2018-2024年中国互联网+二手车行业市场运营态势及投资前景评估报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+二手车行业市场运营态势及投资前景评估报告》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/201803/618210.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

近几年，互联网的发展带动了二手车交易的线上交易，并呈现迅猛增长趋势。2013年，互联网占整个二手车交易份额的4.5%，2014年上升到10%，2015年，达到18%。2016该比例持续上升。

2014-2016互联网+二手车交易量走势

2014年互联网+二手车交易额约584.4亿元，2015年约1125.3亿元，2016约1954亿元。

2014-2016互联网+二手车交易额走势

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+二手车行业市场运营态势及投资前景评估报告》共十四章。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：

第一部分产业环境透视
第一章中国互联网+二手车行业概述1
第一节互联网+二手车行业的概念及特点1
一、互联网+二手车行业的概念1
二、互联网+二手车行业的特点1
三、互联网+二手车发展模式分析2
四、互联网+二手车交易功能分析3
第二节中国汽车销售市场分析4
一、汽车销售情况分析4
二、乘用车销售情况分析5
1、乘用车销售规模分析5
2、乘用车销量结构分析6
3、轿车/MPV/SUV销量走势6
三、商用车销售情况分析8

1、商用车销量规模分析8
2、商用车销量结构分析9
3、货车销量规模分析9
4、客车销量规模分析9
第三节中国汽车后市场分析10
一、汽车保有量情况分析10
1、汽车保有量规模分析10
2010-2017国内汽车保有量（亿辆）

2、汽车保有量占全球比重10
3、汽车保有量结构分析11
二、汽车后市场发展现状11
1、汽车后市场业务领域11
2、汽车后市场发展现状12
汽车后市场服务用户收入分布 单位：元

三、汽车后市场发展规模分析14
四、汽车后市场利润结构分析14
五、汽车后市场发展趋势分析15
1、汽车后市场发展趋势15
2、汽车后市场规模预测16
第二章中国互联网+二手车行业发展环境17
第一节中国互联网+二手车行业政策背景分析17
一、行业管理体制分析17
二、行业发展规划分析17
三、行业政策动向分析17
四、政策环境对行业的影响18
第二节中国互联网+二手车行业经济背景分析18
一、宏观经济环境分析18
1、国际宏观经济运行分析18
（1）国际经济运行现状18
（2）国际经济趋势判断21
2、国内宏观经济运行分析23
（1）中国宏观经济运行情况23
（2）中国宏观经济形势分析25

（3）宏观趋势及其影响预测26
3、宏观经济发展对行业的影响29
二、关联产业发展背景29
1、中国互联网+二手车发展状况分析29
2、中国大数据产业发展状况分析29
2015-2017年我国大数据产业市场规模

3、中国互联网产业发展状况分析31
（1）网民规模31
（2）网民属性34
（3）接入方式38
（4）2015年互联网基础资源40
（5）网络国际出口带宽43
（6）2017年网民互联网应用状况44
4、关联产业发展对行业的影响48
第三节中国互联网+二手车行业技术背景分析49
一、云计算技术发展现状及未来趋势分析49
1、云计算的核心技术49
（1）编程模型49
（2）海量数据分布存储技术49
（3）海量数据管理技术50
（4）虚拟化技术50
（5）云计算平台管理技术50
（6）并行计算和并行算法51
（7）Web2.051
（8）面向服务的体系结构SOA51
（9）云安全52
2、典型云计算技术平台介绍53
（1）Google的云计算平台53
（2）IBM“蓝云”计算平台53
（3）Amazon的弹性计算云55
3、云计算技术面临的主要问题56
二、物联网技术发展现状及未来趋势分析56
1、中国物联网技术的演进路线56
2、中国物联网技术研发历程分析60

