

# 中国B2B模式新车电商行业 研究报告

2017年



# 报告摘要

## 行业背景

2017年汽车行业产销量保持**稳定增长**，预计全年销量将达**2931.7**万辆，增长率为4.6%；经销商库存指数持续位于警戒线**50%**以上，经销商经营**压力增大**；从居民消费需求分析，汽车消费市场依然拥有较大的发展潜力。

## 发展环境

从汽车产业环境、行业电商化及**新零售**等环境下分析，汽车销售**电商化**已经逐渐落地，B2C及B2B模式新车电商正逐步融合于整个行业发展之中。调研数据显示，潜在购车消费者线上购车意愿高达**29.5%**，电商**渗透率**逐步提升；在资本市场，B2B新车电商逐渐成为**投融资新宠**。

## 发展历程

新车电商发展历程走过十年，从信息查询到销售导流到参与交易再到**场景化、服务化、重体验的常态化**电商，根据服务模式及服务对象的不同，B2B模式新车电商逐步在市场中占据一席之地。

## 发展现状

B2B模式新车电商发展模式也经历了1.0阶段、2.0阶段到**3.0阶段**；通过对经销商日常电商平台使用习惯的分析，经销商使用电商平台比例较高，**车源寻找、售卖、金融及物流服务**是经销商最主要的功能需求。

## 企业研究

B2B模式新车电商典型企业如：卖好车、行圆汽车、牛牛汽车等的存在，为汽车交易信息传递效率、**行业交易效率、金融服务的渗透率**以及**行业价值数据**的积累做出了一定的引导示范作用，推动了整个行业的快速发展与成熟。

## 发展趋势

未来，B2B模式新车电商企业将快速完善自身在金融、物流仓储、经销商运营等方面的业务布局及拓展，持续为经销商**赋能**，构建覆盖中国**二三线、四五线**城市高需求消费者的**新型汽车销售渠道**；推动**汽车产业互联网**的进程。

来源：艾瑞咨询根据中国汽车工业协会数据、行业综合访谈及艾瑞统计模式核算，艾瑞研究院自主绘制所得。  
样本：N=500，于2017年6月通过艾瑞IClick社区联机调研获得。

新车电商发展背景及定义

1

B2B模式新车电商发展现状

2

B2B模式新车电商典型企业研究

3

B2B模式新车电商行业发展趋势

4

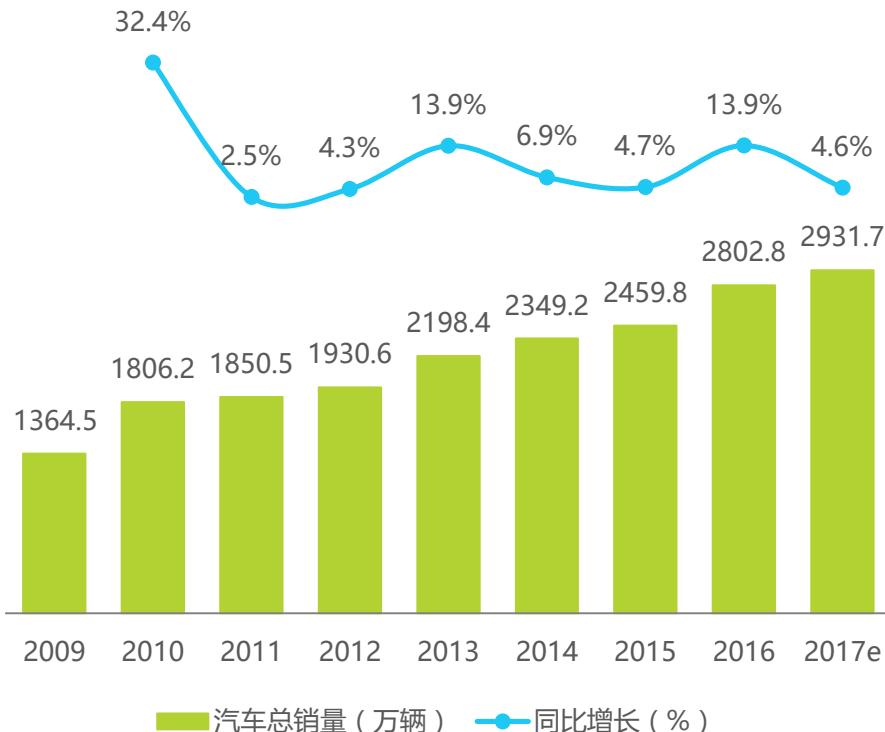
# 中国汽车行业背景

## 新车销量低速增长，行业在运营压力下酝酿变革

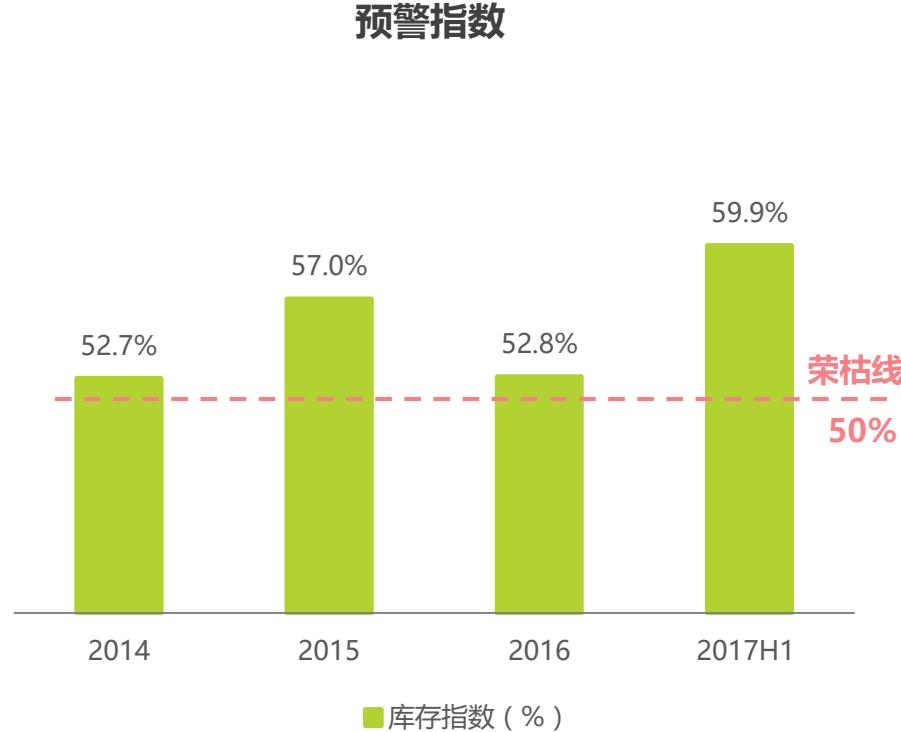
中汽协数据显示，2009年以来，中国汽车销量保持低增速增长趋势，艾瑞预计，2017年新车销售持续放缓，增长率为4.6%，销量将达2931.7万辆；同时4S店及经销商面临的库存压力持续走高；

艾瑞分析认为，在多项税收政策及环保政策调整的导向下新车销量告别了爆发式增长的阶段；经销商集团在不断优胜劣汰的大环境下面临着较大的经营压力，汽车行业整体面临着结构调整的机遇。

2009-2017年中国汽车销量



2014-2017年中国汽车经销商库存



来源：艾瑞咨询根据中国汽车工业协会数据、行业综合访谈及艾瑞统计模式核算所得。

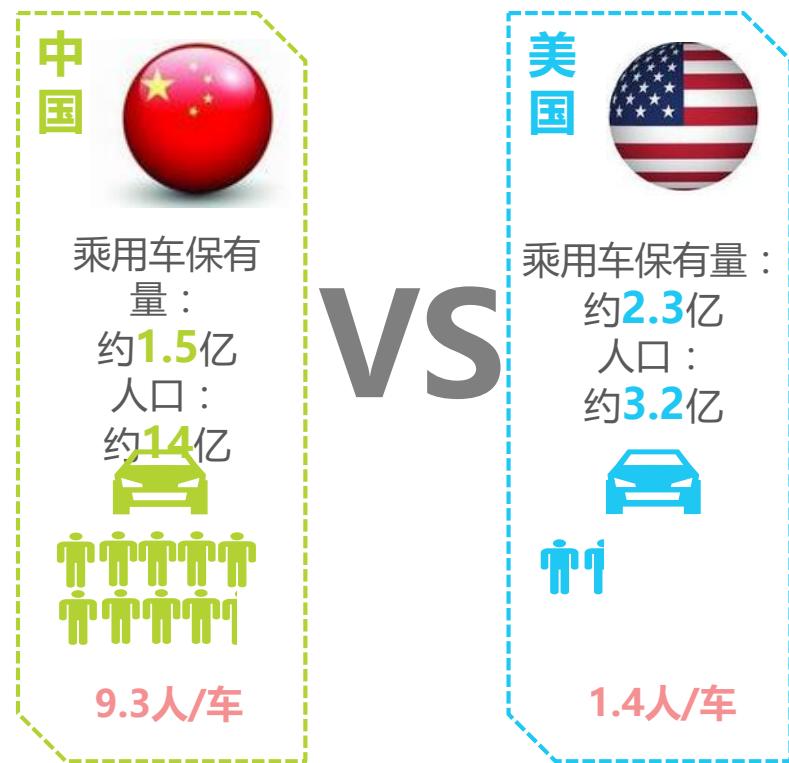
来源：中国汽车流通协会。

# 中国汽车行业背景

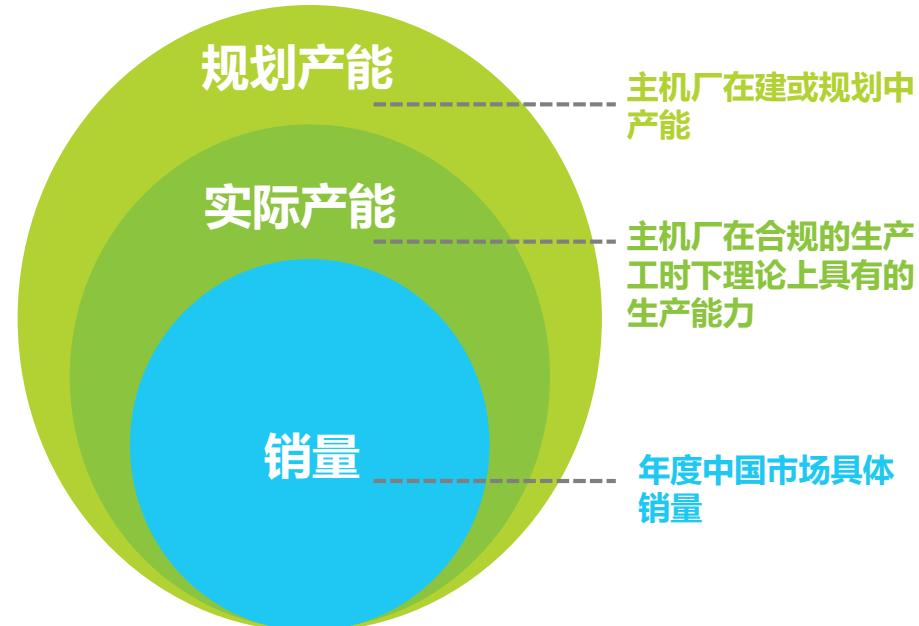
## 分析市场供给与需求，我国汽车行业仍有较大的发展潜力

数据显示，我国人车比为9.3 : 1，相比拥有成熟汽车行业的美国人车比1.4 : 1，我国汽车市场距离饱和度仍有较大差距；同时，我国汽车产能连年提升，目前实际产能已经完全满足年度销售需求，我国汽车消费市场仍具备巨大的可提升潜力。

