

2017-2022年中国二手车电 子商务市场深度研究与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国二手车电子商务市场深度研究与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/jiaotong/N03827PE94.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

据数据显示，2016年上半年，中国二手车整体交易量规模超477万辆，同比2015年上半年增长3.59%。

2016年上半年中国二手车整体车交易量

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国二手车电子商务市场深度研究与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了中国二手车电子商务行业市场发展环境、中国二手车电子商务整体运行态势等，接着分析了中国二手车电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了中国二手车电子商务市场竞争格局。随后，报告对中国二手车电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国二手车电子商务行业发展趋势与投资预测。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。

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：

第一章二手车电子商务行业相关概述16

第一节电子商务行业概况16

一、电子商务概念16

二、电子商务分类16

三、电子商务作用20

第二节二手车电子商务行业概况21

一、二手车电子商务含义界定21

二、二手车电子商务发展意义22

三、二手车电子商务业务层次24

四、二手车电子商务交易特征24

第三节二手车电子商务支撑体系25

- 一、物流配送25
- 二、支付体系31
- 三、安全保障34

第二章中国二手车电子商务行业发展环境分析35

第一节中国宏观经济发展分析35

- 一、2016年中国GDP增长情况分析35
- 二、2016年工业经济发展形势分析37
- 三、2016年社会固定资产投资分析45
- 四、2016年全社会消费品零售总额54
- 五、2016年城乡居民收入增长分析57
- 六、2016年居民消费价格变化分析61

第二节中国社会网络环境分析73

- 一、互联网基础资源分析73
- 二、网民的基本情况分析78
- 三、互联网整体应用分析92

第三节中国电子商务发展分析113

- 一、电子商务行业发展规模113
- 二、B2B电子商务发展规模114
- 三、网络零售市场发展规模115
- 四、网络团购市场发展规模116

第四节中国二手车电子商务政策环境117

- 一、电子商务行业相关政策117
- 二、二手车行业相关政策119
- 三、二手车电子商务相关政策120

第三章中国二手车电子商务行业发展分析122

第一节二手车电子商务发展背景122

- 一、涉农电子商务星火燎原122
- 二、涉农平台的重视和投入123
- 三、更多服务商投身本行业124

第二节二手车电子商务发展概况124

- 一、二手车电子商务发展现状124
- 二、农业电子商务网站数量125
- 三、重庆首家二手车交易电商平台上线125
- 四、全国首家二手车电子商城长沙上线126
- 五、二手车电子商务进入服务时代127
- 第三节二手车网商销售模式的探索128
 - 一、涉农网商模式的升级128
 - 二、平台与运营服务商联动129
 - 三、平台与传统经纪人联动130
 - 四、订单农业的雏形131

第四章中国二手车电子商务细分市场发展分析132

第一节粮食电子商务市场发展概况132

- 一、粮食产量规模分析132
- 二、粮食流通现状分析132
- 三、粮食电子商务发展意义135
- 四、粮食电子商务交易方式分析136
- 五、粮食电子商务平台建设情况136
- 六、中华粮网与建行协议促粮食电子商务140

第二节蔬菜电子商务市场发展概况141

- 一、蔬菜产量规模分析141
- 二、蔬菜流通基本体系分析141
- 三、蔬菜电子商务发展意义150
- 四、蔬菜电子商务发展现状151
- 五、蔬菜电子商务发展阻碍152
- 六、新绛启动蔬菜电子商务平台153

第三节肉类电子商务市场发展概况154

- 一、肉类产量规模分析154
- 二、肉类流通现状分析154
- 三、肉类电子商务发展意义154
- 四、肉类电子商务发展现状155
- 五、天津冷链物流项目补贴助推肉类网上交易155

第四节水果电子商务市场发展概况156

- 一、水果产量规模分析156
- 二、水果流通现状分析156
- 三、水果电子商务发展意义162
- 四、水果电子商务发展现状162
- 五、中国（上海）进口水果电子商务平台开通164

第五节茶叶电子商务发展概况165

- 一、茶叶产量规模分析165
- 二、茶企开展电子商务的目的166
- 三、茶叶电子商务发展现状167
- 四、2016年茶业电子商务十强企业169
- 五、上海大宁茶城搭上电子商务快车169

