中国互联网+汽车销售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+汽车销售行业发展综述

1.1 “互联网+汽车销售”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

（1）“互联网+”的提出

（2）“互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+汽车销售”行业的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+汽车销售行业发展背景

1.2.1 中国互联网+汽车销售行业政策背景分析

（1）行业管理体制分析

（2）行业相关执行标准

（3）行业发展规划分析

（4）行业政策动向分析

（5）政策环境对行业发展的影响分析

1.2.2 中国互联网+汽车销售行业经济背景分析

（1）宏观经济环境分析

1）国际宏观经济运行现状及展望

2）国内宏观经济运行现状及展望

3）宏观经济发展对行业发展的影响分析

（2）关联产业发展背景

1）中国电子商务发展状况分析

2）中国大数据产业发展状况分析

3）中国互联网产业发展状况分析

4）关联产业发展对行业的影响

1.2.3 中国互联网+汽车销售行业技术背景分析

（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析

（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析

（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析

（4）互联网相关技术对行业的影响总结

1.3 行业发展机遇与威胁分析

第2章：中国互联网+汽车销售行业发展现状及前景

2.1 中国互联网+汽车销售行业市场发展阶段分析

2.1.1 前瞻对互联网+汽车销售行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+汽车销售行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给汽车销售行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代汽车销售行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给汽车销售行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给汽车销售行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+汽车销售行业融合创新机会分析

2.3 中国互联网+汽车销售行业市场发展现状分析

2.3.1 中国互联网+汽车销售行业投资布局分析

（1）中国互联网+汽车销售行业投资切入方式

（2）中国互联网+汽车销售行业投资规模分析

（3）中国互联网+汽车销售行业投资业务布局

2.3.2 汽车销售行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+汽车销售行业市场规模分析

2.3.4 中国互联网+汽车销售行业竞争格局分析

（1）中国互联网+汽车销售行业参与者结构

（2）中国互联网+汽车销售行业竞争者类型

（3）中国互联网+汽车销售行业市场占有率

2.4 中国互联网+汽车销售行业市场发展前景分析

2.4.1 中国互联网+汽车销售行业市场增长动力分析
2.4.2 中国互联网+汽车销售行业市场发展瓶颈剖析
2.4.3 中国互联网+汽车销售行业市场发展趋势分析
2.5 中国汽车销售行业电商发展现状及前景预测
2.5.1 中国汽车销售行业电商总体开展情况
2.5.2 中国汽车销售行业电商交易规模分析
2.5.3 中国汽车销售行业电商产品/服务品类
2.5.4 中国汽车销售行业电商盈利情况分析
2.5.5 中国汽车销售行业电商市场现存问题
2.5.6 中国汽车销售行业电商市场趋势分析
2.5.7 中国汽车销售行业电商市场规模预测
第3章：中国互联网+汽车销售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+汽车销售行业市场定位创新分析
3.2.1 中国汽车销售行业消费者特征分析
3.2.2 中国汽车销售行业企业主流的市场定位分析
3.2.3 互联网对汽车销售行业市场定位的变革分析
3.2.4 互联网下汽车销售行业市场定位优秀案例分析
3.3 中国互联网+汽车销售行业价值主张创新分析
3.3.1 中国汽车销售行业主要的客户价值主张要素分析
3.3.2 互联网+汽车销售行业价值主张创新策略分析
（1）汽车销售行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
（2）汽车销售行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
（3）汽车销售行业企业如何利用互联网节约客户成本
3.3.3 互联网+汽车销售行业价值主张创新优秀案例
3.4 中国互联网+汽车销售行业渠道通路创新分析
3.4.1 中国汽车销售行业渠道通路的主要类别及特点分析
（1）价值传递通路的定义及特点
（2）产品销售渠道的定义及特点
（3）现有渠道通路特点的优势及不足
（4）互联网对渠道通路的改造分析
3.4.2 互联网对汽车销售行业渠道通路的颠覆性变革分析
3.4.3 互联网+汽车销售行业网络媒体广告宣传策略分析
3.4.4 互联网+汽车销售行业电商渠道构建策略分析
3.4.5 互联网+汽车销售行业渠道通路创新优秀案例
3.5 中国互联网+汽车销售行业客户关系创新分析
3.5.1 中国汽车销售行业客户关系的类别及关系成本分析
（1）汽车销售行业客户关系的类别分析
（2）汽车销售行业客户关系成本分析
3.5.2 中国互联网+汽车销售行业客户关系创新路径分析
3.5.3 中国互联网+汽车销售行业客户关系创新优秀案例
3.6 中国互联网+汽车销售行业收入来源创新分析
3.6.1 中国汽车销售行业收入的主要来源渠道及特点
3.6.2 中国互联网+汽车销售行业收入来源的创新分析
3.6.3 中国互联网+汽车销售行业收入来源创新优秀案例
3.7 中国互联网+汽车销售行业合作伙伴创新分析
3.7.1 中国汽车销售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销售行业合作伙伴结构
3.7.3 互联网下汽车销售行业新增合作伙伴的特点
3.7.4 互联网下汽车销售行业新增合作伙伴优秀案例
3.8 中国互联网+汽车销售行业成本机构优化分析
3.8.1 中国汽车销售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销售行业成本结构
3.8.3 互联网下汽车销售行业成本结构的优化路径
3.8.4 互联网下汽车销售行业成本结构优化优秀案例
3.9 国外互联网+汽车销售行业商业模式创新经验
3.9.1 国外互联网+汽车销售行业商业模式优秀案例剖析

