

中国互联网+汽车后市场行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：中国互联网+汽车后市场行业发展综述
 - 1.1 “互联网+汽车后市场”行业概念界定
 - 1.1.1 “互联网+汽车后市场”的提出及内涵
 - 1.1.2 “互联网+汽车后市场”行业的定义
 - 1.2 中国互联网+汽车后市场行业发展背景
 - 1.2.1 中国互联网+汽车后市场行业政策环境分析
 - 1.2.2 中国互联网+汽车后市场行业经济背景分析
 - 1.2.3 中国互联网+汽车后市场行业社会背景分析
 - 1.2.4 中国互联网+汽车后市场行业技术背景分析
- 第2章：中国互联网+汽车后市场行业发展现状及前景
 - 2.1 中国互联网+汽车后市场行业市场发展阶段分析
 - 2.1.1 前瞻对互联网+汽车后市场行业发展阶段的研究
 - 2.1.2 中国互联网+汽车后市场行业细分阶段发展特点
 - 2.2 互联网给汽车后市场行业带来的冲击和变革分析
 - 2.2.1 互联网时代汽车后市场行业大环境变化分析
 - 2.2.2 互联网给汽车后市场行业带来的突破机遇分析
 - 2.2.3 互联网给汽车后市场行业带来的挑战分析
 - 2.2.4 互联网对汽车后市场行业的重构分析
 - 2.2.5 互联网+汽车后市场行业融合创新机会分析
 - 2.3 中国互联网+汽车后市场行业市场发展现状分析
 - 2.3.1 中国互联网+汽车后市场行业投资布局分析
 - 2.3.2 汽车后市场行业目标客户互联网渗透率分析
 - 2.3.3 中国互联网+汽车后市场行业市场规模分析
 - 2.3.4 中国互联网+汽车后市场行业竞争格局分析
 - 2.4 中国互联网+汽车后市场行业市场发展前景分析
 - 2.4.1 中国互联网+汽车后市场行业市场增长动力分析
 - 2.4.2 中国互联网+汽车后市场行业市场发展瓶颈剖析
 - 2.4.3 中国互联网+汽车后市场行业市场发展趋势分析
- 第3章：中国互联网+汽车后市场行业商业模式创新策略
 - 3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
 - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
 - 3.2 中国互联网+汽车后市场行业市场定位创新分析
 - 3.2.1 中国汽车后市场行业消费者特征分析
 - 3.2.2 中国汽车后市场行业企业主流的市场定位分析
 - 3.2.3 互联网对汽车后市场行业市场定位的变革分析
 - 3.3 中国互联网+汽车后市场行业价值主张创新分析
 - 3.3.1 中国互联网+汽车后市场行业主要的客户价值主张要素分析
 - 3.3.2 中国汽车后市场行业主流的行业价值主张创新策略分析
 - 3.4 中国互联网+汽车后市场行业渠道通路创新分析
 - 3.4.1 互联网对汽车后市场行业渠道通路的颠覆性变革分析
 - 3.4.2 互联网+汽车后市场行业网络媒体广告宣传策略分析
 - 3.5 中国互联网+汽车后市场行业客户关系创新分析
 - 3.5.1 中国互联网+汽车后市场行业客户关系的类别
 - 3.5.2 中国互联网+汽车后市场行业客户关系创新路径分析
 - 3.6 中国互联网+汽车后市场行业收入来源创新分析
 - 3.6.1 中国互联网+汽车后市场行业收入的主要来源渠道及特点
 - 3.6.2 中国互联网+汽车后市场行业收入来源的创新分析
 - 3.7 中国互联网+汽车后市场行业合作伙伴创新分析
 - 3.7.1 中国汽车后市场行业主要的合作伙伴及其特点分析
 - 3.7.2 互联网如何改变汽车后市场行业合作伙伴结构

