国互联网+二手车行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国互联网+二手车行业监管体系及机构介绍

（1）中国互联网+二手车行业主管部门

（2）中国互联网+二手车行业自律组织

2.1.2 中国互联网+二手车行业标准体系建设现状

（1）中国互联网+二手车现行标准汇总

（2）中国互联网+二手车重点标准解读

2.1.3 国家层面互联网+二手车行业政策规划汇总及解读

(1) 国家层面互联网+二手车行业政策汇总及解读

(2) 国家层面互联网+二手车行业规划汇总及解读

2.1.4 31省市互联网+二手车行业政策规划汇总及解读

(1) 31省市互联网+二手车行业政策规划汇总

(2) 31省市互联网+二手车行业发展目标解读

2.1.5 国家重点规划/政策对互联网+二手车行业发展的影响

2.1.6 政策环境对互联网+二手车行业发展的影响总结

2.2 中国互联网+二手车行业经济 (Economy) 环境分析

2.2.1 中国宏观经济发展现状

2.2.2 中国宏观经济发展展望

2.2.3 中国互联网+二手车行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国互联网+二手车行业社会 (Society) 环境分析

2.3.1 中国互联网+二手车行业社会环境分析

2.3.2 社会环境对互联网+二手车行业发展的影响总结

2.4 中国互联网+二手车行业技术 (Technology) 环境分析

2.4.1 中国互联网+二手车行业营销/服务流程图解

2.4.2 中国互联网+二手车行业关键技术分析

2.4.3 新一代信息技术在互联网+二手车领域的融合应用

(1) 下一代互联网

(2) 5G+

(3) 物联网

(4) 云计算

(5) 人工智能

(6) 边缘计算

2.4.4 中国互联网+二手车行业科研投入及创新成果

2.4.5 技术环境对互联网+二手车行业发展的影响总结

第3章 中国二手车行业发展状况及互联网+发展必然性分析

3.1 中国二手车行业发展历程

3.2 中国二手车行业市场特征

3.3 中国二手车行业发展现状

3.4 中国二手车行业竞争状况

3.5 中国二手车行业经营效益分析

3.6 中国二手车行业市场规模体量

- 3.7 中国二手车行业市场前景预测
- 3.8 中国二手车行业市场痛点解析
- 3.9 互联网+助力二手车行业痛点解决

第4章 “互联网+”对二手车行业商业模式的冲击与变革分析

- 4.1 商业模式的核心逻辑
- 4.2 商业模式的运行机制
- 4.3 商业模式的重要性分析
 - 4.3.1 对商业模式不清晰的初创企业而言
 - 4.3.2 对不明确自身已有商业模式的成熟企业而言
 - 4.3.3 对面临转型升级困境的企业而言
- 4.4 商业模式画布的构成要素及相互关系
 - 4.4.1 商业模式画布的构成要素
 - 4.4.2 商业模式核心要素的关联
- 4.5 二手车行业商业模式要素解析及“互联网+”影响解析
 - 4.5.1 二手车行业价值主张VP：提供什么产品/服务/价值
 - (1) 商业模式要素 价值主张VP
 - (2) 二手车行业价值主张VP
 - (3) 互联网+二手车行业价值主张VP
 - 4.5.2 二手车行业客户细分CS：目标用户群体是谁？
 - (1) 商业模式要素 客户细分CS
 - (2) 二手车行业客户细分CS
 - (3) 互联网+二手车行业客户细分CS
 - 4.5.3 二手车行业核心资源KR：拥有什么核心资源？
 - (1) 商业模式要素 核心资源KR
 - (2) 二手车行业核心资源KR
 - (3) 互联网+二手车行业核心资源KR
 - 4.5.4 二手车行业关键业务KA：关键业务
 - (1) 商业模式要素 关键业务KA
 - (2) 二手车行业关键业务KA
 - (3) 互联网+二手车行业关键业务KA
 - 4.5.5 二手车行业渠道通路CH：通过什么方式/途径触达用户
 - (1) 商业模式要素 渠道通路CH
 - (2) 二手车行业渠道通路CH
 - (3) 互联网+二手车行业渠道通路CH

