

中国二手车交易服务电商主流模式案例分析2017

2017年7月

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



分析定义 二手车电商

- 二手车电商：利用互联网/移动互联网技术，通过与线下各项服务资源相结合，实现二手车的线上信息查询与共享，以及在线的二手车买卖交易。

分析范畴






- 分析对象：中国二手车电子商务。
- 分析涉及的关键字：二手车电商、二手车金融、大数据等。
- 分析涉及的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

数据说明

- 千帆数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 万像数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行检测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观万像基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfo Tech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

目录

CONTENTS

- 01  | 中国二手车电商市场发展现状分析
- 02  | 中国二手车交易服务电商典型案例分析
- 03  | 中国二手车电商市场发展趋势分析

PART 1



中国二手车电商市场发展现状分析

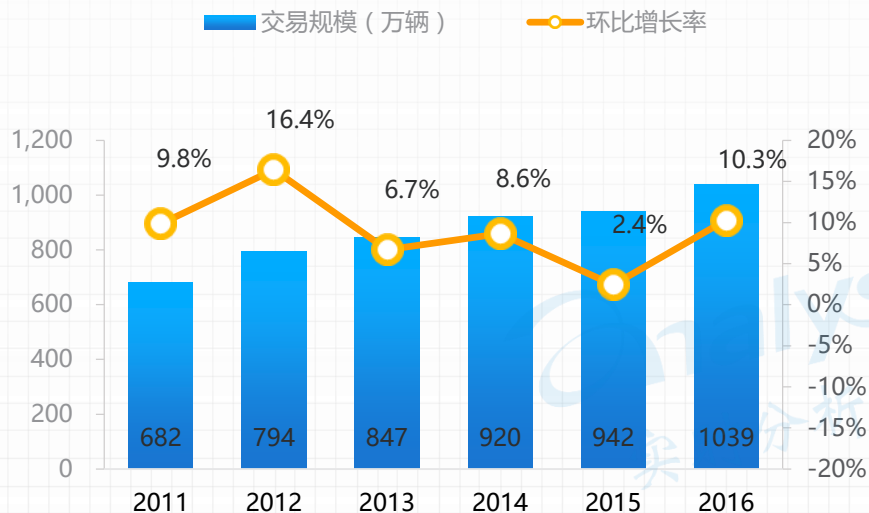
——洗牌之后是交易规模快速提升和企业运营精细化

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国二手车交易量首破千万，成为行业新里程碑

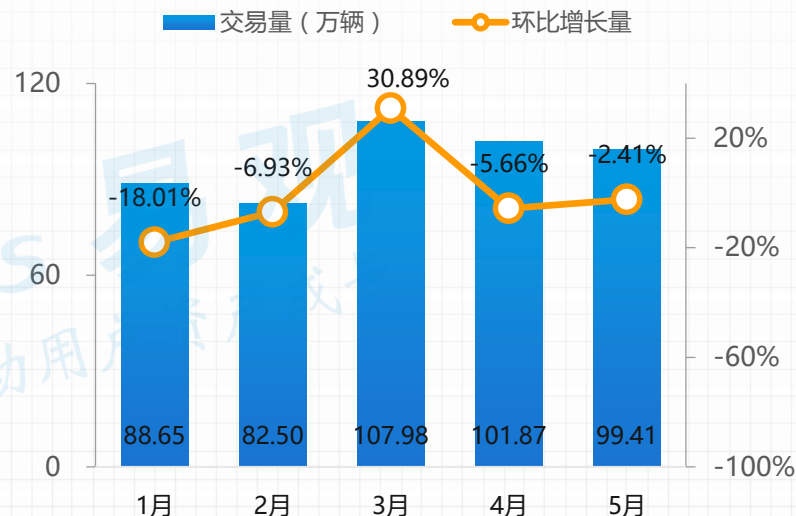
2011-2016年中国二手车整体交易量



© Analysys易观·中国汽车流通协会