- 3.7.3 互联网下汽车后市场行业新增合作伙伴的特点
- 3.8 中国互联网+汽车行业成本机构优化分析
 - 3.8.1 中国汽车后市场行业主要成本结构及特点分析
 - 3.8.2 互联网如何改变汽车后市场行业成本结构
- 3.9 国外互联网+汽车后市场行业商业模式创新经验
 - 3.9.1 国外互联网+汽车后市场行业商业模式优秀案例剖析
- 第4章：中国互联网+汽车后市场行业企业电商战略规划及模式选择
 - 4.1 中国互联网+汽车后市场行业企业电商战略规划分析
 - 4.1.1 互联网+汽车后市场企业电商如何正确定位
 - 4.1.2 互联网+汽车后市场电商核心业务确定策略
 - 4.1.3 互联网+汽车后市场企业电商化组织变革策略
 - 4.2 中国互联网+汽车后市场行业典型电商发展模式的优劣势
 - 4.2.1 B2B电商模式
 - 4.2.2 B2C电商模式的定义及特点
 - 4.2.3 C2C电商模式的定义及特点
 - 4.2.4 O2O电商模式的定义及特点
 - 4.3 中国互联网+汽车后市场行业企业电商切入模式及路径
 - 4.3.1 平台类汽车后市场电商运营模式分析
 - 4.3.2 自营类汽车后市场电商运营模式分析
 - 4.3.3 平台+自营类电商运营模式
 - 4.3.4 企业如何利用第三方电商平台
- 第5章：中国互联网+汽车后市场商业模式创新优秀案例剖析
 - 5.1 途虎养车
 - 5.1.1 企业基本信息
 - 5.1.2 企业经营情况分析
 - 5.1.3 企业产品/服务分析
 - 5.1.4 企业电商战略解析
 - 5.1.5 企业渠道通路分析
 - 5.1.6 企业商业模式评价
 - 5.2 乐车邦
 - 5.2.1 企业基本信息
 - 5.2.2 企业经营情况分析
 - 5.2.3 企业产品/服务分析
 - 5.2.4 企业电商战略解析
 - 5.2.5 企业渠道通路分析
 - 5.2.6 企业商业模式评价
 - 5.3 车享家
 - 5.3.1 企业基本信息
 - 5.3.2 企业经营情况分析
 - 5.3.3 企业产品/服务分析
 - 5.3.4 企业电商战略解析
 - 5.3.5 企业渠道通路分析
 - 5.3.6 企业商业模式评价
 - 5.4 平安好车主
 - 5.4.1 企业基本信息
 - 5.4.2 企业经营情况分析
 - 5.4.3 企业产品/服务分析
 - 5.4.4 企业电商战略解析
 - 5.4.5 企业渠道通路分析
 - 5.4.6 企业商业模式评价
 - 5.5 汽车超人
 - 5.5.1 企业基本信息
 - 5.5.2 企业经营情况分析
 - 5.5.3 企业产品/服务分析
 - 5.5.4 企业电商战略解析
 - 5.5.5 企业渠道通路分析
 - 5.5.6 企业商业模式评价
- 第6章：中国互联网+汽车后市场行业市场投资机会及建议
 - 6.1 中国互联网+汽车后市场行业投资特性及风险

- 6.1.1 互联网+汽车后市场行业投资壁垒分析
- 6.1.2 互联网+汽车后市场行业投资风险分析
- 6.2 中国互联网+汽车后市场行业投融资现状及趋势**
 - 6.2.1 中国互联网+汽车后市场投融资现状
 - 6.2.2 中国互联网+汽车后市场投融资趋势
- 6.3 中国互联网+汽车后市场行业投资机会及建议**
 - 6.3.1 中国互联网+汽车后市场行业投资机会分析
 - 6.3.2 前瞻关于互联网+汽车后市场行业的投资建议

图表目录

- 图表1: 传统汽车后市场产业链相关痛点分析
- 图表2: 中国汽车后市场的业务内容分析
- 图表3: 互联网+汽车后市场营销模式
- 图表4: 机动车维修加强监管措施
- 图表5: 2018-2023年中国互联网+汽车后市场政策汇总表
- 图表6: 汽车金融相关政策汇总表
- 图表7: 互联网+汽车租赁相关政策汇总表
- 图表8: 二手车相关政策汇总表
- 图表9: 汽车维修/养护/改装相关政策汇总表
- 图表10: 报废汽车回收相关政策汇总表
- 图表11: 充电基础设施相关政策汇总表
- 图表12: 2018-2023年美国GDP及其增速 (单位: 万亿美元, %)
- 图表13: 2018-2023年美国制造业ISM指数走势
- 图表14: 2018-2023年美国失业率走势图 (单位: %)
- 图表15: 2018-2023年欧元区GDP增速 (单位: %)
- 图表16: 2018-2023年欧元区失业率变动图 (单位: %)
- 图表17: 2018-2023年印度GDP增速 (单位: %)
- 图表18: 2017-2023年全球主要经济体经济增速预测 (单位: %)
- 图表19: 2018-2023年中国GDP走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表20: 2018-2023年中国工业增加值及增长率走势图 (单位: 亿元, %)
- 图表21: 2023年主要经济指标增长预测 (单位: %)
- 图表22: 2018-2023年我国网民规模及互联网普及率 (单位: 亿人, %)
- 图表23: 2018-2023年中国手机网民规模及增长率 (单位: 亿人, %)
- 图表24: 2018-2023年中国移动网购规模及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表25: 2018-2023年中国电商交易规模发展趋势 (单位: 万亿元, %)
- 图表26: 2019-2024年中国大数据产业规模及预测 (单位: 亿元)
- 图表27: 2019-2024年中国公有云市场规模及预测 (单位: 亿元)
- 图表28: 2019-2024年中国物联网市场规模 (单位: 亿元)
- 图表29: 关联产业对汽车后市场影响
- 图表30: 中国互联网+汽车后市场发展历程分析
- 图表31: 互联网时代汽车后市场所处环境变化
- 图表32: 传统OEM汽车后市场体系
- 图表33: 传统AM汽车后市场供应商、经销商体系
- 图表34: 互联网+汽车后市场面临挑战分析
- 图表35: 配件及用品企业互联网+发展商业模式
- 图表36: 配件及用品企业互联网+发展商业模式
- 图表37: “互联网+维修保养”发展四类商业模式分析
- 图表38: 互联网+汽车后市场跨界竞争格局
- 图表39: 互联网+汽车后市场行业融合创新机会
- 图表40: 2023年互联网+汽车后市场投资业务分布 (单位: %)
- 图表41: 2023年车后服务移动APP活跃用户数 (单位: 万人)
- 图表42: 2018-2023年中国汽车后市场行业市场规模 (单位: 亿元)
- 图表43: 中国互联网+汽车后市场主要参与者
- 图表44: 2023年中国车后服务行业月活动用户规模TOP 10 (单位: 万人)
- 图表45: 互联网+汽车后市场行业增长动力分析