3、物联网核心技术发展现状分析61
4、国内云计算技术发展现状分析61
5、国内物联网业链主要环节分析62
6、中国物联网技术和标准化现状64
7、中国物联网技术发展趋势66
三、通信技术的发展现状及未来趋势分析66
四、互联网相关技术对行业的影响总结69
第二部分行业深度分析
第三章中国互联网+二手车行业发展分析70
第一节中国互联网+二手车行业发展分析70
一、互联网+二手车交易规模分析70
1、互联网+二手车交易量分析70
2、互联网+二手车交易额分析71
二、互联网+二手车交易价格分析72
1、互联网+二手车交易均价分析72
2014-2017年互联网+二手车交易均价走势

2、不同车龄库存均价分析72
3、不同省份库存单价对比73
4、各级别互联网+二手车保值率分析73
三、二手车交易结构分析73
1、车型结构分析73
2、区域结构分析74
3、交易渠道结构74
4、车龄结构分析75
5、车源结构分析75
四、互联网+二手车行业参与主体分析76
五、互联网+二手车行业发展模式分析77
六、互联网+二手车行业存在的问题81
第二节中国互联网+二手车行业发展分析84
一、互联网+二手车行业发展概况84
1、互联网+二手车行业发展阶段84
2、互联网+二手车资本模式86
二、互联网+二手车交易总况分析93
1、互联网+二手车交易量分析93

2、互联网+二手车与二手车交易对比93
3、互联网+二手车交易占保有量比重93
三、二手乘用车交易情况分析94
1、二手乘用车交易占比94
2、二手SUV交易占比95
3、二手MPV交易占比95
4、二手交叉型乘用车交易占比96
四、二手商用车交易情况分析97
1、二手客车交易占比97
2、二手货车交易占比98
第三节互联网+二手车行业发展SWOT分析98
一、互联网+二手车行业优势分析98
二、互联网+二手车行业劣势分析98
三、互联网+二手车行业机会分析99
四、互联网+二手车行业威胁分析100
第四节中国互联网+二手车市场调研分析101
一、汽车用户车辆处置调研分析101
1、车辆处置渠道调研分析101
2、用户倾向的出售方式分析102
二、用户期望更换周期及置换率分析103
1、用户期望更换周期分析103
2、用户的车辆置换率分析103
三、用户期望车辆保值率调研分析104
1、用户期望车辆保值率分析104
2、不同车辆品牌延续度分析104
四、用户期望的车辆评估调研分析105
1、互联网+二手车评估时间分析105
2、用户期望评估时间分析105
第四章我国互联网+二手车行业整体运行指标分析106
第一节2014-2017年中国互联网+二手车行业总体规模分析106
一、企业数量结构分析106
二、互联网+二手车平台经营情况107
三、行业市场规模分析108
第二节2014-2017年中国互联网+二手车行业财务指标总体分析108
一、行业盈利能力分析108

1、我国互联网+二手车行业销售利润率108
2、我国互联网+二手车行业成本费用利润率109
3、我国互联网+二手车行业亏损面109
二、行业偿债能力分析109
1、我国互联网+二手车行业资产负债比率109
2、我国互联网+二手车行业流动比率109
三、行业营运能力分析110
1、我国互联网+二手车行业应收帐款周转率110
2、我国互联网+二手车行业总资产周转率110
3、我国互联网+二手车行业应收账款周转天数110
四、行业发展能力分析110
1、我国互联网+二手车行业总资产增长率110
2、我国互联网+二手车行业利润总额增长率111
3、我国互联网+二手车行业主营业务收入增长率111
第三部分市场全景调研
第五章中国品牌互联网+二手车现状及发展策略分析112
第一节国外品牌互联网+二手车市场发展分析112
一、国外品牌互联网+二手车市场现状分析112
二、重点品牌互联网+二手车在华业务情况113
第二节中国品牌互联网+二手车市场发展分析115
一、品牌互联网+二手车发展现状分析115
1、品牌互联网+二手车发展历程115
2、品牌互联网+二手车市场分析115
3、品牌互联网+二手车发展瓶颈117
二、品牌互联网+二手车发展机遇分析117
三、品牌互联网+二手车经营优劣势119
四、品牌互联网+二手车市场需求分析120
五、品牌互联网+二手车融资分析122
第三节中国品牌互联网+二手车主营业务分析123
一、整车置换业务分析123
二、汽车认证业务分析124
三、汽车拍卖业务分析125
四、汽车金融业务分析126
五、二手车服务业务分析127
第六章互联网+二手车市场管理策略与服务体系建设130