2017年中美车均人口比例



2017年中国汽车行业产能概况



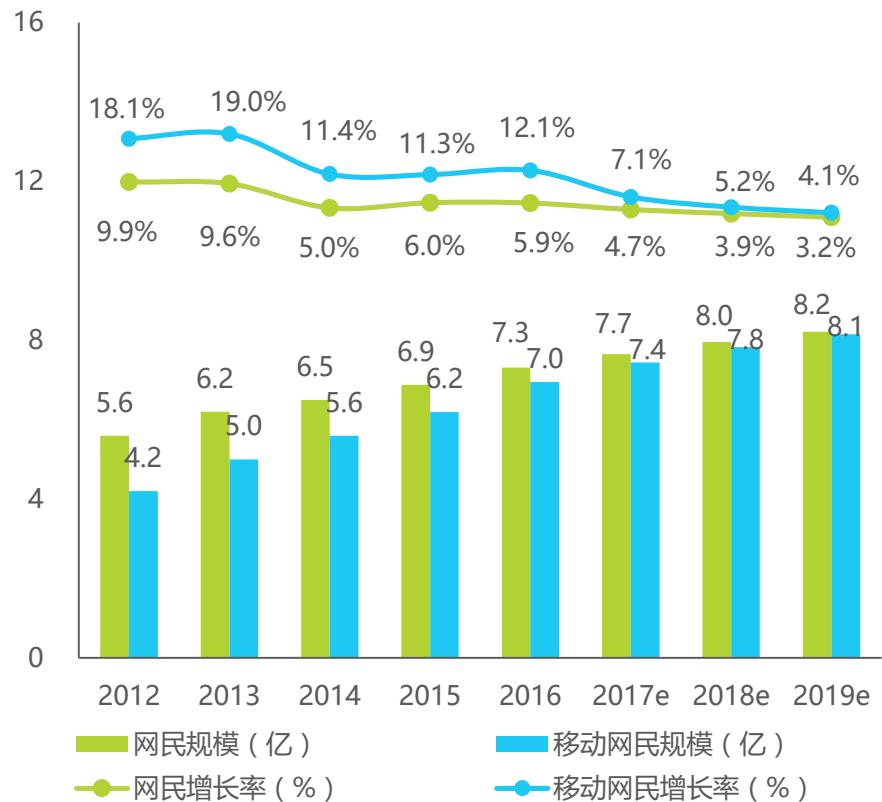
来源：中国国家统计局数据、美国国家交通部、美国国家统计局，艾瑞研究院自主绘制所得。

# 网民&电商行业规模持续扩大

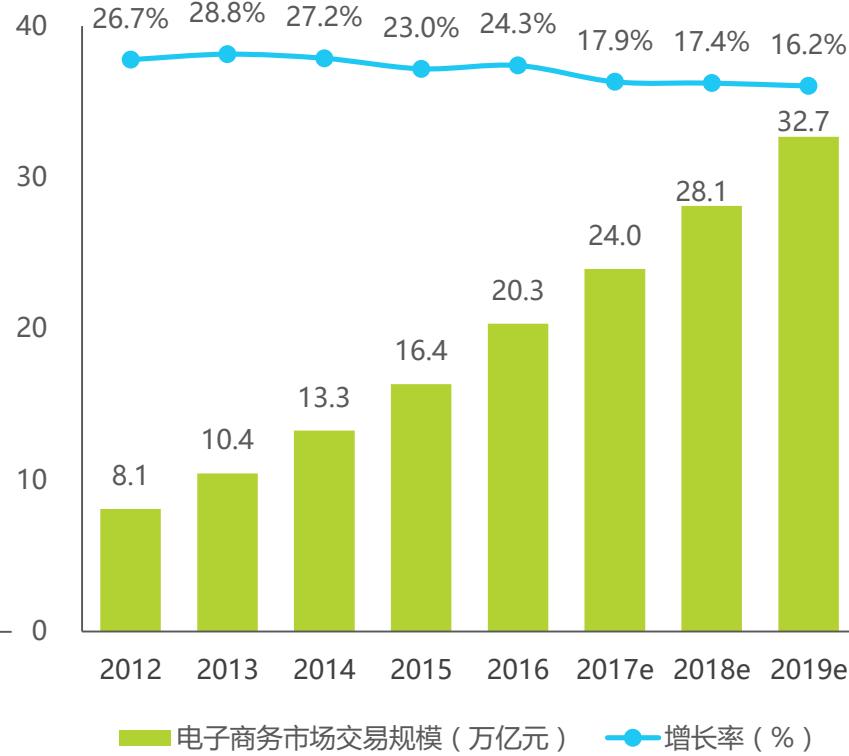
## 消费者线上消费习惯逐渐养成

CNNIC数据显示，我国网民数量保持快速增长的趋势，2016年，我国网民及移动网民分别达到7.3亿和7.0亿；艾瑞数据显示，2016年中国电子商务市场交易规模达20.3万亿元，保持高速增长；消费者正逐渐习惯于线上购物，未来电商市场规模将持续扩大。

2012-2019年中国网民及移动网民规模



2012-2019年中国电子商务市场交易规模



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

# 政策利好汽车电商落地

## 国家推行从生产到销售一系列政策重视汽车工业发展

汽车行业作为国家制造业的支柱之一，是衡量国家工业水平的基本指标。长期以来，国家一直重视鼓励汽车行业发展，在各个发展阶段，均有多种不同政策法规颁布实施，不断完善汽车工业整体行业规范，促进汽车工业更稳定更健康的发展，提升汽车工业的经济作用及影响力。

### 2009-2017年中国汽车行业主要政策法规

**2009年**

《汽车产业调整与振兴规划》

#### 主要作用：

稳定汽车消费，加快结构调整，增强自主创新能力，推动产业升级，促进我国汽车产业持续、健康、稳定发展

#### 主要作用：

贯彻国家节能减排的重大战略，同时解决国家税负，拓展税基，增加国家和地方财政收入，引导汽车消费向节能减排方向发展

**2015年**

《车辆购置税征收管理办法》

#### 主要作用：

明确规定汽车用户可自由选择车辆维修保养店面，促进汽车售后服务领域的充分竞争，将维修费用控制在合理范围内

**2017年**

《汽车销售管理办法》

#### 主要作用：

供应商/经销商可以通过多种方式、多种渠道进行销售，可以同时经营多个品牌产品、为多个品牌汽车提供售后服务，消费者可以从多种渠道购买汽车、享受服务

**2012年**

《中华人民共和国车船税法》

#### 主要作用：

刺激市场需求的释放，对于鼓励我国汽车消费及汽车生产企业产能投放起到了重大推进作用

**2016年**

《机动车维修管理规定》

# 技术创新推动新车电商行业发展

iResearch  
艾瑞咨询

## 汽车及电商行业技术的不断突破是汽车电商行业的发展基础

技术是创新发展的驱动力，从汽车生产制造技术的电气化，到汽车物流、仓储的智能化，到汽车产品营销的精准与高效，再到电商交易技术的完善与安全保障等，都为汽车电商行业的发展打下了坚实的基础，保障了电商交易的顺利实现。

### 2017年中国汽车电商行业主要技术现状



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

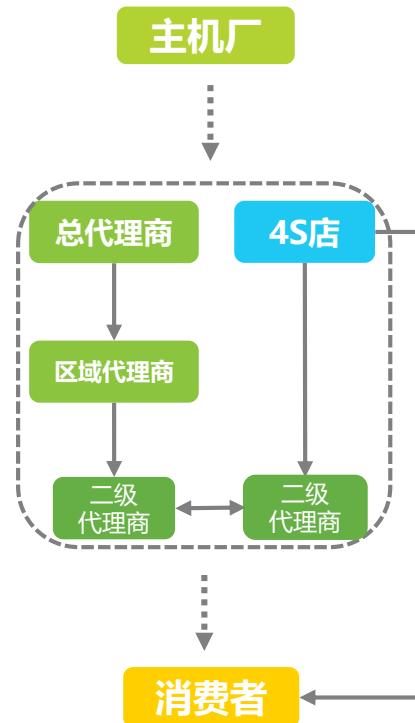
# 传统汽车销售渠道的变革

## 传统汽车销售在与互联网结合的过程中尝试汽车电商形态

4S店模式自引入国内开始，近二十年来一直是我国最主要的汽车销售模式，主要的车源流通渠道。但长期以来4S店模式的垄断地位对于不断变化的整个行业来说，逐渐成为一把双刃剑；

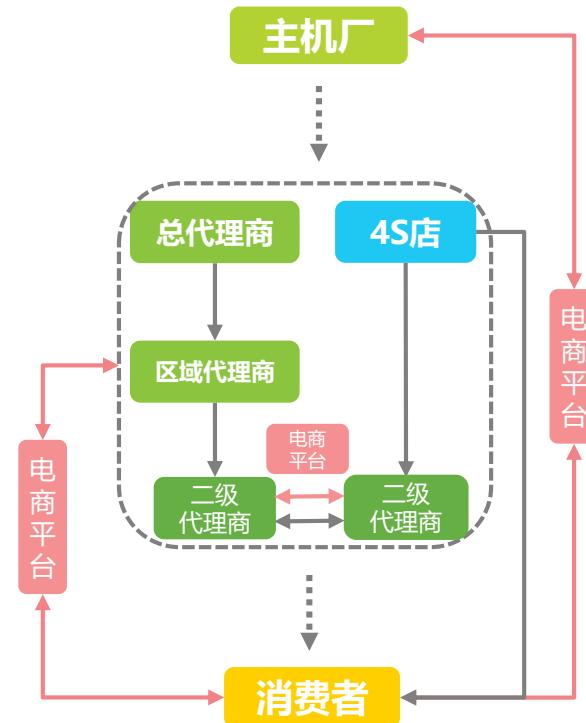
虽然4S店服务体系保障了基本的服务质量及用户增值服务需求，但随着汽车市场及消费者消费心理的成熟，单一的4S店模式不再适合为消费者提供多样化、多品牌、高质量、个性化的服务，在电商化的浪潮下，中国新车销售行业尝试着多种新车电商模式。

中国当前新车销售行业现状



+ 互联网

电商化的中国新车销售行业



来源：艾瑞咨询研究院自主研发及绘制。

# 消费者购车电商化

## 互联网技术的浪潮下，消费者购车环节逐步电商化

在传统的消费者基本购车环节中，获取车辆信息主要从电视/广播、报纸/杂志、4S门店、家人/朋友等渠道获取车辆信息并进行对比筛选，并最终决策购买；

伴随着互联网化的进程，消费者获取信息渠道正转移至线上，包含专业汽车资讯网站、朋友圈、微博、视频、直播在内的多种信息渠道提供专业详尽的车型、价格、试驾视频、用户论坛等多种汽车信息，辅助消费者选定车辆，完成购买决策。