（1）特斯拉
1）特斯拉基本信息分析
2）特斯拉经营情况分析
3）特斯拉盈利模式分析
4）互联网+汽车销售模式评价
（2）好市多Costco
1）好市多Costco基本信息分析
2）好市多Costco经营情况分析
3）好市多Costco盈利模式分析
4）互联网+汽车销售模式评价
（3）北美汽车经销商AutoNation
1）AutoNation基本信息分析
2）AutoNation经营情况分析
3）AutoNation盈利模式分析
4）互联网+汽车销售模式评价
3.9.2 国外互联网+汽车销售行业商业模式创新经验借鉴
第4章：中国汽车销售行业企业电商战略规划及模式选择
4.1 中国汽车销售行业企业电商战略规划分析
4.1.1 汽车销售企业电商如何正确定位
4.1.2 汽车销售电商核心业务确定策略
4.2 中国汽车销售行业典型电商发展模式总体分析
4.2.1 中国电子商务主流模式分析
4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
（1）B2B电商模式的特点
（2）B2B电商模式的适用范围
（3）B2B电商模式的优秀案例
（4）B2B电商模式的优劣势
4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析
（1）B2C电商模式的特点
（2）B2C电商模式的适用范围
（3）B2C电商模式的优秀案例
（4）B2C电商模式的优劣势
4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析
（1）C2C电商模式的特点
（2）C2C电商模式的适用范围
（3）C2C电商模式的优秀案例
（4）C2C电商模式的优劣势
4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析
（1）O2O电商模式的特点
（2）O2O电商模式的适用范围
（3）O2O电商模式的优秀案例
（4）O2O电商模式的优劣势
4.2.6 中国汽车销售行业最优电商模式的选择
4.3 中国汽车销售行业企业电商切入模式及发展路径
4.3.1 从电商平台跨界进入
（1）模式特点及优劣势
（2）模式的业务布局分析
（3）模式的渠道通路分析
（4）模式的收入来源分析
（5）模式的关键资源能力分析
（6）模式的经营风险分析
（7）模式的优秀案例分析
4.3.2 以二手车电商平台为主营业务切入
（1）模式特点及优劣势
（2）模式的业务布局分析
（3）模式的渠道通路分析
（4）模式的收入来源分析
（5）模式的关键资源能力分析
（6）模式的经营风险分析