第一节互联网+二手车市场经营管理策略分析130
一、建立互联网+二手车市场信息平台130
二、规范第三方二手车评估体系131
1、二手车市场评估体系131
2、美国二手车市场评估体系132
3、中国《二手车鉴定评估规范》133
三、培养互联网+二手车行业从业人才133
第二节互联网+二手车市场售后服务体系分析134
一、互联网+二手车售后服务网络的构成134
二、互联网+二手车售后服务网络的功能建设135
三、互联网+二手车客户满意度考评体系分析135
第七章互联网+二手车O2O商业模式与生态体系搭建137
第一节互联网+二手车O2O的不同商业组合模式137
一、线上社区+线下消费/社区137
二、线上消费/社区+线下社区137
三、线上消费/社区+线下消费/社区137
四、线上社区+线下社区137
第二节互联网+二手车O2O商业模式及发展前景138
一、互联网+二手车O2O商业模式的背景与目标138
二、互联网+二手车O2O商业模式的发展现状138
三、互联网+二手车O2O模式的优势劣势分析142
1、从商家的角度分析142
2、从消费者的角度分析142
3、从O2O平台的角度分析142
四、互联网+二手车O2O商业模式的发展前景142
1、建立诚信体系142
2、进一步细分市场143
3、更多传统行业的参与143
4、抓住移动商务的发展机遇143
5、探索更好的盈利模式144
第三节互联网+二手车O2O生态体系的搭建144
一、互联网+二手车O2O生态体系搭建的基础144
1、互联网+二手车行业线下竞争格局分析144
2、互联网+二手车行业线上线下融合趋势144
3、移动互联网的快速发展146

二、互联网+二手车O2O生态体系搭建的重点147
1、整合的O2O内循环147
2、建立跨平台的互动生态圈149
3、大数据运营与营销152
第四部分竞争格局分析
第八章中国互联网+二手车市场重点地区发展状况分析155
第一节互联网+二手车交易市场区域分布155
一、各区域互联网+二手车交易量情况155
1、前10省市交易量情况155
2、各区域交易份额情况156
二、华东地区互联网+二手车交易情况156
三、华南地区互联网+二手车交易情况157
四、华北地区互联网+二手车交易情况157
五、西南地区互联网+二手车交易情况158
六、东北地区互联网+二手车交易情况158
七、西北地区互联网+二手车交易情况159
第二节广东省互联网+二手车市场发展状况159
一、广东省互联网+二手车市场交易规模159
二、重点城市互联网+二手车交易市场情况160
1、广州市互联网+二手车交易市场发展情况160
2、深圳市互联网+二手车交易市场发展情况160
3、佛山市互联网+二手车交易市场发展情况160
4、东莞市互联网+二手车交易市场发展情况160
5、中山市互联网+二手车交易市场发展情况161
第三节山东省互联网+二手车市场发展状况162
一、山东省互联网+二手车市场交易规模162
二、重点城市互联网+二手车市场发展情况162
1、济南市互联网+二手车交易市场发展情况162
2、青岛市互联网+二手车交易市场发展情况162
3、临沂市互联网+二手车交易市场发展情况163
4、枣庄市互联网+二手车交易市场发展情况163
第四节四川省互联网+二手车市场发展状况164
一、四川省互联网+二手车市场发展情况164
二、重点城市互联网+二手车市场发展情况164
1、成都市互联网+二手车交易市场发展情况164