### 消费者购车流程的电商化

看

汽车信息初接触



消费者从线上获取车辆信息的权重越来越高，信息传播渠道更加多元化，内容形式多样化

选

汽车信息筛选对比



消费者利用线上丰富的汽车信息、详细展示及先进的对比工具，对车辆进行综合评比

买

汽车决策购买



在对汽车信息做足够了解并作出对比之后，消费者结合多种因素考虑，最终决定购买具体车辆

# 新零售环境下的汽车电商

## “产品+服务+体验” 才是汽车新零售

最近，“新零售”的概念被推上风口，“新零售”的本质是线上线下紧密配合，以数据为基础打通商户与消费者的联系与沟通，提升交易效率、节约时间成本、增强用户体验等；

未来新车销售行为将注重消费者行为习惯的分析与洞察，提升信息流通效率、营销精准度，结合消费者购车场景、提供良好服务与使用体验结合的新型销售模式。

### 汽车新零售的构成因素



产品。  
产品是新零售核心竞争力，汽车产品的外观、价格、功能、质量等符合消费者的预期甚至超出预期将是汽车销售的巨大优势

### 服务

除了具体购车行为，汽车销售平台未来在购车环节、售后车务及维修保养等环节为消费者提供细致完善的服务

### 购买体验

未来，消费者购车行为与生活场景、个人习惯、行为结合将更加紧密，用户购车选择决策中更注重自身购车体验

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

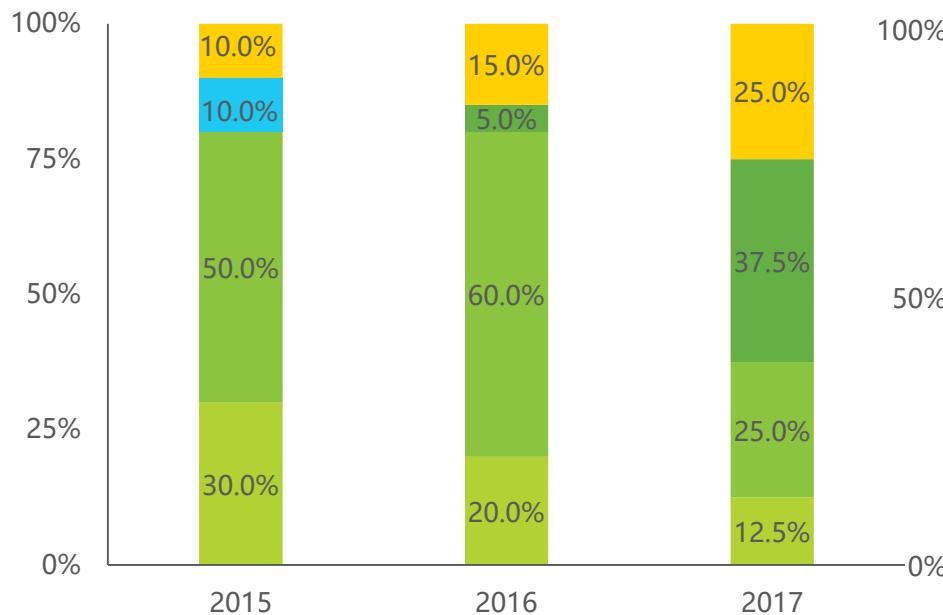
# 资本市场对行业关注度提升

## 获投企业头部集中化，B2B模式新车电商受青睐

2015、2016年，新车电商融资主要集中在A轮及A+轮，而2017年融资则集中在B轮及B+轮；且获投企业主要集中在行业头部企业；

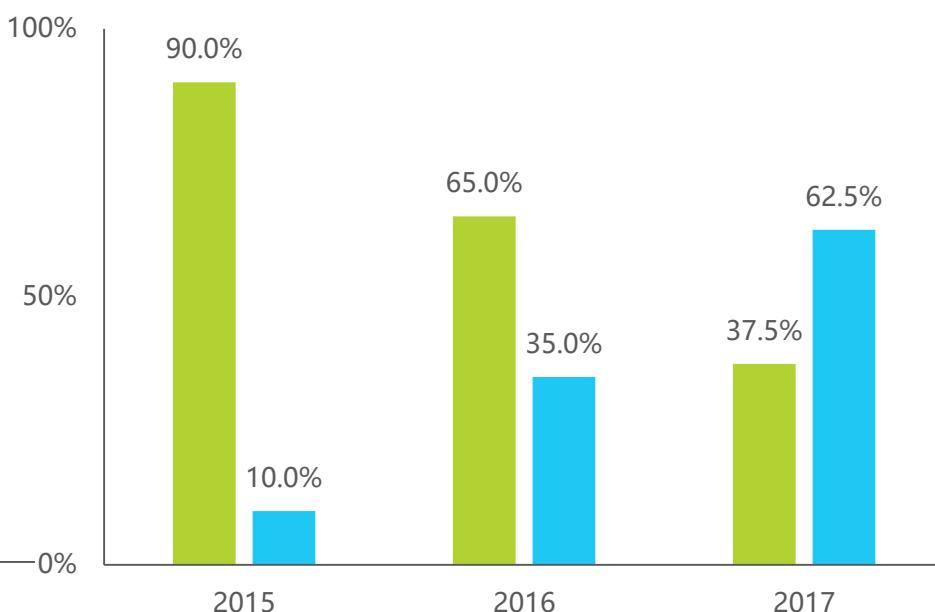
从获投企业模式分析，B2C模式新车电商获投企业比例逐年下降，同时B2B模式新车电商企业获投比例逐年增高，2017年上半年B2B企业获投比例高达62.5%，B2B模式正成为行业热门。

2015-2017年新车电商投资轮次分析



■ 种子&天使 ■ A轮及A+轮 ■ B轮及B+轮 ■ C轮及C+轮 ■ IPO及战略投资

2015-2017年新车电商分模式获投情况分析



■ 2C模式 ■ 2B模式

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究及绘制。

新车电商发展背景及定义

1

B2B模式新车电商发展现状

2

B2B模式新车电商典型企业研究

3

B2B模式新车电商行业发展趋势

4

# 中国新车电商行业发展历程

## 从促销信息发布逐步发展到多模式并存的汽车销售新渠道

从最早个别车企推出线上订购汽车开始，整个汽车行业参与者都积极的参与到电商化进程中来；2010年，淘宝网一次性团购售出200辆Smart汽车，标志着汽车电商的兴起；

在此之后，多家主机厂、汽车资讯网站、综合电商、经销商集团、垂直汽车电商平台甚至近期入局的多家零售巨头，均开始布局“新零售”下的汽车销售新渠道。

### 新车电商发展历程



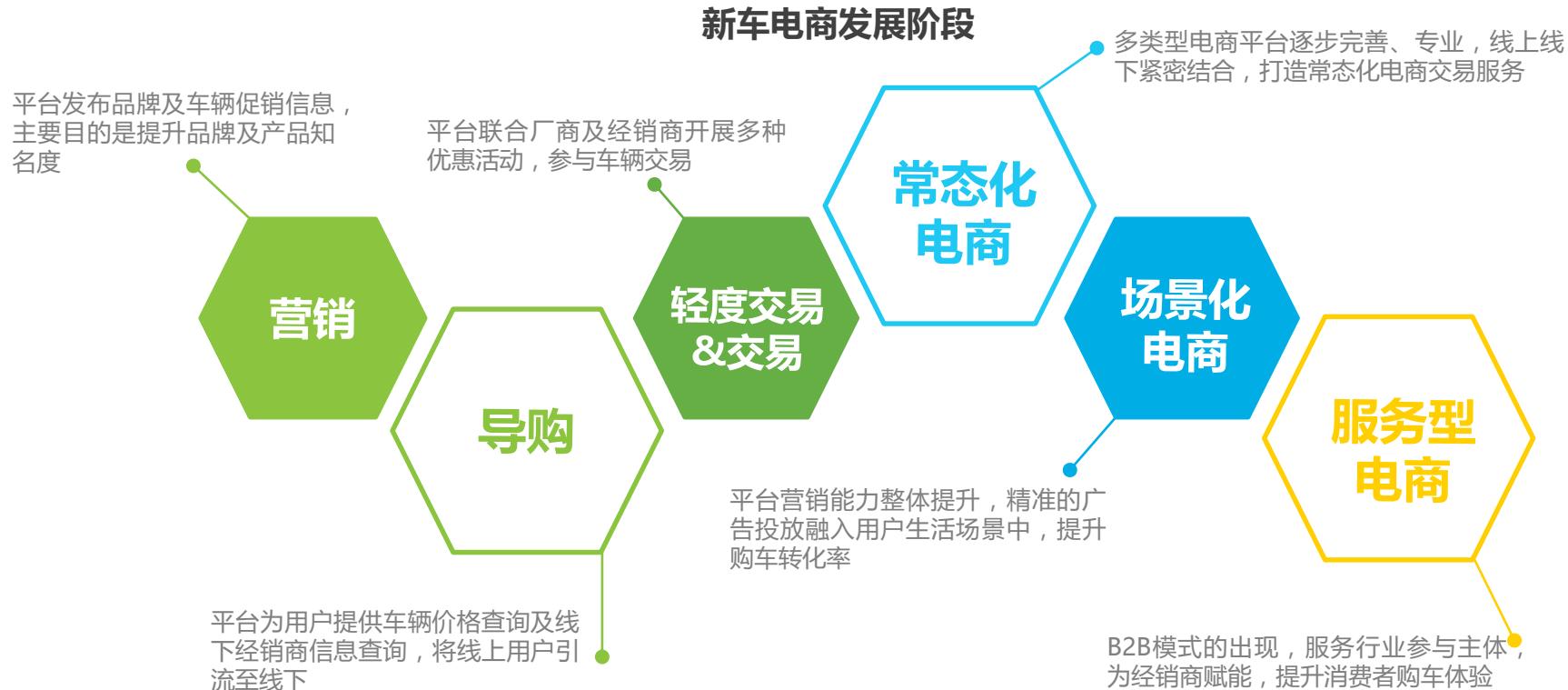
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国新车电商行业发展阶段

在营销、导购、轻度交易的基础上，正朝着常态化、场景化、服务型的电商阶段发展

新车电商的概念从最初提出至今，各种模式新车电商层出不穷；但整体来说，各家平台未能将汽车销售完全电商化，多数平台仍处于早期营销、导购、轻度交易的阶段；

随着行业的不断发展与创新，以及在“新零售”背景下，汽车电商最终将成为交易常态化、场景化、以服务为导向的汽车交易平台，满足车辆流通环节的基本服务及增值服务需求。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2017.10 iResearch Inc.