www.analysys.cn

2017年中国二手车月度交易量



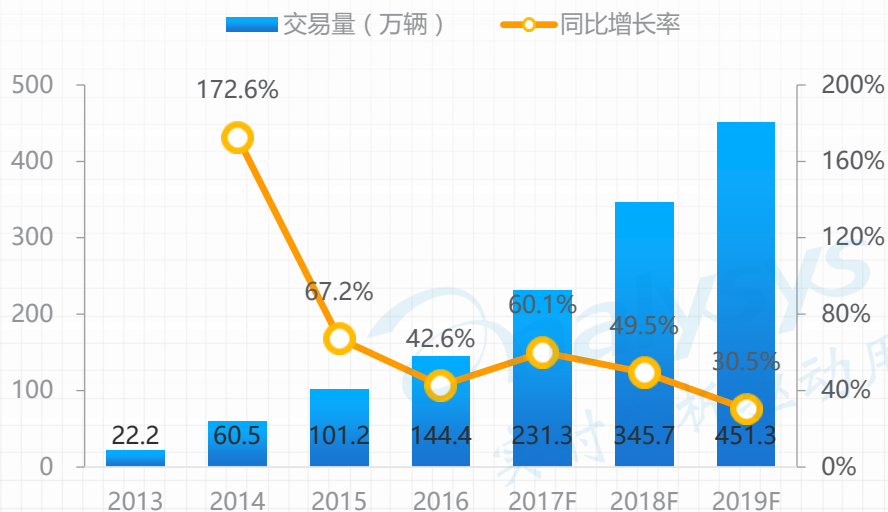
© Analysys易观·中国汽车流通协会

www.analysys.cn

- 根据中国汽车流通协会统计数据显示，2016年中国二手车整体交易量达到1039万辆，同比2015年全年增长10.3%。Analysys易观分析认为，2016年中国二手车交易量首次突破千万辆大关，成为二手车行业新的里程碑事件，截至2017年5月底全国二手车交易量达480.41万辆，同比增长20.8%。

2016年中国二手车电商快速增长，电商渗透率进一步提高

2013-2019年中国二手车电商交易量及预测

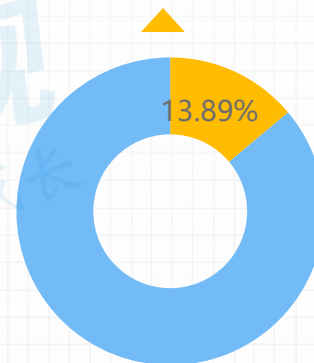


数据来源：结合全国范围内的交易市场、车源、车商抽样，综合企业与专家访谈，参考车300相关交易数据资源，根据易观模型测算。交易统计中不包含信息型平台以及非自营型B2C平台的成交量。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国二手车电商渗透率



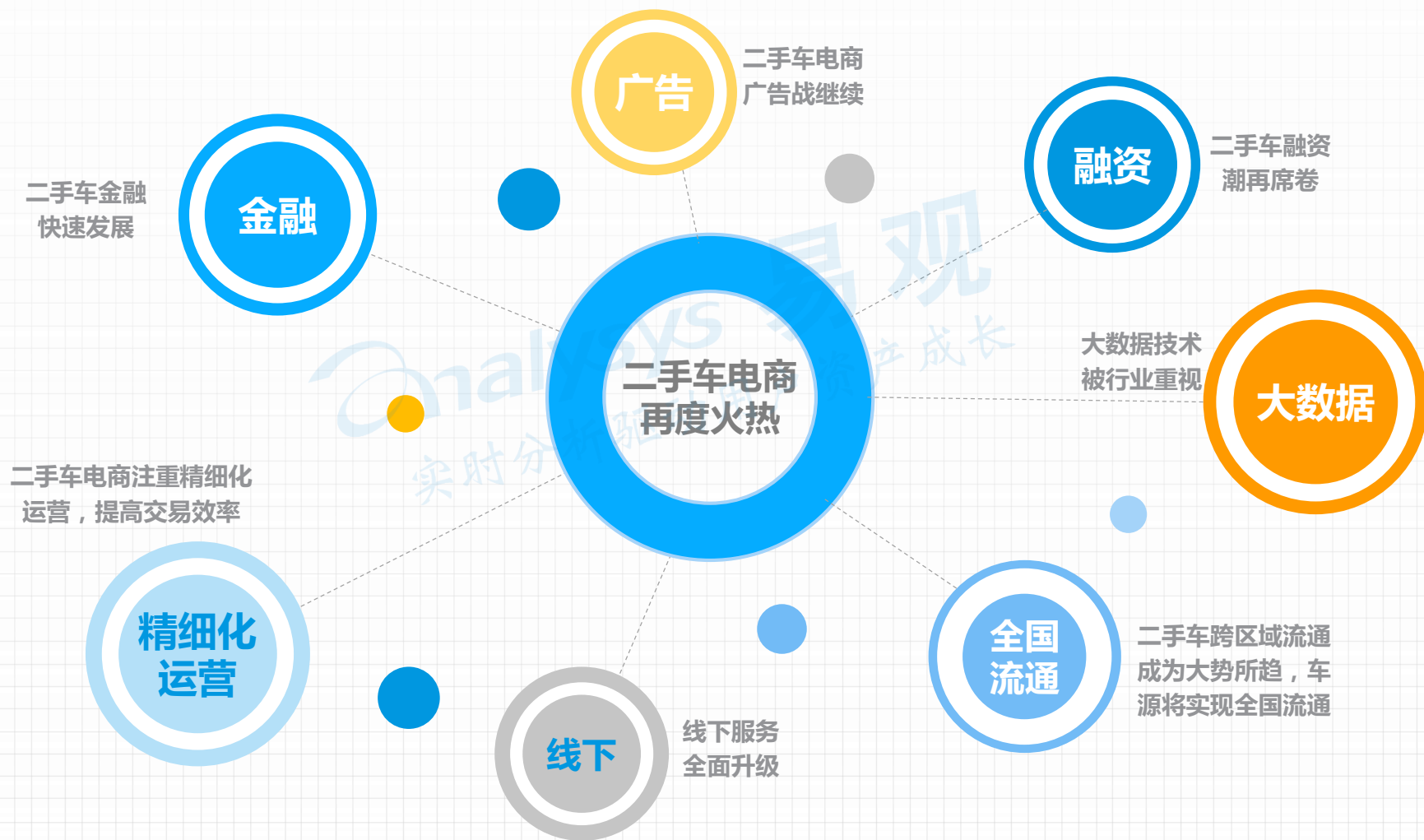
数据来源：结合全国范围内的交易市场、车源、车商抽样，综合企业与专家访谈，参考车300相关交易数据资源，根据易观模型测算。交易统计中不包含信息型平台以及非自营型B2C平台的成交量。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 2016年中国二手车电商交易量达144.4万辆，同比增长42.6%，电商渗透率为13.89%。Analysys易观分析认为，2016年解限政策的实施一定程度上刺激了二手车源的跨地域流通，多家平台的广告宣传和配套金融服务等的完善也提高了消费者对行业的认可度，使得二手车电商交易量出现了新一轮的增长。Analysys易观分析预测，二手车电商未来几年仍将保持快速增长，2019年二手车电商交易量有望接近500万辆。