第六节干果电子商务发展概况170

- 一、干果产量规模分析170
- 二、干果销售渠道分析170
- 三、干果电子商务发展意义171
- 四、干果电子商务发展现状171

第五章中国二手车电子商务运营模式分析176

第一节二手车电子商务服务模式的发展176

- 一、信息联盟服务商务模式176
- 二、农民信息服务商务模式176
- 三、企业信息服务商务模式178
- 四、综合服务商务模式179

第二节二手车电子商务经营业态分析179

- 一、B2C模式179
- 二、家庭会员宅配模式179
- 三、新型的订单农业180

第三节二手车电子商务业务模式分析180

- 一、服务提供阶段的初级模式180
- 二、网上交易阶段的高级模式181
- 三、第三方电子交易市场模式182

第六章中国二手车电子商务平台竞争力分析184

第一节淘宝网184

- 一、网站基本情况184
- 二、网站二手车销售情况184
- 三、网站综合竞争力分析185
- 四、网站涉农业务布局185

第二节中粮我买网186

- 一、网站基本情况186
- 二、网站二手车销售情况187
- 三、网站综合竞争力分析187
- 四、网站涉农业务布局189

第三节联合二手车网路商场190

- 一、网站基本情况190
- 二、网站二手车销售情况190
- 三、网站综合竞争力分析190
- 四、网站涉农业务布局191

第四节农伯网191

- 一、网站基本情况191
- 二、网站二手车销售情况192
- 三、网站综合竞争力分析192

第五节一亩田193

- 一、网站基本情况193
- 二、网站二手车销售情况193
- 三、网站综合竞争力分析193
- 四、网站涉农业务布局194

第六节乐食麦194

- 一、网站基本情况194
- 二、网站二手车销售情况194
- 三、网站综合竞争力分析195
- 四、网站涉农业务布局195

第七节菜管家195

- 一、网站基本情况195
- 二、网站二手车销售情况196
- 三、网站综合竞争力分析196
- 四、网站涉农业务布局197

第七章二手车企业进入电商市场可行性研究198

第一节二手车企业转战电商市场构建分析198

- 一、二手车电子商务网站构建198
- 二、二手车企业转型电商发展途径200
- 三、二手车企业电子商务市场投资要素202

第二节二手车企业转战电商流程管理分析203

- 一、网站运营流程203
- 二、网络销售流程205
- 三、产品发货流程208
- 四、采购管理流程208
- 五、订单销售流程209
- 六、库房操作流程210

第三节二手车企业转战电商物流投资分析210

- 一、二手车企业电商自建物流210
- 二、二手车企业电商外包物流213
- 三、二手车电商物流构建策略214

第四节二手车企业转战电商平台选择分析216

- 一、二手车企业电商建设模式216
- 二、自建商城网店平台217
- 三、借助第三方网购平台217

第八章2017-2022年中国二手车电子商务发展前景及趋势219

第一节2017-2022年二手车电子商务发展前景219

- 一、二手车电子商务为农村网商创业添动力219
- 二、二手车电子商务发展前景220
- 三、二手车电子商务B2C发展前景221
- 四、二手车电子商务O2O发展前景223

第二节2017-2022年二手车电子商务发展趋势225

- 一、二手车电子商务网点数量增长趋势225
- 二、二手车电子商务二手车品类突破趋势225
- 三、二手车电子商务市场容量扩大化趋势225
- 四、二手车电子商务经营模式多样化趋势226
- 五、二手车电子商务线上线下结合趋势226
- 六、二手车电子商务SNS营销趋势227

第九章2017-2022年中国二手车电子商务投资机会及风险228 (ZYYF)

第一节2017-2022年二手车电子商务投资机会228

- 一、良好的宏观环境228
- 二、互联网技术注入生机和活力228
- 三、自我创新需求的驱动229
- 四、二手车电子商务投资机会229

第二节2017-2022年二手车电子商务投资风险230

- 一、国家政策风险230
- 二、市场运营风险230
- 三、市场竞争风险231
- 四、市场融资风险231
- 五、技术风险分析231

第三节2017-2022年二手车电子商务产品战略232

- 一、二手车产品类别构成象限232
- 二、高附加值且易于做电子商务的产品232
- 三、高附加值但不太易于做电子商务的产品233
- 四、附加值低但易于做电子商务的产品233
- 五、低附加值且不易做电子商务的产品234

第四节2017-2022年中国电子商务行业政策建议234

- 一、规范和完善支撑环境234
- 二、进一步拓展商务平台应用235
- 三、推动二手车标准化工作235
- 四、加快发展移动电子商务236

图表目录：

图表12011年第二季度到2016年一季度中国第三方电子支付市场交易规模32

图表22016年一季度中国第三方电子支付市场交易额份额32

图表3网络购物支付方式表33

图表42016年GDP初步核算数据35

图表52011-2016年GDP环比增长速度35

图表62016年1季度GDP初步核算数据36

图表72016年1季度GDP环比增长速度36

图表82013-2016年中国各月累计主营业务收入与利润总额同比增速38

图表92013-2016年中国各月累计主营业务收入与主营活动利润同比增速38

图表102013-2016年中国各月累计每百元主营业务收入中的成本与利润率39

图表112016年分经济类型主营业务收入与主营活动利润同比增色40

图表122016年规模以上工业企业主要财务指标40

图表132013-2016年9月规模以上工业增加值同比增长速度42

图表142016年9月份规模以上工业生产主要数据43

图表152006-2016年我国全社会固定资产投资及其增长率情况45

图表162012年6月-2016年9月我国固定资产投资（不含农户）同比增速46

图表172012年6月-2016年9月固定资产投资到位资金同比增速47

图表182016年固定资产投资（不含农户）主要数据48

图表192016年-2016年9月我国固定资产投资（不含农户）同比增速51

图表202016年-2016年9月固定资产投资到位资金同比增速52

图表212016年1-9月份固定资产投资（不含农户）主要数据52

图表222009-2015年我国社会消费品零售总额及其增长速度55

图表232013-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度56

图表242016年1-9月份社会消费品零售总额主要数据56

图表252006-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度58

图表262006-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度59

图表272012年6月-2016年9月全国居民消费价格涨跌幅度61

图表282012年6月-2016年9月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况62

图表292012年6月-2016年9月我国鲜菜、鲜果价格变动情况62

图表302016年1-9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅64

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/N03827PE94.html>