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

# 国际新车电商行业的发展现状

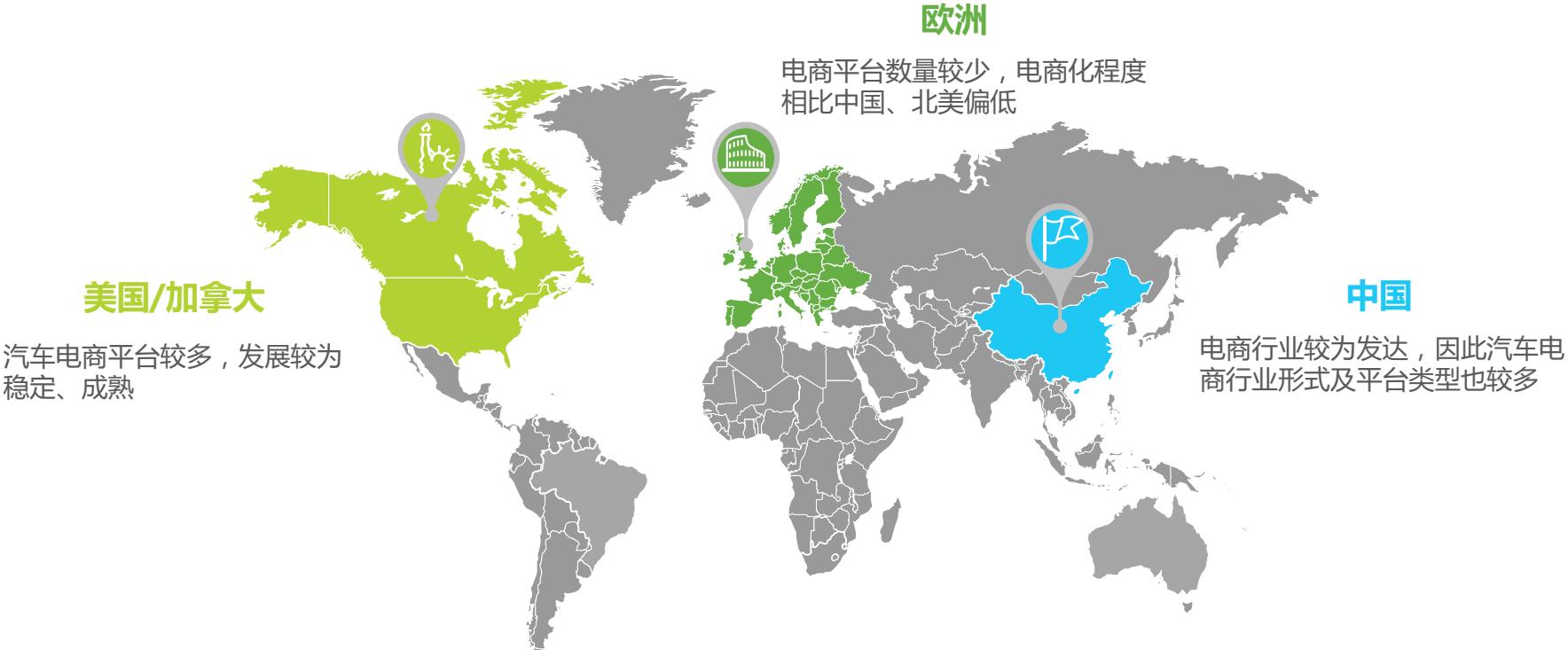
iResearch  
艾瑞咨询

## 国外B2C新车电商主要提供信息查询、价格对比及预订服务

国外汽车电商以B2C模式居多，集中在欧美国家地区，日韩等亚太地区相比电商化程度较低；

欧美汽车市场发展起步较早，汽车营销渠道及消费者汽车购买行为均较为成熟；B2C汽车电商经过多年的发展，业态也较为稳定；业务开展形式主要是，不同功能、不同类型B2C新车电商在消费者整个购车流程中紧密结合，实现功能互补，辅助消费者完成购车。

### 国际新车电商主要发展分布



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

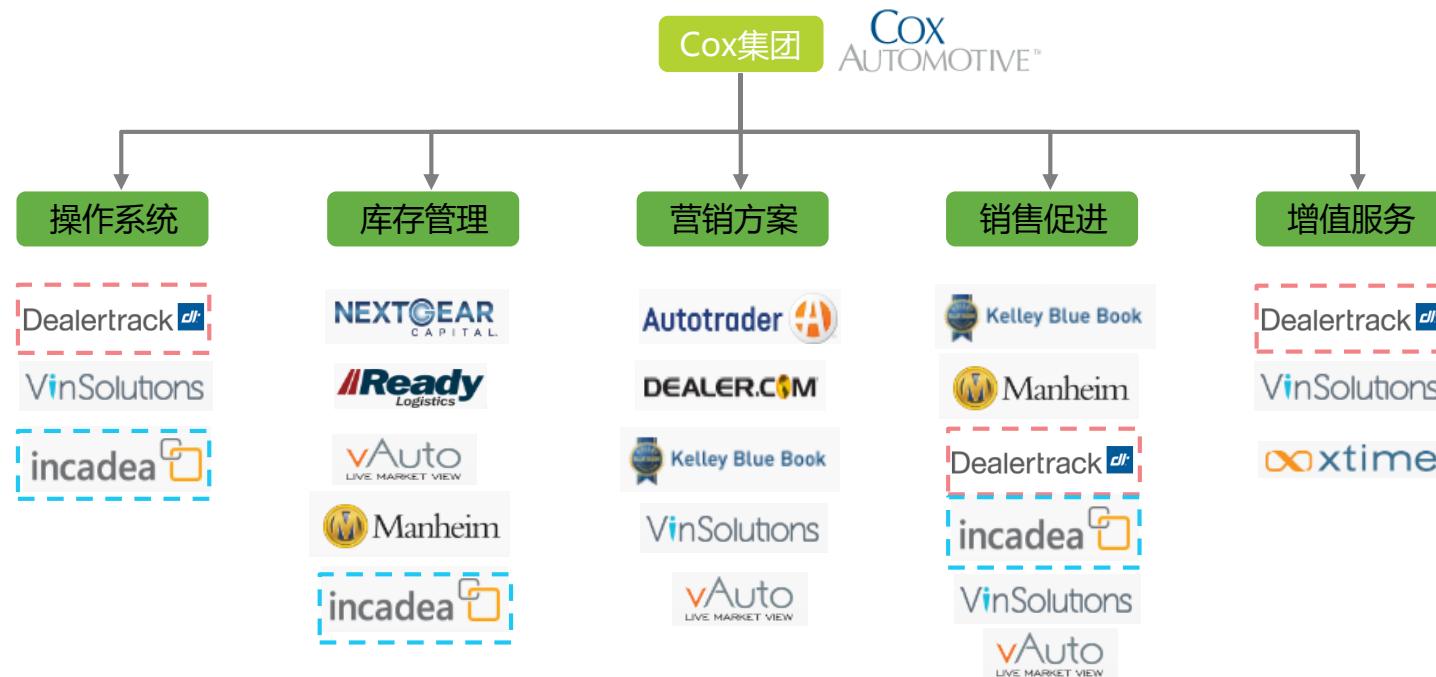
# 国际新车电商行业的发展现状

## 国外B2B新车电商呈现成熟化、集中化特征

国外B2B模式新车电商相比国内运营时间较早，发展也相比较为成熟；且平台呈现集团化、功能垂直化趋势，典型企业平台如Dealertrack、incadea、AutoNation；

Dealertrack及incadea是美国最大在线汽车服务平台COX集团旗下，定位服务于B端厂商、经销商销售软件及服务提供商；AutoNation是美国最大经销商集团，凭借其自身经营需求，在B端服务布局较早。

Cox集团汽车电商业务布局



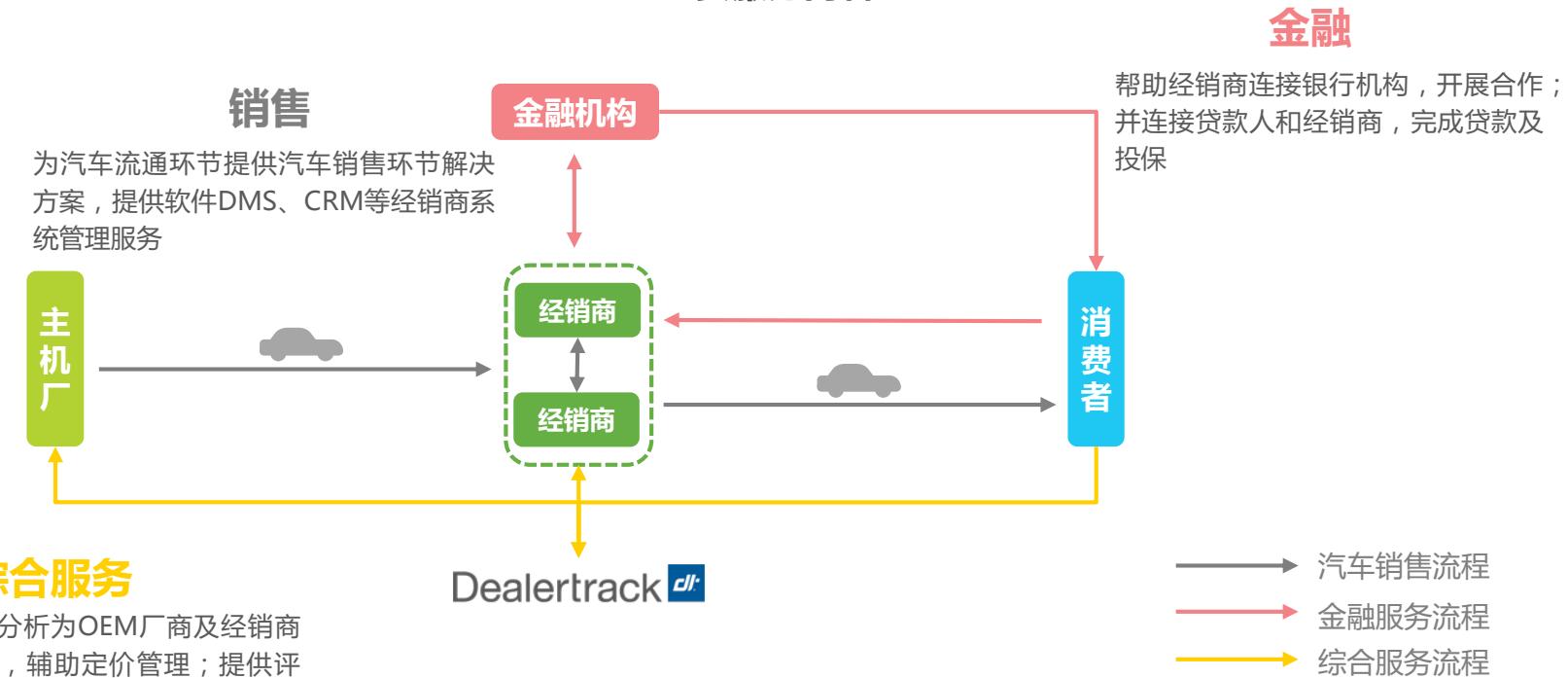
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 国际新车电商行业的发展现状

国外B2B新车电商为经销商提供销售环节解决方案及系统，并提供金融、数据研究等综合服务

国外B2B新车电商当前依托于完善、庞大的汽车电商平台或经销商集团，业务模式开展领域及竞争格局较为稳定；Dealertrack专注于为厂商、经销商提供更高效的销售、订单管理、车辆定价等服务软件及技术支持，为经销商、消费者提供金融贷款、保险、数据研究分析等服务支持。

## Dealertrack主要服务内容



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国B2B模式新车电商发展历程

iResearch  
艾瑞咨询

## 从最早的信息发布到撮合交易,再到底现在的参与交易、服务于交易、流通环节

B2B模式新车电商的发展经历了由简单的信息发布,连接消费者为目的的1.0阶段;逐渐发展到平台提供简单的增值服务,但重点在于撮合交易的2.0阶段,最终实现服务产业上下游,为交易主体提供交易服务、货运仓储、金融信贷等增值服务的3.0阶段。

### B2B模式新车电商发展阶段



来源:艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2017.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

# 新车电商行业产业链图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研发及绘制。

# 新车电商行业主要参与者及分类

根据服务对象性质的不同，新车电商主要分为B2C模式和B2B模式

当前新车电商行业参与者众多，根据其服务对象的差异，可分为服务于消费者的B2C模式及服务于经销商的B2B模式；艾瑞分析认为，结合新车电商发展历程，鉴于汽车产品电商化的特征，新车电商B2C模式主要功能仍在于撮合交易或部分参与交易，而B2B模式新车电商则是作为交易对象参与交易，并为B端经销商提供增值服务。