2017年上半年二手车电商交易服务市场表现火热



二手车电商融资潮再席卷，单笔融资额规模提升

2017年上半年二手车交易平台融资潮再席卷，单笔融资额均超亿元，洗牌之后的二手车电商再获资本青睐



3月17日，车置宝战略并购又一车，新车置宝将升级服务于车商的金融、物流、云检测、估价等增值服务项目。



3月17日，瓜子与58战略合作，将在流量、车源、金融风控、大数据等方面深入合作，并打通大数据体系。



4月20日，人人车自营金融业务正式落地，首批产品标准贷和优惠贷已上线。



6月15日，优信集团品牌升级，推出“全国直购”业务，布局线下门店、物流网络，提升汽车消费体验。



7月3日，瓜子二手车与百度金融合作发行首单场外证券化（ABS）产品。

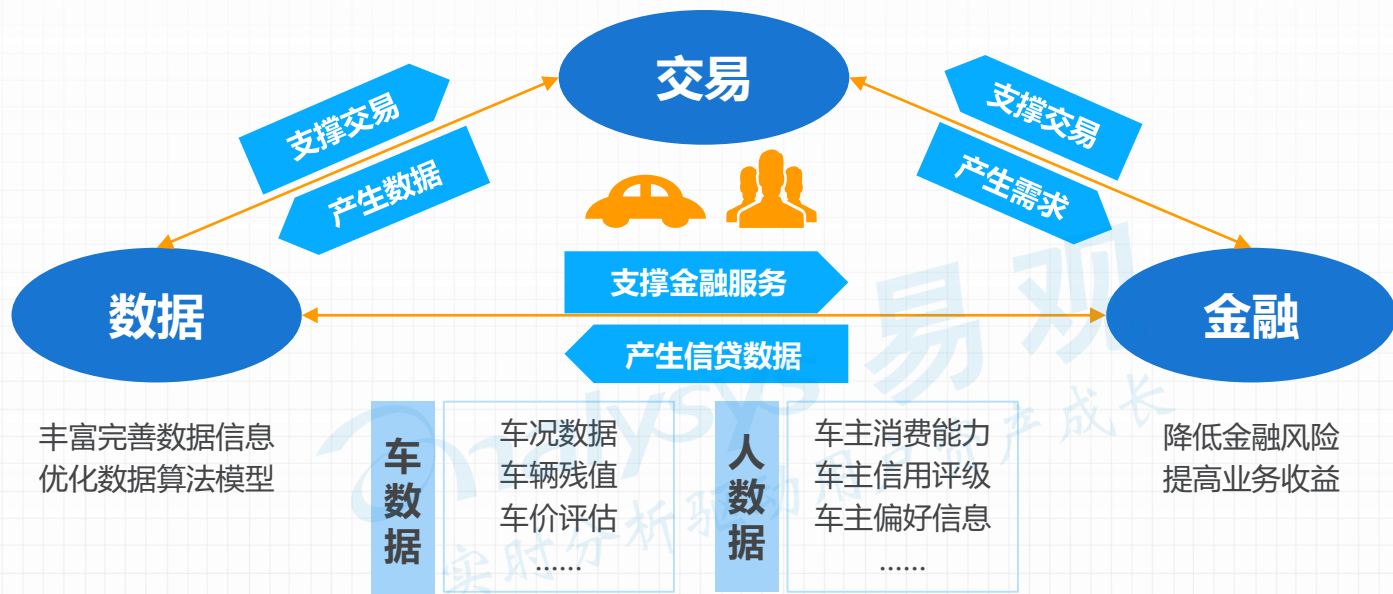
资料来源：Analysys易观根据市场公开信息统计整理分析

广告之争再起，是烧钱之风盛行还是企业发展必需？



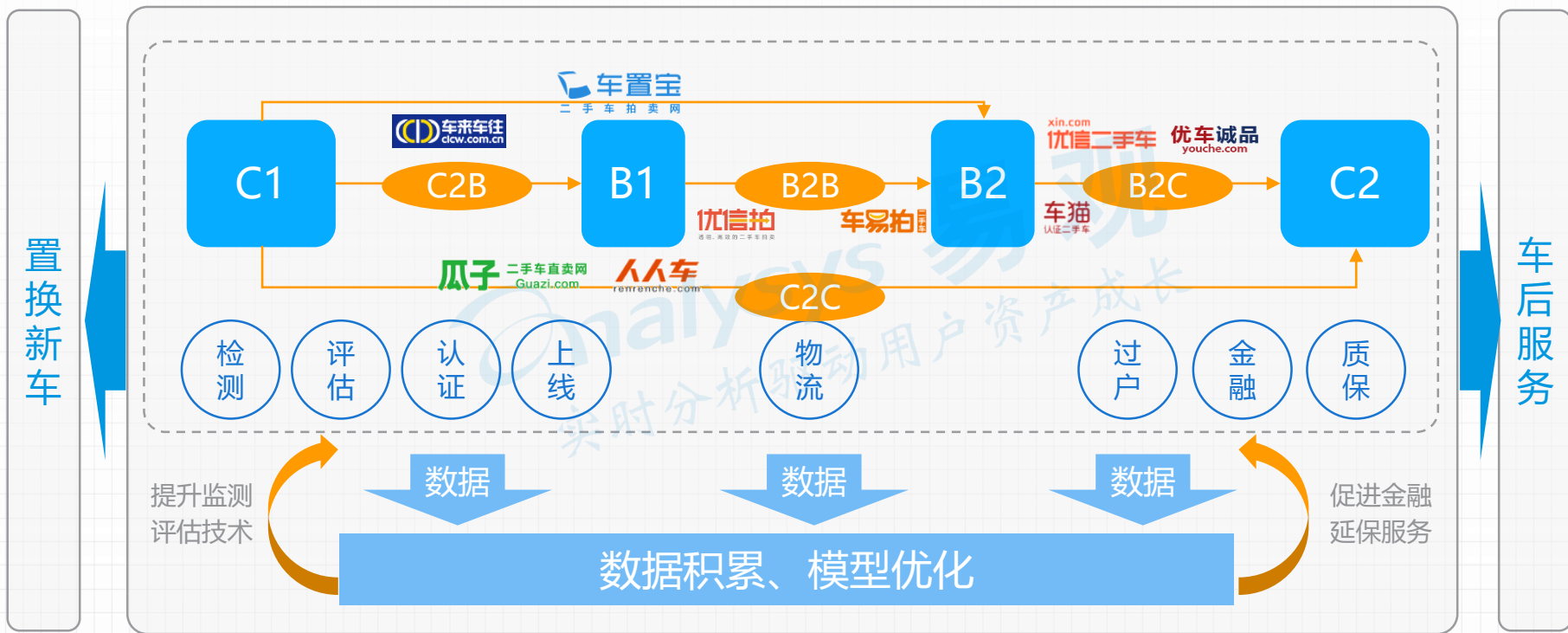
- 二手车电商自2015年开始出现了一波广告战，一年之后的2017年，广告战再度来袭，只是参与者更加丰富和多样化，除原先的瓜子二手车、人人车二手车以及优信二手车之外，又有大搜车、车来车往旗下开新二手车以及车置宝等企业加入。
- Analysys易观分析认为，二手车交易服务电商市场已经经历过一波大规模的洗牌，存活下来的企业大多是商业模式基本成熟且被证明更适合行业发展需要的，进入启动期后，二手车电商市场即将到来的是快速增长的市场规模和脱颖而出的头部企业代表。
- 重新进入广告之争、选择合理的渠道和方式进行广告投放，是处在这一发展阶段中的二手车交易服务电商平台快速提高品牌知名度、消费者认可度的重要宣传手段，也是企业获取更加广泛的车源和用户规模的重要途径。