2、绵阳市互联网+二手车交易市场发展情况165
第五节河南省互联网+二手车市场发展状况165
一、河南省互联网+二手车市场发展情况165
二、重点城市互联网+二手车市场发展情况166
1、郑州市互联网+二手车交易市场发展情况166
2、洛阳市互联网+二手车交易市场发展情况166
三、河南省二手交易市场发展动向166
第六节河北省互联网+二手车市场发展状况167
一、河北省互联网+二手车市场发展情况167
二、重点城市互联网+二手车市场发展情况167
1、石家庄市互联网+二手车交易市场发展情况167
2、保定市互联网+二手车交易市场发展情况168
三、河北省二手交易市场发展动向168
第七节北京市互联网+二手车市场发展状况168
一、北京市互联网+二手车市场交易规模168
二、限购令对互联网+二手车市场的影响169
三、北京市互联网+二手车市场发展趋势169
四、北京市二手交易市场发展动向169
第八节天津市互联网+二手车市场发展状况170
一、天津市互联网+二手车市场交易规模170
二、北京限购令对天津互联网+二手车市场的影响170
三、天津市互联网+二手车市场发展动向171
第九节上海市互联网+二手车市场发展状况172
一、上海市互联网+二手车市场交易规模172
二、上海二手车市场交易市场发展分析172
三、上海市互联网+二手车发展规划解读172
四、上海市互联网+二手车交易量上升原因175
五、上海市互联网+二手车市场发展动向175
第十节其他地区互联网+二手车市场发展状况176
一、黑龙江省互联网+二手车市场发展状况176
二、吉林省互联网+二手车市场发展状况176
三、辽宁省互联网+二手车市场发展状况177
四、江苏省互联网+二手车市场发展状况177
五、浙江省互联网+二手车市场发展状况178
六、安徽省互联网+二手车市场发展状况178

七、江西省互联网+二手车市场发展状况179
八、福建省互联网+二手车市场发展状况179
九、湖南省互联网+二手车市场发展状况180
十、新疆互联网+二手车市场发展状况180
十一、广西互联网+二手车市场发展状况181
十二、海南省互联网+二手车市场发展状况181
十三、贵州省互联网+二手车市场发展状况182
十四、云南省互联网+二手车市场发展状况182
十五、内蒙古互联网+二手车市场发展状况183
十六、山西省互联网+二手车市场发展状况183
十七、陕西省互联网+二手车市场发展状况184
十八、甘肃省互联网+二手车市场发展状况184
十九、青海省互联网+二手车市场发展状况185
二十、西藏互联网+二手车市场发展状况185
第九章2018-2024年互联网+二手车行业领先平台经营分析186
第一节瓜子网186
一、平台发展概况分析186
二、平台二手车业务规模分析186
三、平台市场定位分析187
四、平台发展前景分析187
第二节人人车187
一、平台发展概况分析187
二、平台二手车业务规模分析189
三、平台市场定位分析189
四、平台发展前景分析190
第三节车猫网191
一、平台发展概况分析191
二、平台二手车业务规模分析191
三、平台市场定位分析192
四、平台发展前景分析192
第四节汽车之家193
一、平台发展概况分析193
二、平台二手车业务规模分析193
三、平台市场定位分析194
四、平台发展前景分析194

第五节车易拍194
一、平台发展概况分析194
二、平台二手车业务规模分析194
三、平台市场定位分析195
四、平台发展前景分析195
第六节273中国二手车交易网195
一、平台发展概况分析195
二、平台二手车业务规模分析196
三、平台市场定位分析196
四、平台发展前景分析197
第七节百姓网197
一、平台发展概况分析197
二、平台二手车业务规模分析197
三、平台市场定位分析199
四、平台发展前景分析199
第八节易车网199
一、平台发展概况分析199
二、平台二手车业务规模分析199
三、平台市场定位分析201
四、平台发展前景分析201
第四部分发展投资分析
第十章中国互联网+二手车市场投资分析与前景预测202
第一节互联网+二手车市场的投资风险分析202
一、互联网+二手车市场政策风险分析202
二、互联网+二手车市场竞争风险分析203
三、互联网+二手车行业市场波动风险205
四、互联网+二手车市场其他风险分析206
第二节互联网+二手车市场投资特性分析208
一、互联网+二手车市场进入壁垒分析208
二、互联网+二手车市场盈利模式分析208
1、模式一：网上竞价交易平台208
2、模式二：交易服务资讯平台209
3、模式三：简单收购模式210
4、模式四：第三方信息服务平台210
5、模式五：寄售模式211