## 新车电商主要分类

### 分类一：B2C模式



服务于消费者，为消费者提供购车服务，个别平台并提供金融、零部件、保养等服务

### 分类二：B2B模式



服务于车辆经销商，为经销商提供完整交易流程服务，满足车商的车源获取、金融、物流、交易保障等服务需求

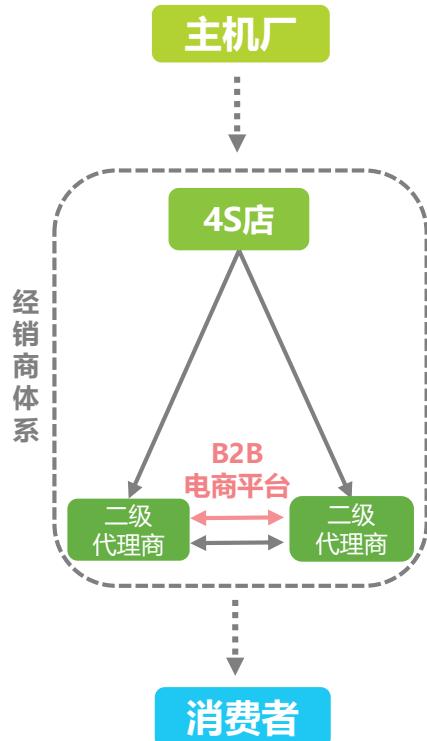
# B2B模式新车电商发展现状-营收情况

iResearch  
艾瑞咨询

B2B模式新车电商主要通过营销服务、自营交易及增值服务盈利

B2B模式新车电商当前主要通过营销服务、自营交易盈利；未来更多将通过为车商提供增值服务，并通过金融、物流、保险等产品盈利，拓展行业金融、保险附加价值。

## B2B模式新车电商盈利方式



### 撮合交易服务佣金

多数平台主要作用仍只是为线下经销商提供信息发布，撮合车商交易，从而赚取佣金



### 自营交易盈利

部分平台利用自身资金及车源优势，开展自营交易业务，直接以车商的身份参与交易，通过价格差价产生盈利



### 媒体营销服务佣金

媒体属性强、用户基数大的平台，通过售卖广告、撮合交易，为主机厂及经销商提供营销宣传方案，收取厂商营销费用



### 增值服务佣金及服务产品盈利

平台为交易双方订单及商户管理、物流仓储服务等增值服务，收取佣金，同时介入交易，从金融、保险等产品中获取利润

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

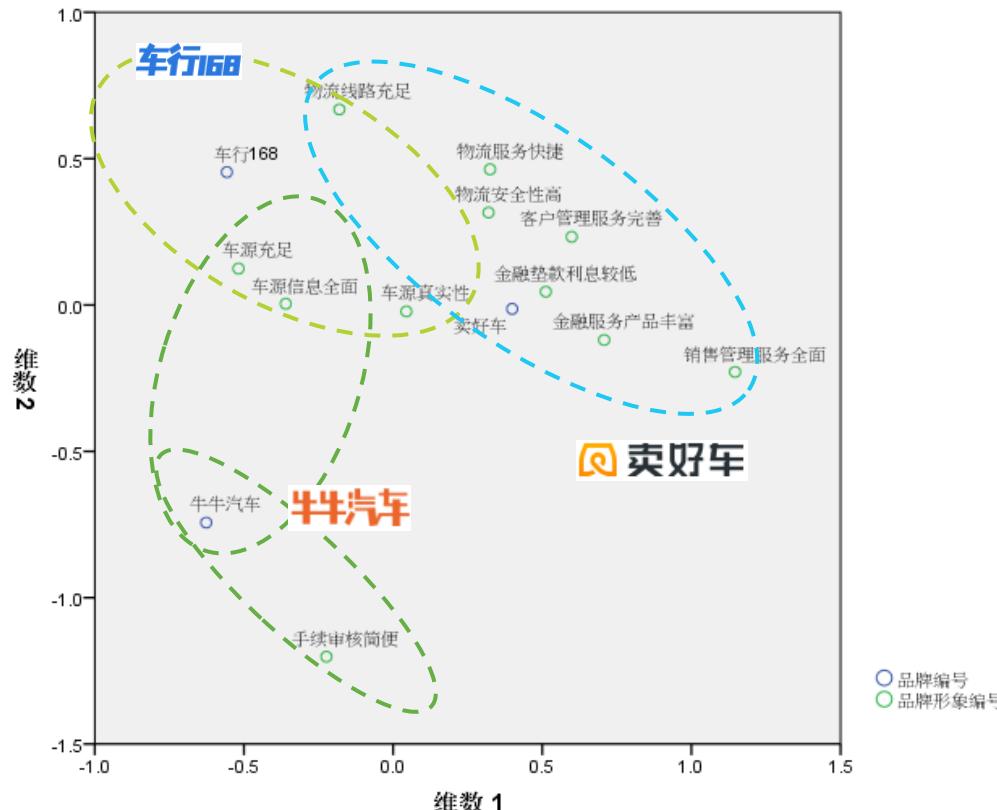
# B2B模式新车电商发展现状-竞争力

## 业务布局广泛，服务能力强的电商平台品牌竞争力突出

经销商调研数据显示，卖好车凭借在金融、物流仓储、客户管理及销售管理方面的优势，在经销商群体评价中好评率较高；另外，车行168的车源优势在评价中也得以体现；

艾瑞分析认为，经销商在交易流程中有较多的痛点，业务布局全面，服务能力强的电商平台在市场竞争中逐渐得到经销商群体的认可，具有较强的竞争优势。

B2B模式新车电商品牌竞争力散点图



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本：N=96，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

# B2B模式新车电商发展现状-经销商

## 经销商对B2B模式新车电商服务需求逐步增长

相比主流4S店模式，线下二级经销商在车源、金融支持、物流服务以及售卖支持方面都急需规范与完善，需要标准化、规范化、高效运营的平台予以支持和帮助；

艾瑞分析认为，B2B模式新车电商，利用自身优势整合、匹配车源流通中的需求与供应信息；提升经销商运营、管理能力；提供金融贷款服务，提升车商批量拿车、接车能力；为经销商提供多种物流解决方案；协助经销商高效完成交易。

中国经销商经营服务需求



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

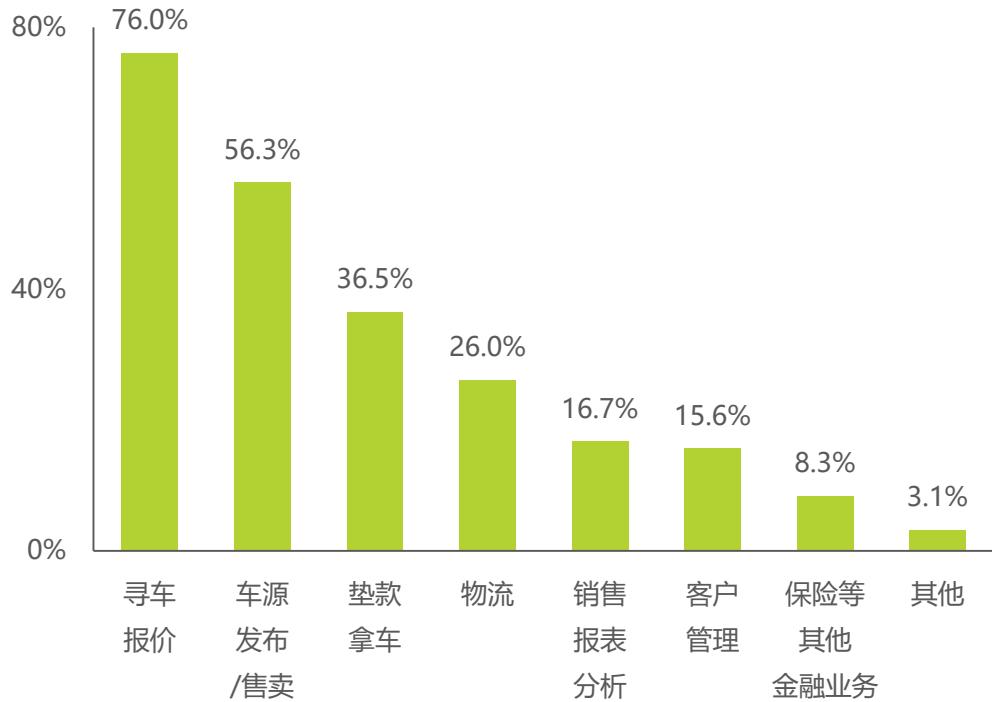
# B2B模式新车电商发展现状

## 车源寻找、售卖、金融及物流服务是经销商最主要的功能需求

调研数据显示，使用B2B模式新车电商平台的经销商偏爱使用移动端；主要应用功能集中在车源寻找、售卖，垫款拿车及物流服务，另外规范办公、订单及客户管理服务也是经销商基本刚需功能；

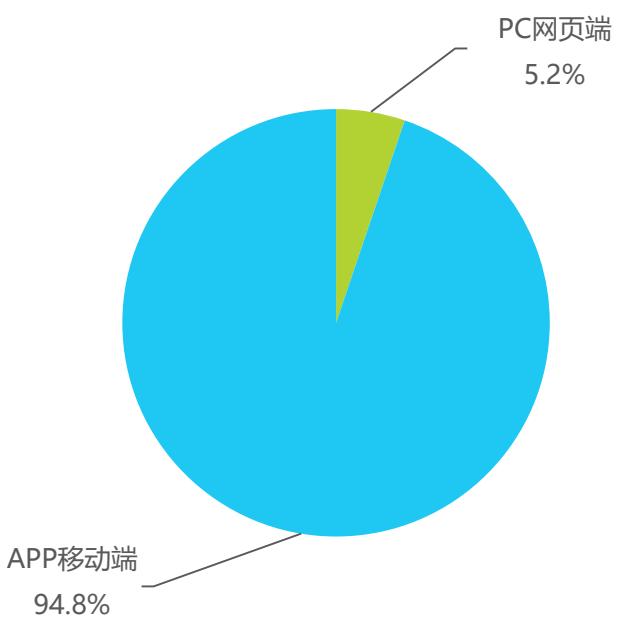
艾瑞分析认为，当前经销商使用平台功能较为集中，随着经销商规模的扩张以及对运营管理的重视，多数经销商意识到订单及客户管理的重要性，更注重办公系统的应用。

2017年经销商电商平台功能应用情况



样本：N=96，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2017年经销商电商平台使用习惯



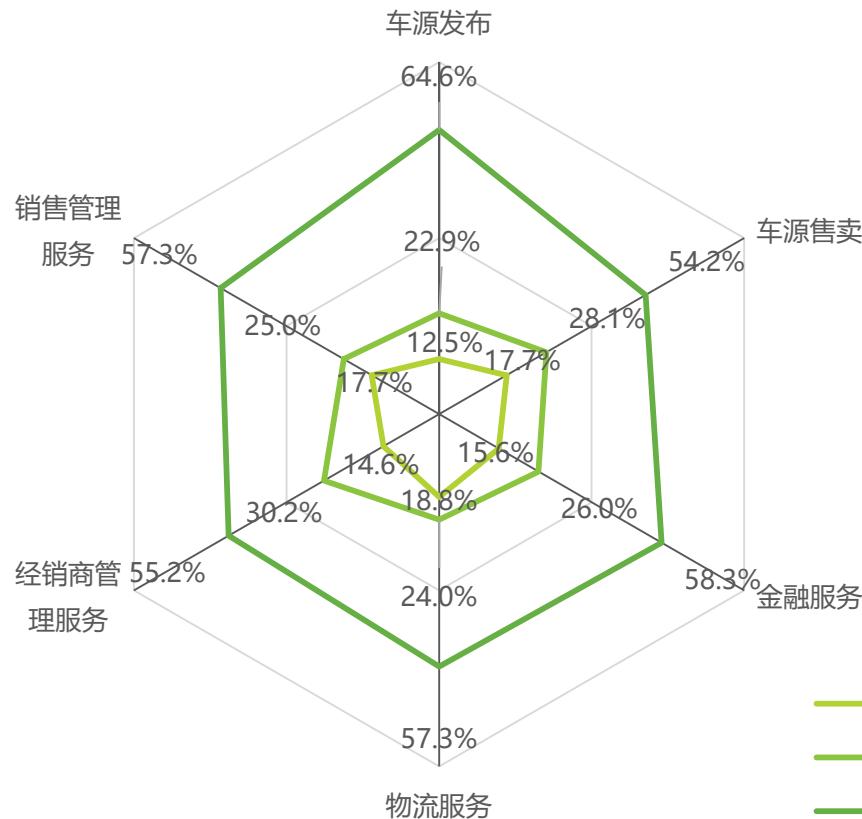
样本：N=96，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