数据和金融相互促进，提供交易保障加快交易实现



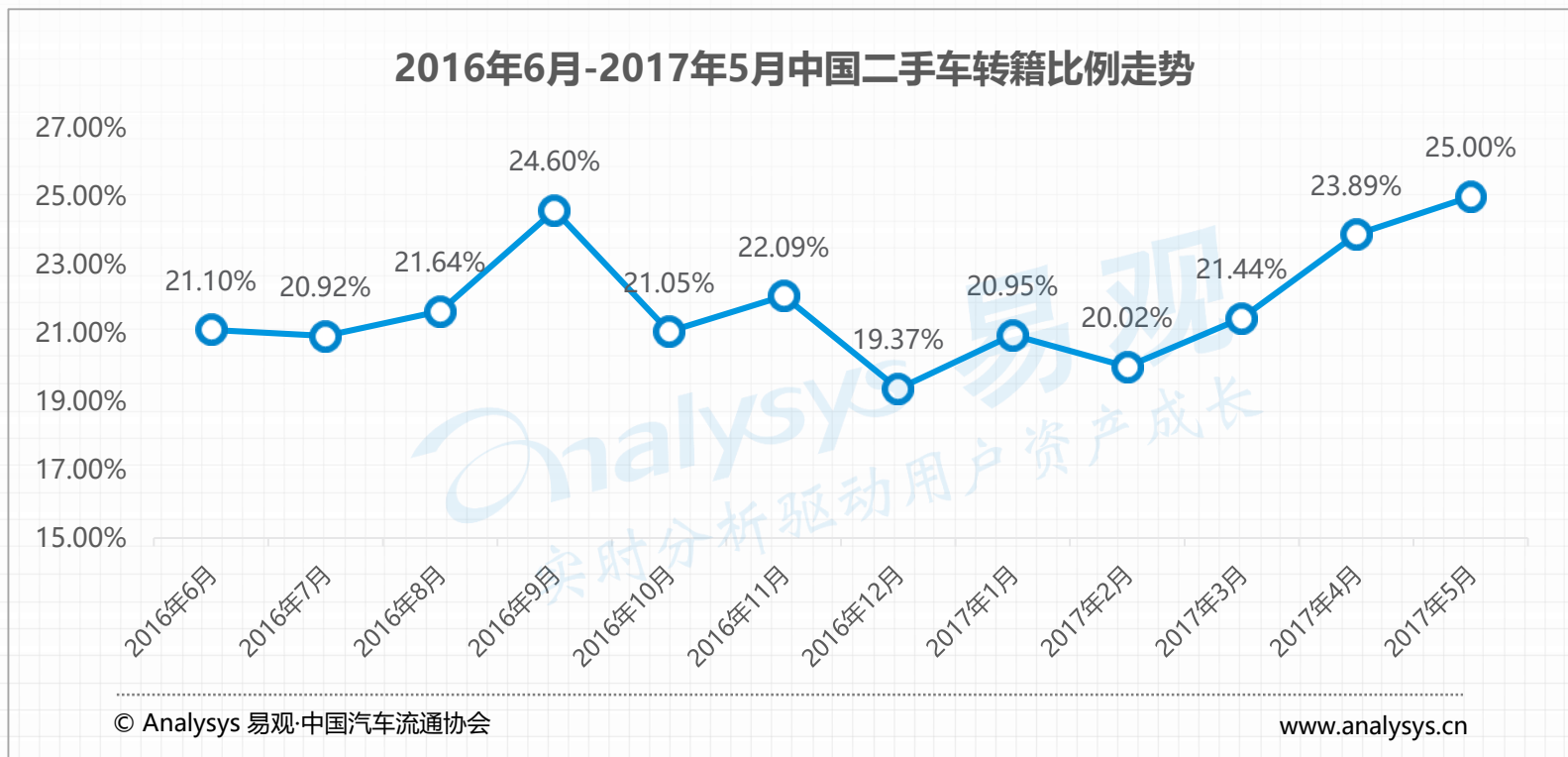
- 二手车产品的非标属性使得二手车交易存在多种不确定性风险，二手车市场也一直因诚信问题发展迟缓。自2016年初开始，就陆续有多家企业开始全面发展大数据技术，利用数据积累进行深度学习算法优化，对车况监测估值、车主信用数据等进行分析 and 评估，相应地为用户提供金融和售后延保等多项配套服务。
- Analysys易观分析认为，大数据、金融和二手车交易是能够相互促进和相互支撑的。大数据技术的提升和金融延保服务的完善共同为二手车交易提供保障和支撑，促使交易的快速实现。而交易过程中产生的各项车主和车况等数据能够进一步完善企业的算法模型，从而给金融服务以技术和数据支撑，为企业带来降低风险提高收益的效果。