4.5.6 二手车行业客户关系CR：通过什么方式/机制提供价值

- (1) 商业模式要素 客户关系CR
- (2) 二手车行业客户关系CR
- (3) 互联网+二手车行业客户关系CR

4.5.7 二手车行业合作伙伴KP：上下游配套产业

- (1) 商业模式要素 合作伙伴KP
- (2) 二手车行业合作伙伴KP
- (3) 互联网+二手车行业合作伙伴KP

4.5.8 二手车行业成本结构C\$：商业运作过程中的成本投入

- (1) 商业模式要素 成本结构
- (2) 二手车成本结构分析
- (3) 互联网+二手车成本/投入结构分析

4.5.9 二手车行业收入来源R\$：收入来源

- (1) 商业模式要素 收入来源
- (2) 二手车行业收入来源
- (3) 互联网+二手车行业收入来源

4.6 “互联网+”对二手车产业链结构及生态图谱的重塑

4.6.1 “互联网+”对二手车产业链结构的重塑

- (1) 二手车行业产业链结构梳理
- (2) 互联网+二手车产业链结构梳理

4.6.2 “互联网+”对二手车产业全景生态图谱的重塑

- (1) 二手车产业全景生态图谱梳理
- (2) 互联网+二手车产业全景生态图谱梳理

4.6.3 “互联网+”对二手车价值链的重塑

- (1) 二手车行业价值链梳理
- (2) 互联网+二手车行业价值链梳理

4.7 互联网+二手车行业发展机遇与挑战总结

第5章 中国互联网+二手车融合发展现状及面临困境分析

5.1 中国互联网+二手车融合发展历程

5.2 中国互联网+二手车市场渗透情况

5.3 中国互联网+二手车市场参与主体类型

5.4 中国互联网+二手车市场竞争格局

5.5 中国互联网+二手车市场规模体量

5.6 中国互联网+二手车领域投融资现状

5.7 中国互联网+二手车领域兼并重组状况

5.8 中国互联网+二手车发展面临的困境分析

第6章 互联网+二手车主流商业生态发展解析

6.1 中国二手车行业传统商业模式

6.2 中国互联网+二手车商业模式探索现状

6.3 中国互联网+二手车销售渠道发展模式分析

6.3.1 中国电子商务模式发展概述

6.3.2 中国整车厂经销商（4S店）发展分析

6.3.3 中国独立二手车经销商市场分析

6.3.4 中国二手车电商——B2B模式发展分析

6.3.5 中国二手车电商——B2C模式发展分析

6.3.6 中国二手车电商——C2B模式发展分析

6.3.7 中国二手车电商——C2C模式发展分析

6.4 中国二手车跨境电商发展分析

6.5 中国二手车直播电商发展分析

6.6 中国二手车社交电商发展分析

6.7 互联网+二手车新兴商业模式/商业形态探索

6.8 互联网+二手车商业模式创新发展策略建议

第7章 中国二手车流通企业的互联网+布局案例分析

7.1 中国二手车流通企业的互联网+布局汇总与对比

7.2 中国二手车流通企业的互联网+布局案例

7.2.1 深圳市澳康达名车广场有限公司

（1）企业概况

（2）企业经营状况

（3）企业盈利能力

（4）企业市场战略

7.2.2 山西卡乃驰壹加壹汽车销售有限公司

（1）企业概况

（2）企业经营状况

（3）企业盈利能力

（4）企业市场战略

7.2.3 河南腾发汽车销售服务有限公司

（1）企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

7.2.4 杭州协合汽车服务有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

7.2.5 唐山小松旧机动车交易有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

第8章 中国互联网+二手车企业布局案例分析

8.1 中国互联网+二手车企业布局汇总与对比

8.2 中国互联网+二手车企业布局案例

8.2.1 优信互联（北京）信息技术有限公司（优信二手车）

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

8.2.2 车好多旧机动车经纪（北京）有限公司（瓜子二手车）

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

8.2.3 上海永达二手车连锁经营有限公司（永达二手车）

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

8.2.4 车王（中国）二手车经营有限公司（车王二手车）

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

8.2.5 杭州安卡网络科技股份有限公司（华夏二手车）

(1) 企业概况

(2) 企业经营状况

(3) 企业盈利能力

(4) 企业市场战略

第9章 中国互联网+二手车市场前景预测及发展趋势预判

9.1 中国互联网+二手车SWOT分析

9.2 中国互联网+二手车发展潜力评估

9.3 中国互联网+二手车发展前景预测

9.4 中国互联网+二手车发展趋势预判

第10章 中国互联网+二手车投资战略规划策略及建议

10.1 中国互联网+二手车进入与退出壁垒

10.1.1 互联网+二手车进入壁垒分析

10.1.2 互联网+二手车退出壁垒分析

10.2 中国互联网+二手车投资风险预警

10.3 中国互联网+二手车投资价值评估

10.4 中国互联网+二手车投资机会分析

10.4.1 互联网+二手车产业链薄弱环节投资机会

10.4.2 互联网+二手车细分领域投资机会

10.4.3 互联网+二手车区域市场投资机会

10.4.4 互联网+二手车产业空白点投资机会

10.5 中国互联网+二手车投资策略与建议

10.6 中国互联网+二手车可持续发展建议

图表目录

图表1：二手车的界定

图表2：二手车相似/相关概念辨析

图表3：《国民经济行业分类与代码》中二手车行业归属

图表4：互联网+二手车的分类

图表5：互联网+二手车专业术语说明

图表6：本报告研究范围界定

图表7：本报告权威数据资料来源汇总

图表8：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表9：中国互联网+二手车行业监管体系

图表10：中国互联网+二手车行业主管部门

图表11：中国互联网+二手车行业自律组织

图表12：中国互联网+二手车标准体系建设

图表13：中国互联网+二手车现行标准汇总

图表14：中国互联网+二手车即将实施标准

图表15：中国互联网+二手车重点标准解读

图表16：截至2022年中国互联网+二手车行业发展政策汇总

图表17：截至2022年中国互联网+二手车行业发展规划汇总

图表18：31省市互联网+二手车行业政策规划汇总

图表19：31省市互联网+二手车行业发展目标解读

图表20：国家“十四五”规划对互联网+二手车行业的影响分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1148346.html>