# B2B模式新车电商发展现状

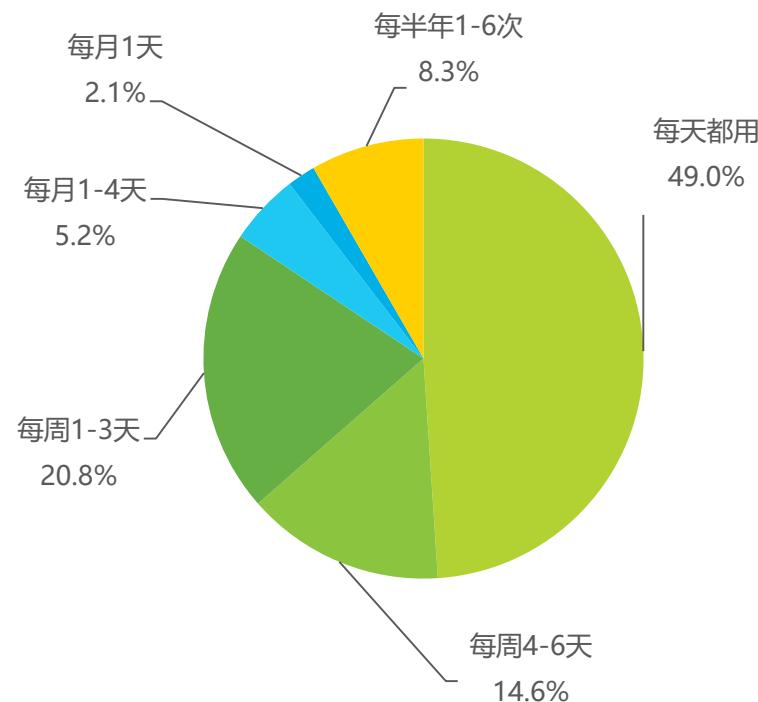
## 用户使用电商平台频率高，功能满意度评价高

调研数据显示，近五成用户每天均使用汽车电商平台；车源寻找、售卖及销售管理服务是经销商评价较高服务功能；消费者对物流服务、金融服务满意度处于中等水平，平台需要持续加强、完善此部分服务功能。

2017年经销商电商平台功能评价



2017年经销商电商平台使用频率



样本：N=96，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

样本：N=96，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

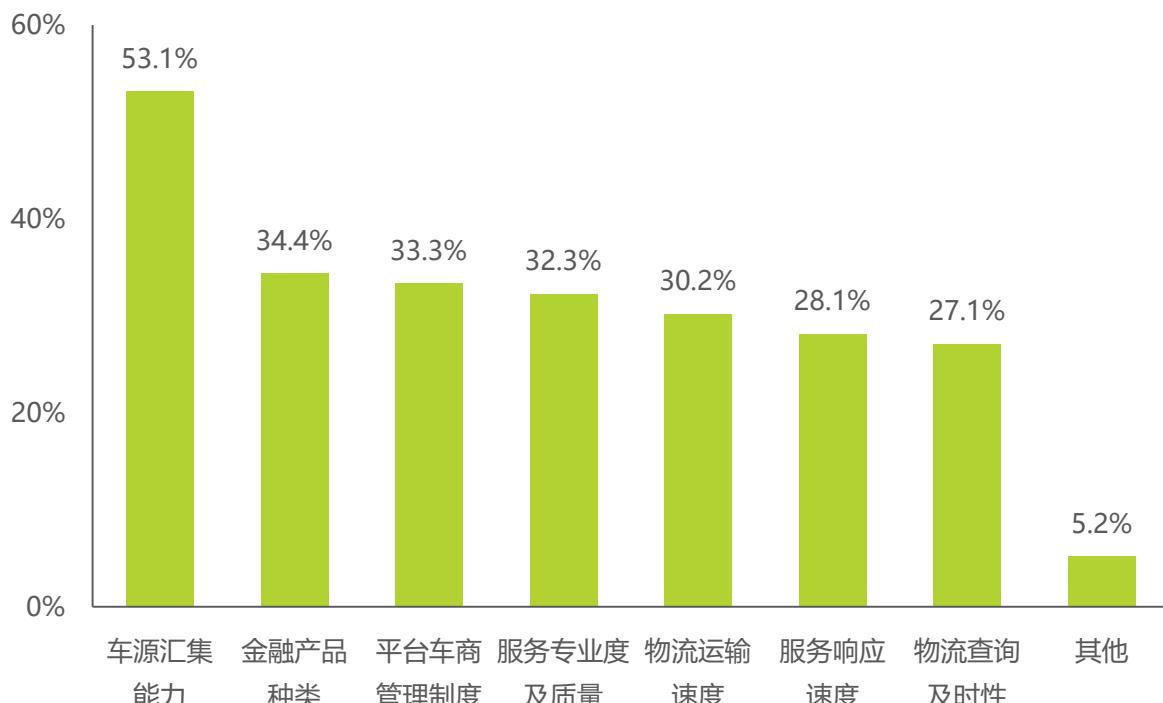
# B2B模式新车电商发展现状

## 车源汇集、丰富的金融产品是经销商需求较高功能

整体调研结果来看，结合线下经销商用户访谈，多数经销商功能需求集中在车源获取及金融服务方面；另外，对企业专业化培训管理等服务需求也较高；

艾瑞分析认为，二级经销商以中小型规模为主，中小型经销商主要问题是车源信息的匮乏、信息匹配度低，另外，提车贷款、车辆运输保险等也是中小经销商需求较高的服务。

2017年经销商电商平台功能需求



2017年汽车经销商定性访谈

- 车源**
  - 多数中小型经销商本身没有库存，匹配车辆需求信息是最主要工作内容
  - 对大型经销商来说，一般拥有一一定的自采车辆，盈利风险大，对车源信息较为关注
- 
- 金融**
  - 电商平台的金融服务主要优势在于审核效率高，打款速度快、利率低于普通银行，且金融产品丰富
  - 卖好车的“垫款拿车”业务经销商认可度高

样本：N=96，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

# B2B模式新车电商行业价值

## B2B模式新车电商促进汽车行业交易效率的提升

B2B模式新车电商的价值在于：不断提升信息高效传递、促进交易快速、高效达成；逐步深入参与交易，为经销商提供多样化、场景化的金融服务，提升行业金融渗透率；提供配套完善的物流服务、运营管理服务，提高用户经销商使用粘性，积累具备深度分析挖掘价值的经销商数据。

### B2B模式新车电商行业价值



#### 信息的高效传递

B2B模式新车电商整合B端经销商车源信息、严格审查核实，保证信息的准确、及时，提升车辆信息传递效率



#### 服务提升交易效率

B2B模式新车电商平台提供金融、物流、客户管理等增值服务，满足经销商交易服务需求，提升交易效率



#### 助推金融渗透率提升

资金压力一直困扰着中小型经销商，而B2B模式新车电商丰富的金融产品将助推行业金融渗透率的提升

#### 行业价值数据积累

长远来说，数据价值高于具体订单的利润价值，交易数据的累积对行业发展极具分析研究价值



新车电商发展背景及定义

1

B2B模式新车电商发展现状

2

B2B模式新车电商典型企业研究

3

B2B模式新车电商行业发展趋势

4

# 典型B2B模式新车电商-卖好车

## B2B 3.0模式电商企业开创者，汽车流通行行业综合服务提供商

卖好车服务汽车流通行业，为经销商提供交易平台，并深度参与交易过程，是B2B 3.0模式电商平台开创者；

卖好车业务布局涵盖汽车流通中车商基本服务需求。供应链服务帮助车商获取、管理、售卖车辆，物流服务满足车商接车、发车需求，金融服务解决了经销商用户资金短缺，交易风险无保障等问题，极大的提升了汽车流通行行业交易效率。

### 卖好车发展历程



### 卖好车基本业务布局



#### 物流服务

达成交易，为交易双方提供车辆运输、仓储及延时赔付保障等服务

#### 金融服务

为汽车流通行程中各参与方提供丰富多样的场景化金融产品，保障交易双方权益

来源：艾瑞咨询研究院自主研发及绘制。

# 典型B2B模式新车电商-卖好车

供应链服务为经销商提供车辆交易环节全方位服务，并为交易服务提供担保

卖好车定位于汽车流通服务提供商，为经销商提供车辆流通中的车源获取、管理、售卖等交易服务，深度参与交易过程，并提供担保交易服务，保障交易双方的权益。

## 供应链服务内容



在线直接发布寻车信息，  
另有寻车电话及金牌顾问  
1V1服务

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2017.10 iResearch Inc.

## 经销商交易保障体系

### 担保交易

#### 订金安全

买家支付定金下单  
待确认并完成交易之后，解  
冻定金

#### 手续保障

卖家支付保证金接单  
买家确认手续、发票之后，  
解冻保证金

#### 违约赔付

买卖双方均享受违约赔付保  
障

# 典型B2B模式新车电商-卖好车

物流服务满足车商在交易达成之后的车辆运输、仓储管理、订单协同管理等服务需求

卖好车通过高效的线下推广拓展，建立了国内首家4PL整车物流解决方案，1.8万条主要运输线路覆盖全国31个省份直辖市，在主要车源地自建中心仓库及合营仓库，实现仓储运输的联网实时监测、智能化管理，并首创延误赔付办法；同时，卖好车通过经销商订单及物流信息数据的积累，利用大数据技术分析经销商物流需求及痛点，为汽车流通行业提供优化解决方案，提升服务效率，实现物流服务的协同管理。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

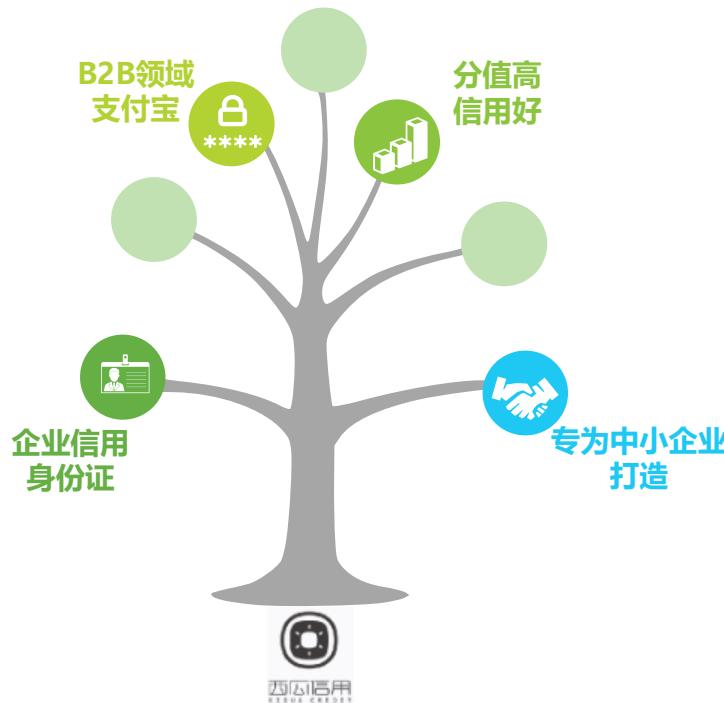
# 典型B2B模式新车电商-卖好车

## 拥有覆盖经销商交易流程的全方位金融服务

在“西瓜信用”的体系基础之上，卖好车着力打造针对经销商在多种交易场景下的金融产品，覆盖采购订车、门店展车、批量接车及库存融资等全方位的金融服务；

卖好车当前主要金融产品集中在经销商产品“订单宝”&“接车宝”、及供应商产品“库融宝”，解决上下游经销商车辆采购垫款、库存盘活变现、车源保障、物流仓储保险覆盖等行业问题与痛点。