配套服务逐步完善，二手车交易服务平台有序开展产业链上下游布局，满足车主多样化的汽车生活需求



- 二手车买卖从车源端的检测评估，到销售端的物流过户以及后期的金融、售后延保等，中间涉及到的交易流程和服务非常复杂，二手车交易服务电商平台经过多年的发展在配套服务方面已经逐步完善，并且积累了大量的数据资源。与此同时，二手车交易属于低频交易场景，个人买卖家产生一次交易需求的时间周期通常在4-5年左右，服务到C端个人车主的二手车交易平台为了更好地留住平台上的用户，需要对目前的业务进行产业链延伸，通过新车置换和车后服务来激发已有用户的其他消费需求，保证企业用户留存的同时能够满足车主更加多样化的汽车生活服务需求。

解限一年期满，二手车跨区域交易占比稳步提升



- 根据汽车流通协会对近一年二手车转籍比例统计显示，自2016年解限政策实施至今已满一年有余，二手车跨区域流通比例基本处于稳步缓增的趋势。与此同时，二手车月度交易量呈现出稳步增长的趋势，二手车跨区域交易量总量也相应表现出增长趋势。Analysys易观分析认为，二手车跨区域流通对物流、过户等多项线下服务依赖较大，对交易服务电商平台的综合实力提出了更大的考验。