三、互联网+二手车市场盈利因素分析211
第三节互联网+二手车市场投资机会分析213
一、拍卖市场交易情况213
二、互联网+二手车电子商务215
第四节互联网+二手车市场发展前景预测220
一、互联网+二手车市场发展趋势分析220
二、互联网+二手车市场交易规模预测222
第五节互联网+二手车市场最新投融资分析222
一、互联网+二手车行业投资动态222
1、一汽丰田深耕互联网+二手车业务222
2、和谐汽车涉足互联网+二手车业务223
3、首家合资互联网+二手车置换中心开业223
4、易车KBBCADA合作223
5、神龙汽车公司成立首个互联网+二手车中心224
6、宁夏西夏区互联网+二手车交易市场224
7、比亚迪5地试水互联网+二手车224
8、平安试水互联网+二手车电商225
二、互联网+二手车行业融资动态226
1、车易拍获5000万美元融资226
2、优车诚品获近千万A轮融资226
3、大搜车获千亿级B轮投资226
4、优信拍获3000万美元融资227
三、互联网+二手车行业投融资趋势227
第十一章2018-2024年互联网+二手车行业投资机会与风险防范231
第一节互联网+二手车行业投融资情况231
一、行业资金渠道分析231
二、资产投资情况分析231
三、兼并重组情况分析232
四、互联网+二手车行业投资现状分析232
1、2014-2017年互联网+二手车行业投资状况回顾232
2、2014-2017年中国互联网+二手车行业风险投资状况233
3、2018-2024年我国互联网+二手车行业的投资态势233
第二节2018-2024年互联网+二手车行业投资机会234
一、产业链投资机会234
二、细分市场投资机会235

三、重点区域投资机会236
四、互联网+二手车行业投资机遇236
第三节2018-2024年互联网+二手车行业投资风险及防范236
一、政策风险及防范236
二、技术风险及防范237
三、供求风险及防范237
四、宏观经济波动风险及防范237
五、关联产业风险及防范238
六、产品结构风险及防范238
七、其他风险及防范239
第四节中国互联网+二手车行业投资建议241
一、互联网+二手车行业未来发展方向241
二、互联网+二手车行业主要投资建议242
三、中国互联网+二手车企业融资分析243
1、中国互联网+二手车企业IPO融资分析243
2、中国互联网+二手车企业再融资分析244
第十二章2018-2024年互联网+二手车行业面临的困境及对策246
第一节2017年互联网+二手车行业面临的困境246
第二节互联网+二手车企业面临的困境及对策246
一、重点互联网+二手车企业面临的困境及对策246
1、重点互联网+二手车企业面临的困境246
2、重点互联网+二手车企业对策探讨247
二、中小互联网+二手车企业发展困境及策略分析247
1、中小互联网+二手车企业面临的困境247
2、中小互联网+二手车企业对策探讨247
三、国内互联网+二手车企业的出路分析248
第三节中国互联网+二手车行业存在的问题及对策248
一、中国互联网+二手车行业存在的问题248
二、互联网+二手车行业发展的建议对策249
1、把握国家投资的契机249
2、竞争性战略联盟的实施250
3、企业自身应对策略250
三、市场的重点客户战略实施252
1、实施重点客户战略的必要性252
2、合理确立重点客户252

3、重点客户战略管理253
4、重点客户管理功能254
第四节中国互联网+二手车市场发展面临的挑战与对策255
第十三章互联网+二手车行业发展战略研究257
第一节互联网+二手车行业发展战略研究257
一、战略综合规划257
二、技术开发战略259
三、业务组合战略261
四、区域战略规划261
五、产业战略规划263
六、营销品牌战略263
七、竞争战略规划264
第二节对我国互联网+二手车品牌的战略思考264
一、互联网+二手车品牌的重要性264
二、互联网+二手车实施品牌战略的意义266
三、互联网+二手车企业品牌的现状分析266
四、我国互联网+二手车企业的品牌战略266
五、互联网+二手车品牌战略管理的策略267
第三节互联网+二手车经营策略分析271
一、互联网+二手车市场细分策略271
二、互联网+二手车市场创新策略272
三、品牌定位与品类规划273
四、互联网+二手车新产品差异化战略273
第四节互联网+二手车行业投资战略研究274
一、2017年互联网+二手车行业投资战略274
二、2018-2024年互联网+二手车行业投资战略274
三、2018-2024年细分行业投资战略275
第十四章研究结论及投资建议277（ZY GXH）
第一节互联网+二手车行业研究结论及建议277
第二节互联网+二手车子行业研究结论及建议279
第三节互联网+二手车行业投资建议280
一、行业发展策略建议280
二、行业投资方向建议280
三、行业投资趋势建议282 （ZY GXH）
图表目录：