### 好车金融信用体系搭建



### 好车金融主要产品

经销商产品	供应商产品
 <b>订单宝&amp;接车宝</b> <b>产品功能：</b> 协助认证经销商采购车辆，卖好车平台代为采购，并将车辆运输至指定仓库及展厅 <b>产品优势：</b> 在线申请、全国办理 无抵押，无担保 额度高，利率低	 <b>库融宝</b> <b>产品功能：</b> 帮助经销商向融资租赁公司出售车辆，并向融资租赁公司租回使用 <b>产品优势：</b> 高效、快速回款 盘活库存 提高资金周转

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

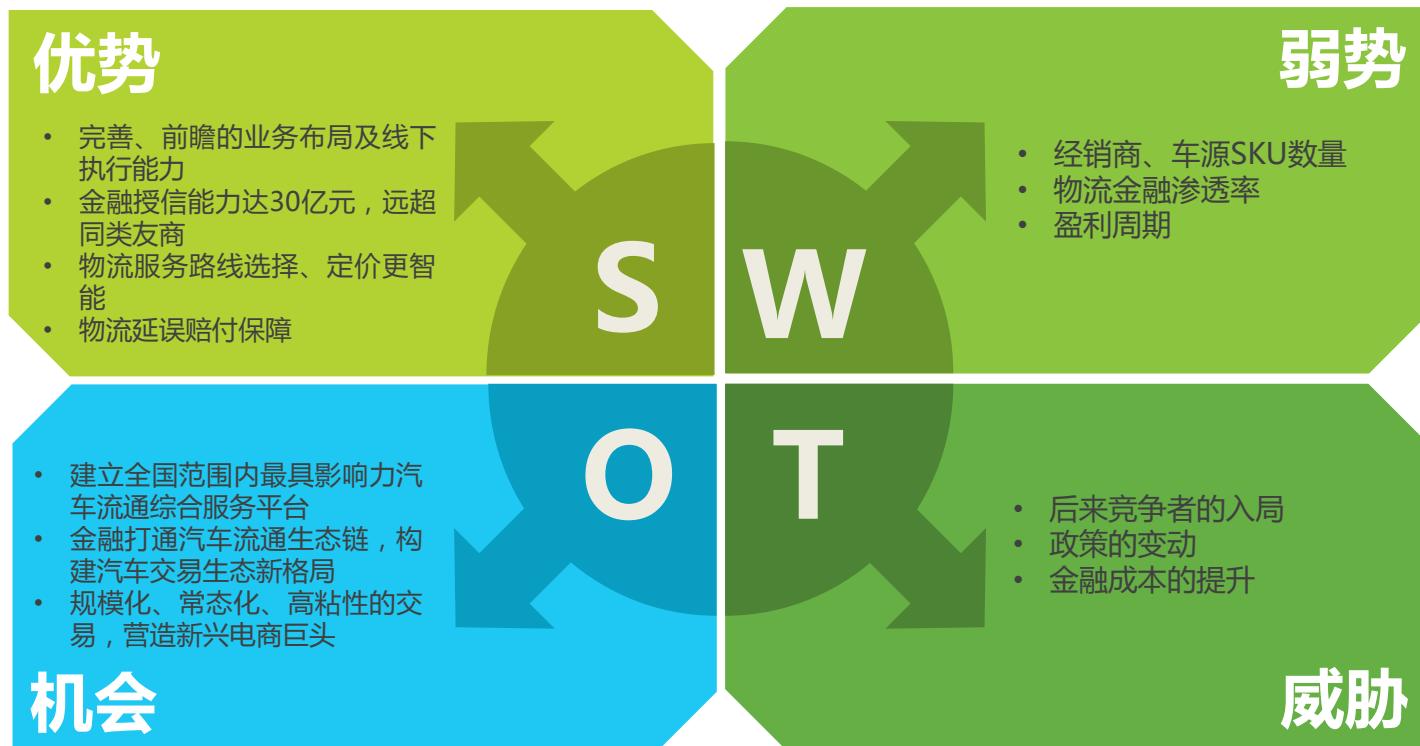
# 典型B2B模式新车电商-卖好车

## 卖好车具有较明显的竞争优势，外部拓展机会较多

从内部因素分析，卖好车在汽车流通行业中相比服务功能较为完善，金融业务及物流业务优势较为明显。另外，卖好车对交易的影响及参与程度，是体现平台价值的主要因素之一；

从外部环境分析，卖好车凭借业务布局及竞争优势迅速建立行业壁垒，建立一个全国范围内的汽车流通综合服务平台，重塑汽车交易链条，成为新兴垂直电商巨头。同时，卖好车也可能面临着后入竞争者的挑战以及不确定的政策、经济因素的影响。

### 卖好车SWOT模型分析



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 典型B2B模式新车电商-行圆汽车

行圆汽车加码库存融资，媒体渠道，流量变现三大业务板块，致力于成为汽车产业互联网服务平台

在互联网与传统经济领域的不断融合与发展中，汽车行业也将面临着深刻的业务整合与价值链重塑的过程；行圆汽车全面布局汽车“上-中-下”游产业链，库存融资、媒体渠道、流量变现三大平台则承担着其业务从上游、中游到下游的贯通，结合汽车产业和新零售发展的特点，重新整合诸多商业要素，构建新型的汽车营销体系。助力汽车行业持续发展与繁荣，迈向汽车产业互联网时代。

## 行圆汽车基本业务布局



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 典型B2B模式新车电商-车行168

## 车行168专注于车源批发、流通交易服务

车行168为全国汽车经销商提供车源发布、查找、在线交易以及物流运输等产品与服务。打造上下游经销商信息交流与交易平台，并为双方提供更高效、更安全的交易保障。

### 车行168主要服务



#### 车源营销

车行168致力于为全国经销商打造在线信息共享平台，并为经销商提供车源发布、搜寻车源等车辆营销服务

#### 在线交易

在车源买卖双方确定交易意向后，可在车行168平台进行交易，同时平台有订金保障，并严格筛选不良商家，保障交易双方利益

#### 物流服务

线上交易完成之后，经销商可在线选择物流服务，由平台合作第三方物流服务公司提供专业运输服务，全程提供运输保险及实时物流信息查询

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新车电商发展背景及定义

1

B2B模式新车电商发展现状

2

B2B模式新车电商典型企业研究

3

B2B模式新车电商行业发展趋势

4

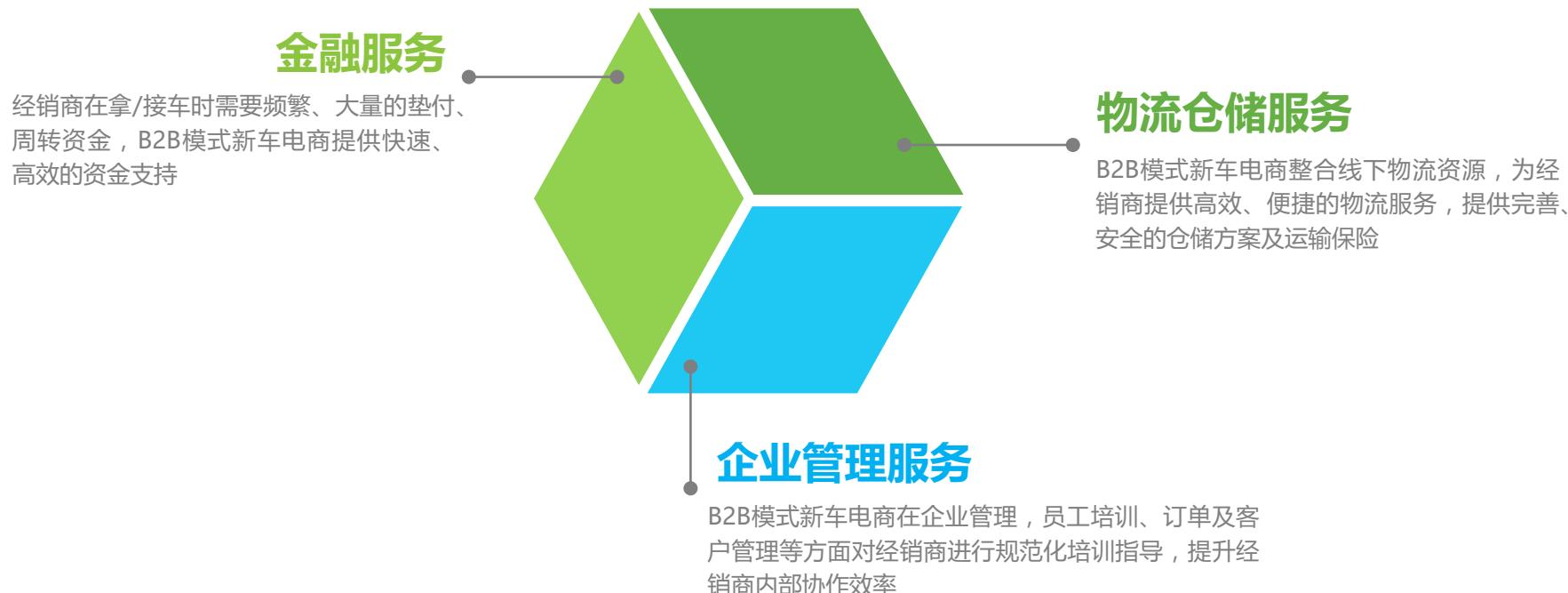
# B2B模式新车电商发展趋势

## 完善金融、物流服务是打造综合服务平台的必经之路

相比于经销商体系下的4S店群体，二级经销商整体规模较小、较为分散，在车源、资金、物流、仓储、交易担保等方面存在不同程度的经营压力及痛点；

未来，B2B模式新车电商将着力拓展经销商金融服务，物流仓储服务及企业管理等服务，建立汽车流通综合服务平台，满足经销商在车辆交易中的服务需求。

### B2B模式新车电商业务拓展



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

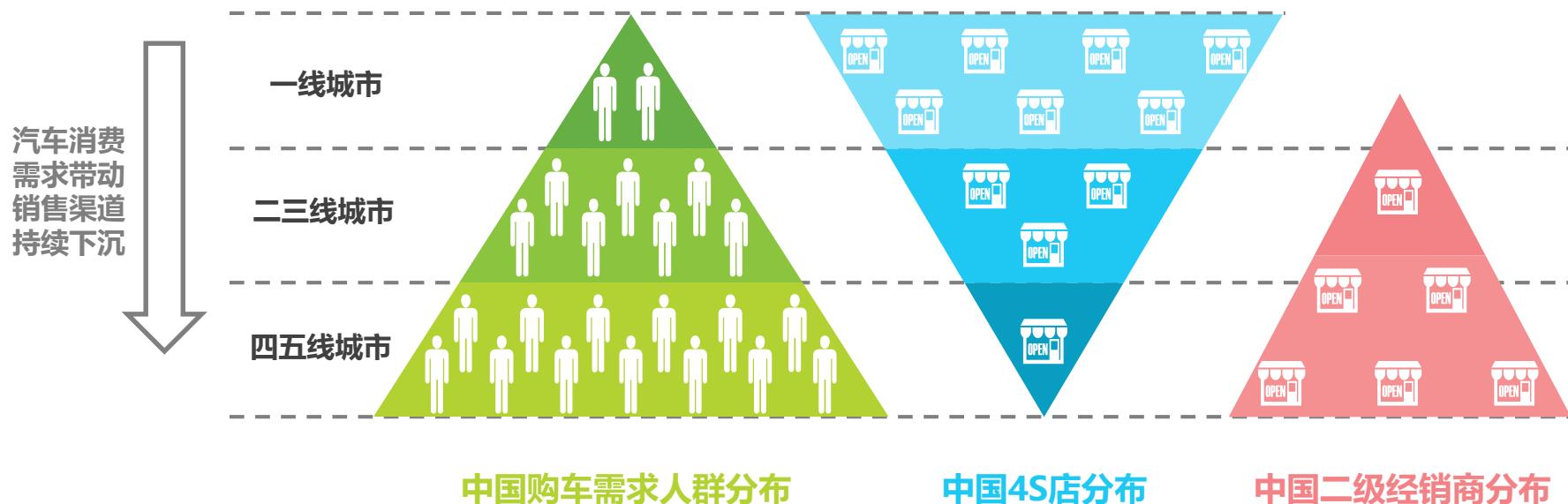
# B2B模式新车电商发展趋势

## 顺应渠道下沉，构建二三线、四五线新型汽车销售渠道

随着《汽车销售管理办法》的出台施行，传统品牌经销商的专营模式将迎来重大改变，品牌经营与维修的垄断现状将被打破，汽车销售市场将进一步开放，将催生更多汽车销售新业态；