PART 2

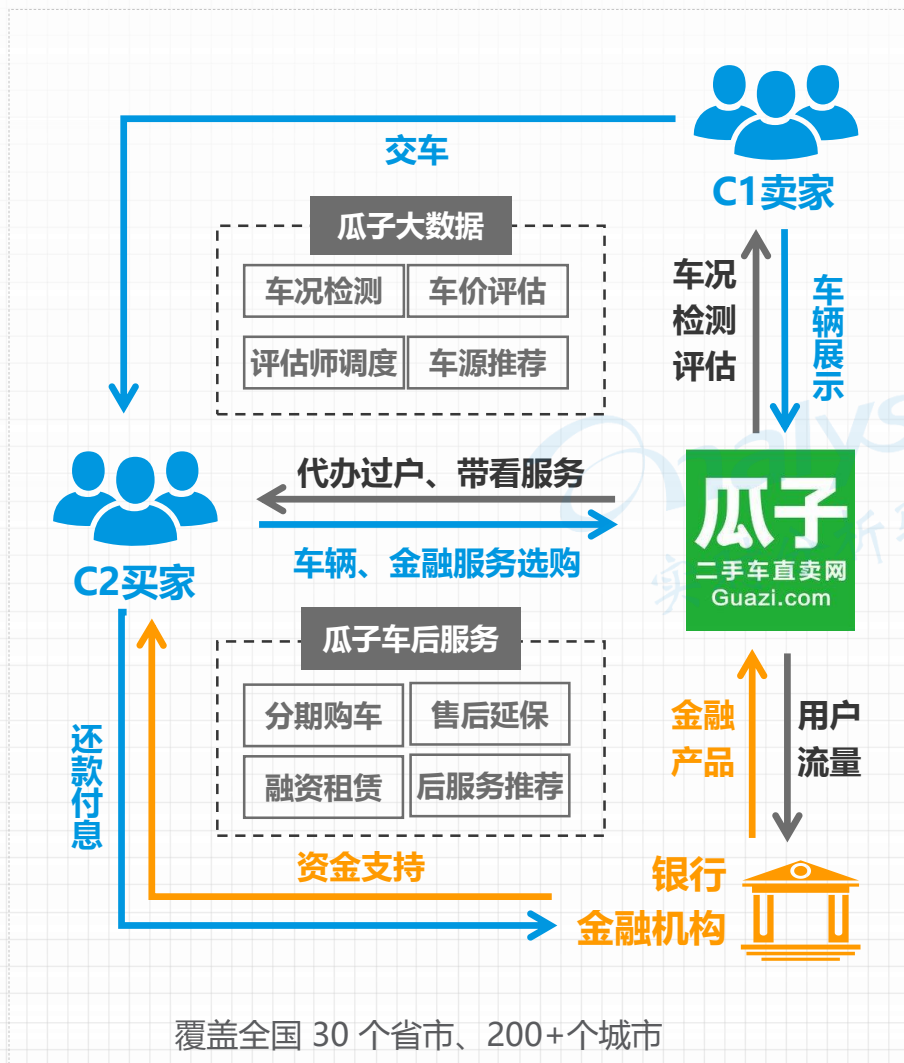


中国二手车交易服务电商典型案例分析 ——行业风口下，二手车交易服务电商主流模式案例分析

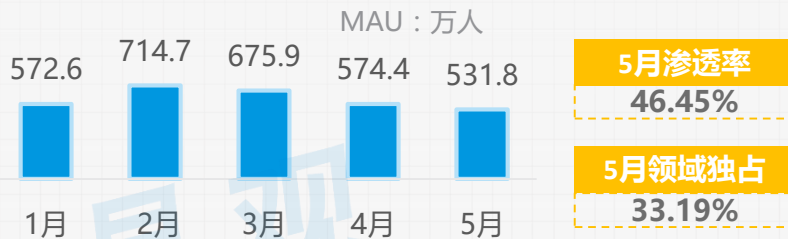
© Analysys 易观

www.analysys.cn

瓜子二手车产业链纵向延伸，满足用户更多汽车生活服务需求，数据支撑金融和交易效率不断提高



2017年1-5月瓜子二手车移动端用户情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 瓜子二手车直卖网通过数据积累提升二手车检测评估技术，为卖家提供快速便捷的上门检测和更加精准的车价评估服务，为买家提供更加个性化的车源推荐和售后金融保险等服务。
- 在二手车交易服务基础上，瓜子二手车还不断展开产业链纵向延伸，布局新车和车后服务，为用户提供可选更多购车方案，对车后服务和金融等的布局能够满足车主在汽车生活中更多样化的需求。

“基因库+智能算法” 构建瓜子大脑，助力完善瓜子二手车生态服务体系，提高资金利用率

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



二手车交易&车后服务

- 个性化车源推荐
- 客服机器人
- 智能调度
- 智能车价评估
- 极速个性化金融保险服务