图表：互联网+二手车成本、风险交易情况3
图表：2014-2017年中国月度汽车销量及同比变化情况4
图表：2014-2017年中国月度乘用车销量变化情况5
图表：2017年中国各大SUV销量排行榜（辆）6
图表：2017年中国各大PV销量排行榜（辆）7
图表：2014-2017年中国商用车月度销售情况8
图表：2016中国商用车销量结构占比9
图表：2012-2017年私家车保有量11
图表：中国汽车后市场分类12
图表：2012-2017年中国汽车后市场规模统计14
图表：2018-2024年中国汽车后市场规模预测16
图表：2014-2017年中国GDP及增长率统计23
图表：2017年国内生产总值统计24
图表：2017年中国全社会固定资产投资统计24
图表：2015年-2017年工业经济增长情况25
图表：中国大数据产业发展阶段30
图表：2011-2018年大数据产业营收规模及增长30
图表：全球七大重点领域大数据应用潜在价值31
图表：2006-2017年中国网民规模和互联网普及率32
图表：2007-2015年中国手机网民规模及其占网民比例33
图表：2015-2017年中国网民城乡结构34
图表：2015-2017年中国网民性别结构35
图表：2015-2017年中国网民年龄结构36
图表：2015-2017年中国网民学历结构36
图表：2015-2017年中国网民职业结构37
图表：2015-2017年中国网民个人月收入结构38
图表：2015-2017年中国互联网络接入设备使用情况39
图表：2015-2017年中国网民使用电脑接入互联网的场所39
图表：2015-2016中国互联网基础资源对比40
图表：2009-2017年中国IPv6地址数量41
图表：2009-2017年中国IPv4地址资源变化情况41
图表：2017年中国分类域名数42
图表：2017年中国分类CN域名数42
图表：2010-2017年中国网站数量43
图表：2010-2017年中国国际出口宽带及其增长率44

图表：2015年主要骨干网络国际出口带宽数44
图表：2015-2017年中国网民各类互联网应用的使用率47
图表：2015-2017年中国网民各类手机互联网应用的使用率48
图表：中国云计算产业专利技术构成情况62
图表：2014-2017年互联网+二手车交易量分析70
图表：2014-2017年互联网+二手车交易额分析71
图表：2014-2017年互联网+二手车交易均价分析72
图表：不同车龄库存均价分析72
图表：不同省份库存单价对比73
图表：2017年互联网+二手车保值率排行73
图表：互联网发布二手车品牌排行73
图表：2016中国互联网+二手车区域占比74
图表：互联网+二手车主流交易渠道74
图表：互联网+二手车车龄结构分析75
图表：互联网+二手车车源分布75
图表：二手车电商消费贷款对比90
图表：2014-2017年互联网+二手车与二手车交易对比93
图表：2014-2017年互联网+二手车交易占二手车保有量的比重93
图表：2014-2017年二手乘用车交易占比94
图表：2014-2017年二手SUV交易占比95
图表：2014-2017年二手MPV交易占比95
图表：2014-2017年二手交叉型乘用车交易占比96
图表：2014-2017年二手客车交易占比97
图表：2015-2017年二手货车交易占比98
图表：二手车各渠道销售方式占比102
图表：用户期望车辆保值率分析104
图表：部分品牌车辆保值率分析104
图表：中国互联网+二手车主流平台统计106
图表：2013-2017年互联网+二手车交易量108
图表：互联网+二手车行业销售利润率分析108
图表：互联网+二手车行业成本费用利润率分析109
图表：互联网+二手车行业亏损面分析109
图表：互联网+二手车行业资产负债比率分析109
图表：互联网+二手车行业流动比率分析109
图表：互联网+二手车行业应收帐款周转率110