另外，随着汽车消费需求的持续下沉，在4S店分布较少的三四五线城市消费者购车需求难以得到满足，B2B模式新车电商平台整合分散的二级经销商，在二三线甚至四五线城市构建新型汽车销售渠道。

### B2B模式新车电商新销售渠道构建



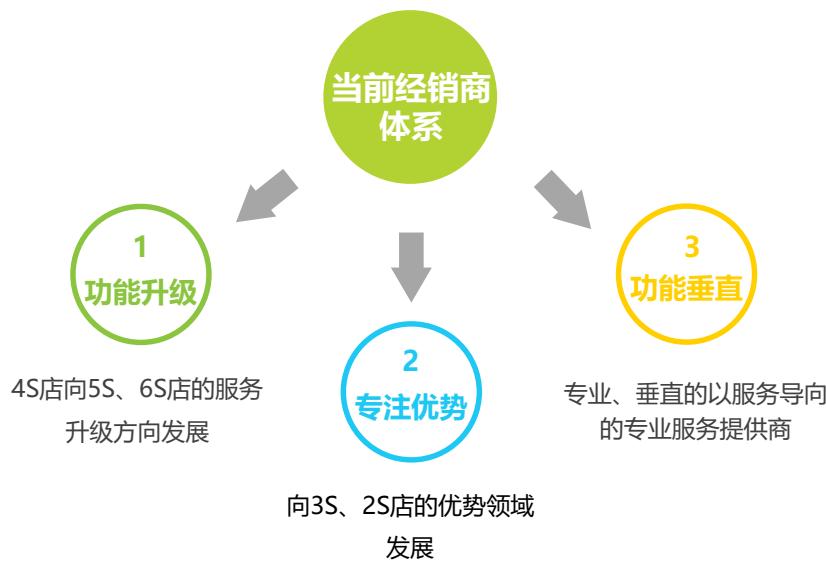
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# B2B模式新车电商发展趋势

## 经销商功能逐步分化，B2B模式新车电商触及二手车流通

未来，经销商根据自身优劣势，发展定位将逐步分化；综合服务能力强的4S店，服务升级成为5S或6S店；而单项服务优势突出的经销商则朝着功能精简、高效的3S店甚至2S店或功能垂直专业的汽车功能店方向发展；同时，B2B模式新车电商不断优化自身服务效率及服务质量，满足新车流通过程中车商服务需求；之后，B2B模式新车电商可能将涉及二手车流通相关业务板块，参与二手车交易、金融及流通服务等。

### 经销商的分化



### B2B模式新车电商的拓展



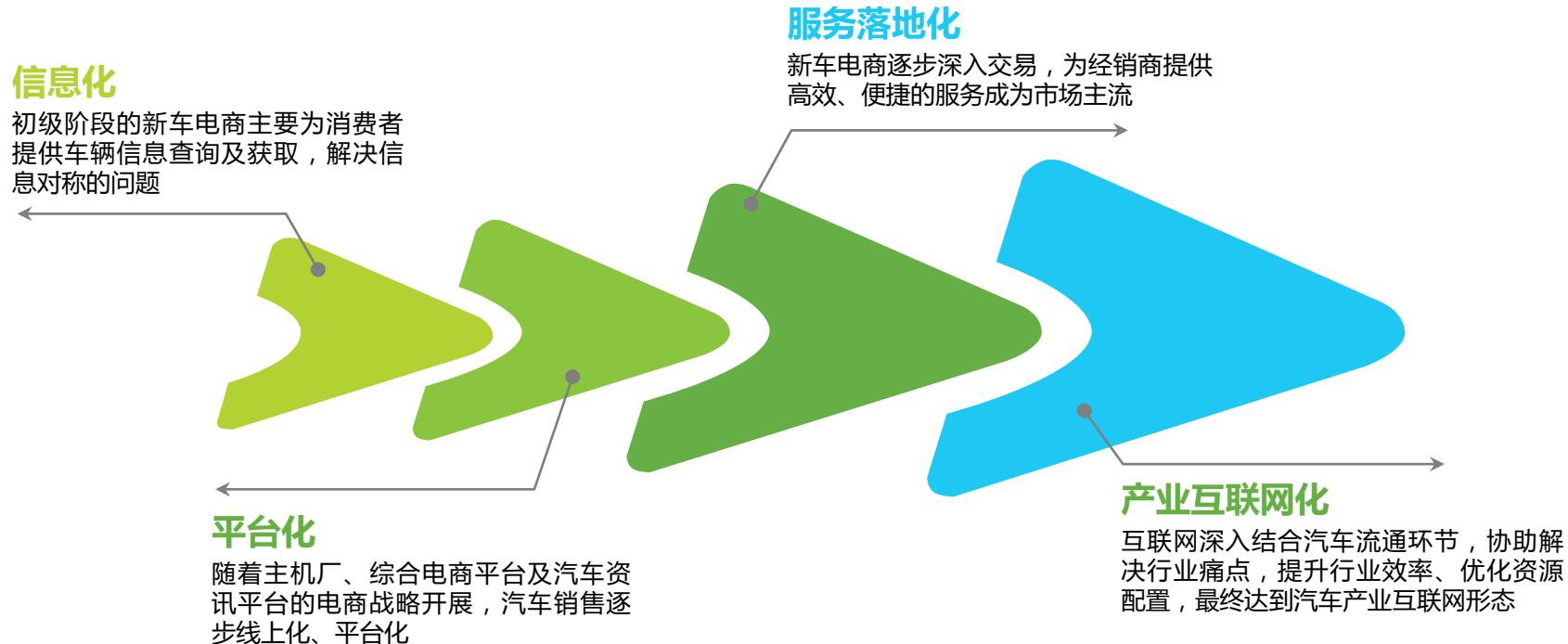
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# B2B模式新车电商发展趋势

## 赋能经销商，推动汽车产业互联网化进程

在互联网与各行业的不断融合的进程中，互联网逐步融入行业的各个环节，提升各环节运行效率，推动行业发展进程；  
B2B模式新车电商未来将持续为经销商赋能，提供全方位的增值服务，深度介入交易，有效缩短信息流、物流、资金流；  
真正意义上解决汽车流通环节中的痛点及弊病，打造汽车产业互联网形态。

### B2B模式新车电商发展路径



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# B2B模式新车电商发展趋势

## 车商大数据深度挖掘，促进行业升级

大数据技术时代的来临，涵盖用户基本属性、平台使用偏好、触媒习惯、消费习惯等方面数据具备极高营销研究价值，电商平台愈加重视用户数据的积累；

通过对海量经销商交易行为数据的研究，为平台选择服务时机、服务类别、服务对象提供了数据支撑与验证。

### B2B模式新车电商数据价值



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

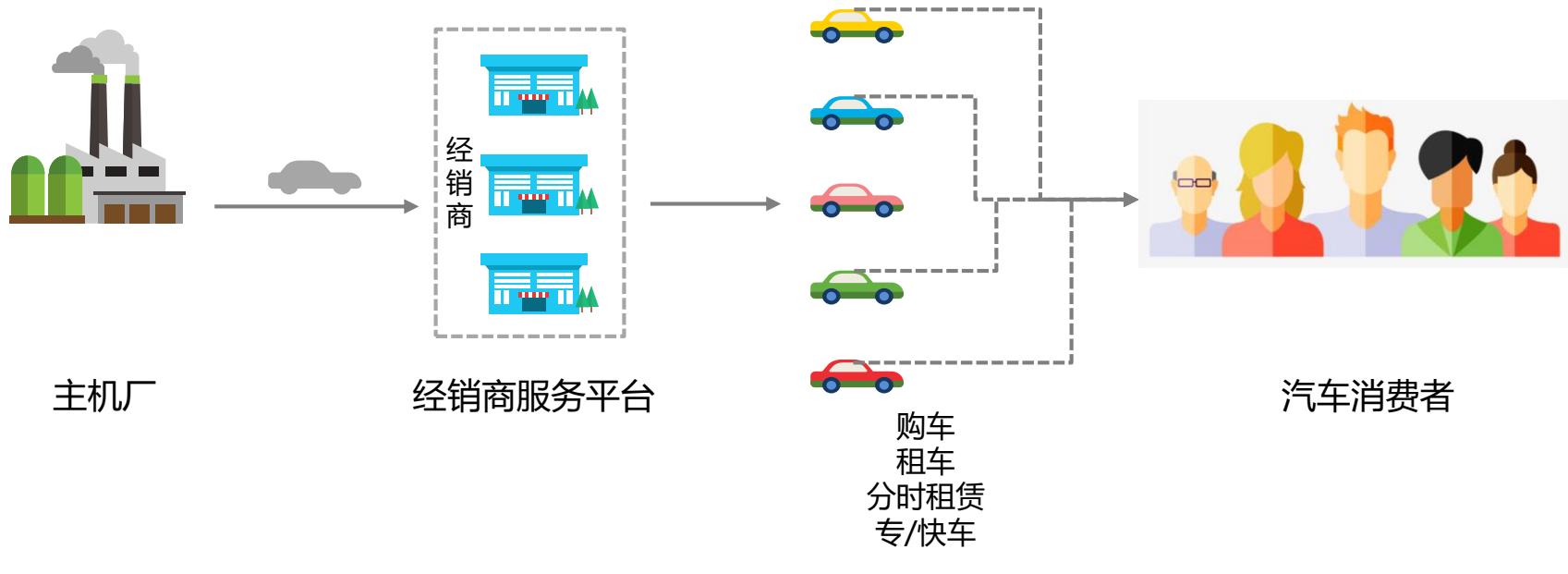
# B2B模式新车电商发展趋势

## 经销商服务平台未来将成为出行综合服务商

随着无人驾驶及新能源汽车等技术的逐渐成熟、普及，人类司机将得以解放，汽车将成为消费者的新的生活、工作空间；同时出行服务的不断完善与发达，不必拥有汽车的观念逐渐被接受并流行；

未来，经销商服务平台将逐渐成为出行综合服务提供商。通过整合经销商资源，积累的有价值的消费者数据，为消费者提供不同车辆、不同用途、不同形式及不同使用时间的购车及用车服务。

### 经销商服务平台功能的拓展与完善



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 公司介绍/法律声明

## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载  
TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询