- 智能个性化车后服务匹配
- 智能语音图像视频识别
- 智能金融风控系统

融资租赁牌照



互联网小贷牌照



人民银行征信体系



ABS场外资产证券化



车置宝坚定C2B模式，近5年时间积累大量数据，数字化运营提高平台交易效率，深入服务车商群体

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长



车置宝数据赋能金融业务，免抵押信贷保证二手车价值，提高车商收车能力和售车效率

Analysys 易观

实时分析驱动用户资产成长



经销商覆盖城市数

300+

车源覆盖城市数

50

跨区域成交率

60%+

2017年融资规模

约2亿美金

■ 车置宝以车商长期交易和信用数据为基础，创新金融产品推出免抵押信贷服务“车商贷”，在给车商提供资金支持的同时避免车辆抵押带来的贬值影响，提高了车商的收车意愿和收车能力，也给车商库存零售提供了保障。随着平台数据的不断积累，车置宝推出自营金融产品“置车贷”，扩大金融服务的车商范围，提高平台交易规模。

车商行为数据

20000+

竞拍收购价数据

60000+

每日车商成交数据

近千条

金融产品服务车商

近万名

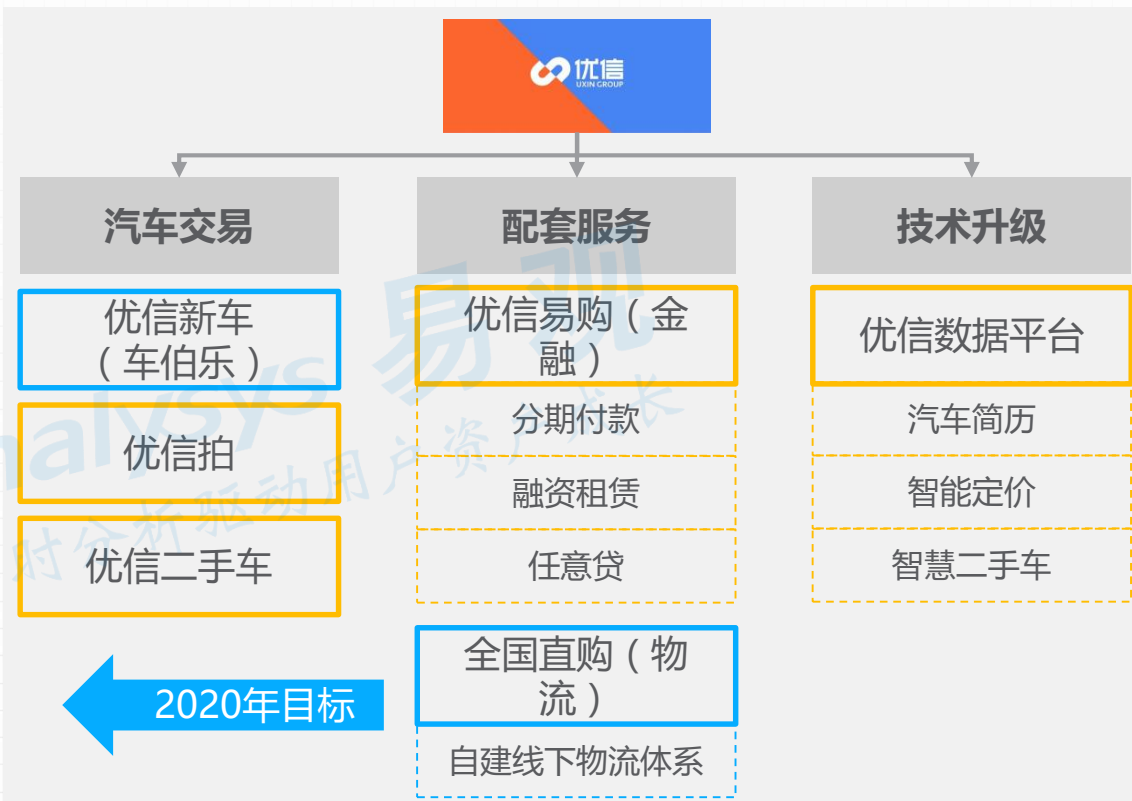
品牌升级，优信全面布局汽车电商生态系统，配套金融、物流等服务不断升级，数据平台不断优化