（7）模式的优秀案例分析
4.3.3 以汽车电商平台切入
（1）模式特点及优劣势
（2）模式的业务布局分析
（3）模式的渠道通路分析
（4）模式的收入来源分析
（5）模式的关键资源能力分析
（6）模式的经营风险分析
（7）模式的优秀案例分析
4.3.4 以金融手段切入以租代购
（1）模式特点及优劣势
（2）模式的业务布局分析
（3）模式的渠道通路分析
（4）模式的收入来源分析
（5）模式的关键资源能力分析
（6）模式的经营风险分析
（7）模式的优秀案例分析
4.3.5 利用大数据切入
（1）模式特点及优劣势
（2）模式的业务布局分析
（3）模式的渠道通路分析
（4）模式的收入来源分析
（5）模式的关键资源能力分析
（6）模式的经营风险分析
（7）模式的优秀案例分析
4.4 中国汽车销售行业移动电商切入路径及典型产品
4.4.1 中国汽车销售行业移动电商的商业价值分析
（1）移动电商的商业价值分析
（2）中国移动互联网发展现状
（3）中国移动互联网前景预测
4.4.2 中国汽车销售行业移动电商市场发展现状
4.4.3 中国汽车销售行业移动电商市场切入路径
4.4.4 中国汽车销售行业移动电商典型产品形式
4.4.5 中国汽车销售行业移动电商发展趋势及前景
第5章：中国互联网+汽车销售商业模式创新优秀案例剖析
5.1 易鑫集团（2858.hk）
5.1.1 企业基本信息分析
5.1.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.1.3 企业产品/服务分析
5.1.4 企业盈利模式分析
5.1.5 企业渠道通路分析
5.1.6 企业合作伙伴分析
5.1.7 企业融资情况分析
5.1.8 企业互联网+汽车销售商业模式评价
5.2 弹个车
5.2.1 企业基本信息分析
5.2.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.2.3 企业产品/服务分析
5.2.4 企业盈利模式分析

5.2.5 企业渠道通路分析
5.2.6 企业合作伙伴分析
5.2.7 企业融资情况分析
5.2.8 企业互联网+汽车销售商业模式评价
5.3 毛豆新车网
5.3.1 企业基本信息分析
5.3.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.3.3 企业产品/服务分析
5.3.4 企业盈利模式分析
5.3.5 企业渠道通路分析
5.3.6 企业合作伙伴分析
5.3.7 企业融资情况分析
5.3.8 企业互联网+汽车销售商业模式评价
5.4 团车网
5.4.1 企业基本信息分析
5.4.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.4.3 企业产品/服务分析
5.4.4 企业盈利模式分析
5.4.5 企业渠道通路分析
5.4.6 企业合作伙伴分析
5.4.7 企业融资情况分析
5.4.8 企业互联网+汽车销售商业模式评价
5.5 优信一成购
5.5.1 企业基本信息分析
5.5.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.5.3 企业产品/服务分析
5.5.4 企业盈利模式分析
5.5.5 企业渠道通路分析
5.5.6 企业合作伙伴分析
5.5.7 企业融资情况分析
5.5.8 企业互联网+汽车销售商业模式评价
第6章：中国互联网+汽车销售行业市场投资机会及建议
6.1 中国互联网+汽车销售行业投资特性及风险
6.1.1 互联网+汽车销售行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）技术壁垒
（3）市场壁垒
6.1.2 互联网+汽车销售行业投资特性分析
6.1.3 互联网+汽车销售行业投资风险分析
6.2 中国互联网+汽车销售行业投融资现状及趋势
6.2.1 中国互联网+汽车销售行业投资现状及趋势
（1）中国互联网+汽车销售行业投资主体结构
（2）各投资主体核心资源分析
（3）各投资主体投资方式分析

（4）各投资主体投资规模分析
（5）2018年主要投资事件分析
（6）各投资主体投资趋势分析
6.2.2 中国互联网+汽车销售行业融资现状及趋势
（1）中国互联网+汽车销售行业融资主体构成
（2）各融资主体核心资源分析
（3）各融资主体融资方式分析
（4）各融资主体融资规模分析
（5）2018年主要融资事件及用途
（6）各融资主体融资趋势分析
6.3 中国互联网+汽车销售行业投资机会与建议
6.3.1 中国互联网+汽车销售行业投资机会分析
6.3.2 前瞻关于互联网+汽车销售行业的投资建议
第7章：中国大型企业互联网+汽车销售投资布局分析
7.1 相关上市公司“互联网+汽车销售”投资布局
7.1.1 中国平安
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.1.2 北京汽车集团有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.1.3 广州汽车集团股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.1.4 重庆长安汽车股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.1.5 广州汽车集团股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.2 大型互联网企业“互联网+汽车销售”投资布局
7.2.1 阿里巴巴
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.2.2 百度公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向
7.2.3 腾讯公司

（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车销售投资布局
（4）企业互联网+汽车销售产品/服务分析
（5）企业互联网+汽车销售规划及最新动向

图表目录

图表1：“互联网+”的提出
图表2：“互联网+”的内涵
图表3：“互联网+汽车销售”的内涵
图表4：中国互联网+汽车销售行业发展机遇与威胁分析

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！