图表：互联网+二手车行业总资产周转率110
图表：互联网+二手车行业应收账款周转天数110
图表：互联网+二手车行业总资产增长率110
图表：互联网+二手车行业利润总额增长率111
图表：互联网+二手车行业主营业务收入增长率111
图表：中国手机网民规模及增长分析147
图表：O2O商业闭环图149
图表：2017年互联网+二手车前10省市交易量情况155
图表：2017年各区域交易份额情况156
图表：2014-2017年华东地区互联网+二手车交易情况156
图表：2014-2017年华南地区互联网+二手车交易情况157
图表：2014-2017年华北地区互联网+二手车交易情况157
图表：2014-2017年西南地区互联网+二手车交易情况158
图表：2014-2017年东北地区互联网+二手车交易情况158
图表：2014-2017年西北地区互联网+二手车交易情况159
图表：2014-2017年广东省互联网+二手车市场交易规模159
图表：2014-2017年山东省互联网+二手车市场交易规模162
图表：2014-2017年济南市互联网+二手车交易市场发展情况162
图表：2014-2017年青岛市互联网+二手车交易市场发展情况162
图表：2014-2017年临沂市互联网+二手车交易市场发展情况163
图表：2014-2017年枣庄市互联网+二手车交易市场发展情况163
图表：2015-2017年四川省互联网+二手车市场交易规模164
图表：2014-2017年成都市互联网+二手车交易市场发展情况164
图表：2014-2017年绵阳市互联网+二手车交易市场发展情况165
图表：2014-2017年河南省互联网+二手车市场交易规模165
图表：2014-2017年郑州市互联网+二手车交易市场发展情况166
图表：2014-2017年洛阳市互联网+二手车交易市场发展情况166
图表：2014-2017年河北省互联网+二手车市场交易规模167
图表：2014-2017年石家庄市互联网+二手车交易市场发展情况167
图表：2014-2017年石家庄市互联网+二手车交易市场发展情况168
图表：2014-2017年北京互联网+二手车市场交易规模168
图表：2014-2017年天津市互联网+二手车市场交易规模170
图表：2015-2017年上海市互联网+二手车市场交易规模172
图表：2014-2017年黑龙江省互联网+二手车市场交易规模176
图表：2014-2017年黑龙江省互联网+二手车市场交易规模176

图表：2014-2017年辽宁省互联网+二手车市场交易规模177
图表：2014-2017年江苏省互联网+二手车市场交易规模177
图表：2014-2017年浙江省互联网+二手车市场交易规模178
图表：2014-2017年安徽省互联网+二手车市场交易规模178
图表：2014-2017年江西省互联网+二手车市场交易规模179
图表：2014-2017年福建省互联网+二手车市场交易规模179
图表：2014-2017年湖南省互联网+二手车市场交易规模180
图表：2014-2017年新疆互联网+二手车市场交易规模180
图表：2014-2017年广西互联网+二手车市场交易规模181
图表：2014-2017年海南省互联网+二手车市场交易规模181
图表：2014-2017年贵州省互联网+二手车市场交易规模182
图表：2014-2017年云南省互联网+二手车市场交易规模182
图表：2014-2017年内蒙古互联网+二手车市场交易规模183
图表：2014-2017年山西省互联网+二手车市场交易规模183
图表：2014-2017年陕西省互联网+二手车市场交易规模184
图表：2014-2017年甘肃省互联网+二手车市场交易规模184
图表：2014-2017年青海省互联网+二手车市场交易规模185
图表：2014-2017年西藏互联网+二手车市场交易规模185
图表：2018-2024年互联网+二手车市场交易规模预测222
图表：用户与平台交易模式关系229
图表：2014-2017年中国二手车融资情况233
图表：服务汇总及关联关系251
图表：战略综合规划框架图257
图表：战略综合规划步骤图259
图表：四种基本的品牌战略271

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201803/618210.html