优信新车以向经销商询底价的方式为用户提供全国购车比价服务，给用户提供更具竞争力的购车价格

2017年4月“车伯乐”改名“优信新车”，正式进入新车电商市场

2017年1月，优信推出媒体平台“车伯乐”，为用户提供资讯、点评及社交等多项服务

2000家线下门店
100城对200城的物流线路
20个中心仓和上百个中转仓



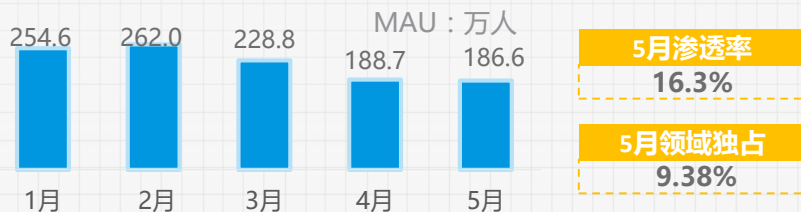
- 优信已经初步形成了以汽车交易为核心的汽车电商生态系统，先后推出车伯乐、优信新车、全国直购等服务，为个人买卖家、车商等提供更加全面的配套服务。与此同时，优信不断升级完善数据平台，降低二手车非标属性给行业带来的不信任感，促进汽车全国交易和流通的快速实现。

数据和金融双驱动，为优信全交易链用户提供汽车交易中的技术和资金支持



利用优信交易平台海量二手车真实交易数据及全行业数据的深度挖掘，建立风控模型。
数据平台支持，优信为B端和C端提供完善的汽车融资租赁服务，发力金融市场。

2017年1-5月优信二手车移动端用户情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 优信凭借数据和金融双驱动，为平台全交易链用户提供汽车交易过程中的技术和资金支持，提高用户的购车能力和购车意愿。与此同时，数据与金融能够相互促进和补充，有利于构建全面的用户画像和提高车源估价的精准度。数据的完善也能够对金融业务的风控模型进行优化，从而达到降低风险提高收益的效果，为优信的全产业链延伸和布局提供更多的技术保障。

PART 3



中国二手车电商市场发展趋势分析

——行业发展进入快车道，细分市场格局初显

© Analysys 易观

www.analysys.cn

二手车电商市场进入快车道，细分格局初显，用户服务走向纵深化

车源加速跨区域流通，考验城市覆盖和线下服务能力



- 解限政策实施以来二手车跨区域流通成大势所趋，诸如车置宝等ToB型二手车交易平台的快速发展一定程度上满足了异地车商的车源需求，促进车源在全国范围内流通。但跨区域流通必然对平台物流、过户等线下服务提出更多考验，优化物流调度系统、控制成本成为企业精细化运营的一大要点。

- 二手车市场的快速发展离不开二手车金融业务的刺激和支撑，多形态二手车金融的发展能够缓解车商和个人买家的资金压力，在基于个人信用和资产规模等数据的基础上提高购买用户能力，刺激用户需求。



金融服务成行业共识，多形态二手车金融业务快速发展

各模式电商平台快速发展，第一梯队企业逐渐显现



- 二手车电商几大主流模式代表企业已经初步确立，以瓜子二手车为代表的C2C模式、以车置宝为代表的C2B模式，以优信二手车为代表的B2C模式等均在各自领域奠定了坚实的基础，未来将在产业链延伸、金融、数据等方面大规模发力，不断提高企业综合竞争力，提高盈利能力。

- 随着二手车电商交易量的不断提高，对售后用户的留存和再服务将是企业发展的一大重点。各大二手车电商平台开始涉足新车置换和车后服务领域，构建全面的汽车电商生态系统能够有效刺激平台用户的活跃情况，提高用户留存率，缓解由于二手车交易的低频属性造成的用户流失现象。



汽车电商全生态趋势使得二手车竞争逐渐延伸至新车和车后服务

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用