- 图表46: 互联网+汽车后市场行业发展瓶颈
- 图表47: 互联网+汽车后市场线上发展趋势
- 图表48: 商业模式与其它模式的区别
- 图表49: 商业模式与其它模式的联系
- 图表50: 商业模式框架图
- 图表51: 一般行业盈利公式
- 图表52: 商业模式构建流程
- 图表53: 汽车后市场行业消费者性别比例 (单位: %)
- 图表54: 汽车后市场行业消费者性别分布 (单位: %)
- 图表55: 汽车后市场行业消费者省份分布
- 图表56: 汽车后市场行业消费者人均消费分布
- 图表57: 2016-2023年汽车后市场行业消费者消费偏好分析
- 图表58: 消费特征对企业的启示
- 图表59: 中国汽车后市场行业企业主流的市场定位分析
- 图表60: 商业模式中常用的价值主张要素
- 图表61: 互联网+汽车后市场行业利用互联网升级产品使用体验分析
- 图表62: 互联网+汽车后市场行业利用互联网改善个性化服务体验分析
- 图表63: 互联网+汽车后市场行业利用互联网节约客户成本分析
- 图表64: 消费者选购汽车后市场服务或商品的途径分析 (单位: 人)
- 图表65: 消费者选购汽车后市场服务信息获取方式分析 (单位: %)
- 图表66: 互联网+汽车后市场行业客户关系的类别
- 图表67: 客户关系创新路径分析
- 图表68: 各种销售渠道优劣势对比图
- 图表69: 中国汽车后市场行业主要的合作伙伴
- 图表70: 电商企业缩短利益链条
- 图表71: 戴姆勒金融服务集团经营优劣势分析表
- 图表72: 宝马汽车金融有限公司基本信息
- 图表73: 宝马汽车金融有限公司优劣势分析表
- 图表74: Openbay平台分析表
- 图表75: RepairPal平台分析表
- 图表76: 电商定位内容
- 图表77: 电动工具企业电商定位步骤
- 图表78: 电商模式的定位方式简介
- 图表79: 互联网+汽车后市场架构和功能模块
- 图表80: 互联网+汽车后市场网络化
- 图表81: 电子商务对企业业务流程的重构
- 图表82: B2B电商模式的优劣势分析
- 图表83: B2C电商模式的优劣势分析
- 图表84: C2C电商模式的优劣势分析
- 图表85: O2O电商模式的优劣势分析
- 图表86: 平台电商业务系统结构
- 图表87: 平台型电商收入来源
- 图表88: 平台型互联网+汽车后市场电商优劣势分析
- 图表89: 平台类互联网+汽车后市场关键资源能力
- 图表90: 自营型互联网+汽车后市场电商业务系统结构
- 图表91: 自营类汽车后市场电商优劣势分析
- 图表92: 自营类互联网+汽车后市场关键资源能力
- 图表93: 垂直自营电商平台化关键资源能力
- 图表94: 垂直自营电商平台化切入策略
- 图表95: 互联网+汽车后市场企业借助第三方平台模式发展优势
- 图表96: 互联网+汽车后市场企业借助第三方平台模式发展劣势
- 图表97: 互联网+汽车后市场企业借助第三方平台经营风险
- 图表98: 上海澜途信息技术有限公司
- 图表99: 2023年途虎养车主要核心指标
- 图表100: 途虎养车业务结构图
- 图表101: 途虎养车O2O商业模式闭环
- 图表102: 途虎养车线下布局一览
- 图表103: 上海享途网络科技有限公司
- 图表104: 乐车邦业务结构图

图表105: 乐车邦O2O商业模式闭环
图表106: 乐车邦全国渠道通路布局
图表107: 上海澜途信息技术有限公司
图表108: 车享家业务布局
图表109: 车享家产品服务内容
图表110: 车享家O2O服务模式
图表111: 中国平安保险(集团)股份有限公司
图表112: 途虎养车业务结构图
图表113: 平安好车主电商战略创新模式
图表114: 特维轮网络科技(杭州)有限公司
图表115: 汽车超人赋能门店实现精细化运营
图表116: 汽车超人O2O商业模式
图表117: 汽车超人线下门店拓展情况
图表118: 互联网+汽车后市场进入壁垒分析
图表119: 2023年互联网+汽车后市场投融资事件汇总
图表120: 2023年中国互联网+汽车后市场融资市场资本青睐程度调查(单位: %)
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!