

2016 年

中国二手车电子商务行业年度盘点

China Used-car E-commerce Industry
Inventory



目录

1.中国二手车电子商务行业发展现状.....	2
多项政策利好，二手车行业前景可期.....	2
二手车电商广告热度不减，平台流量快速提升	3
市场接受度提升，二手车交易量显著增长.....	4
2.中国二手车电子商务行业年度盘点.....	6
盘点一：壁垒 VS 反壁垒.....	6
盘点二：“线上线下” 一个都不能少.....	7
盘点三：得车源者得天下	9
盘点四：倒下的 Beepi.....	11
盘点五：行业战略合并初现	13
盘点六：主机厂经销商“大佬” 入局.....	14
盘点七：绕不开的二手车金融.....	15
盘点八：第三方细分服务平台价值凸显	17
盘点九：构建生态圈才能解决盈利难题？	18
公司介绍/法律声明.....	20
版权声明.....	20
免责条款.....	20
联系我们.....	20
微信公号：	20

1.中国二手车电子商务行业发展现状

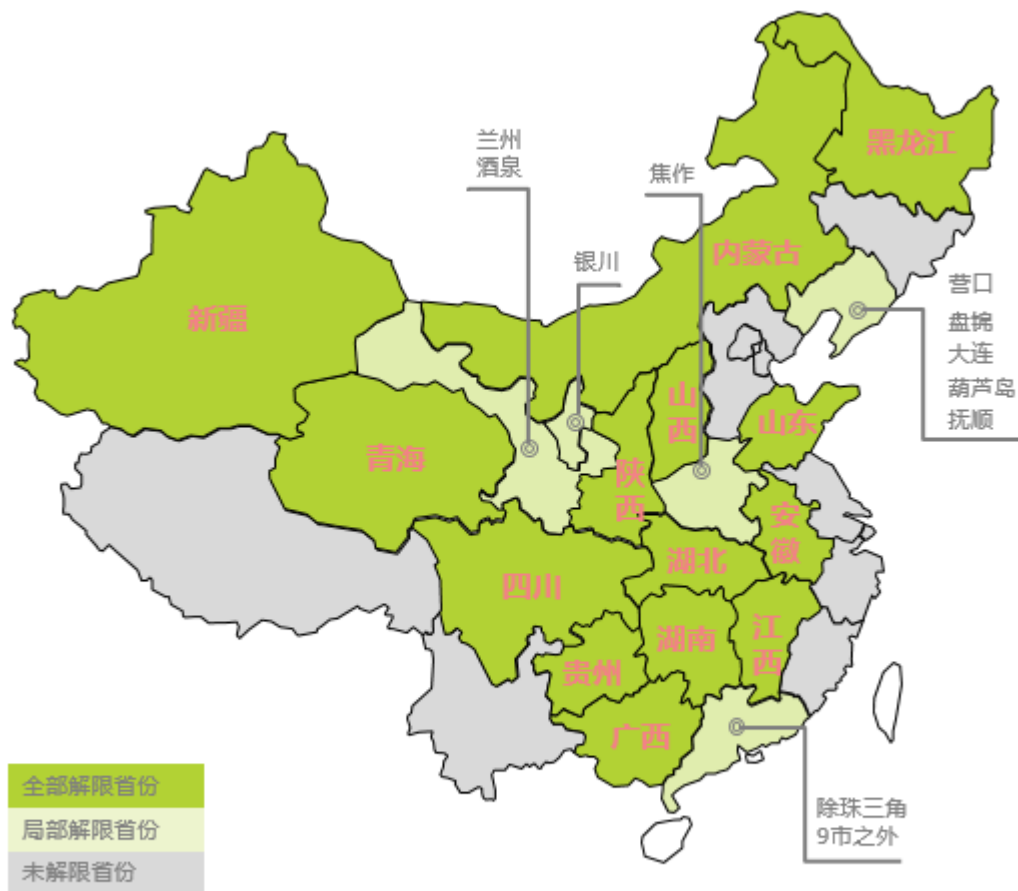
近几年来,随着汽车消费大众化趋势逐渐加强,尤其在一二线城市市场,居民汽车消费理念已经发生改变,选择车辆更加理性,二手车逐渐进入消费者购车选择范围。2016 年中国二手车市场交易量达 1039 万辆,首次突破千万辆大关,显示了二手车行业的巨大潜力,也极大提振了业界信心。同时,随着二手车电商平台强势进入市场,并以多种模式切入卖车、买车、物流等各个环节,有效地丰富了二手车的交易方式。二手车电商平台作为新兴的二手车交易渠道,凭借互联网的及时性、便捷性、高效性,不仅提升了二手车交易的效率,更解决了二手车信息不对称、价格不透明等诸多行业痛点。

多项政策利好,二手车行业前景可期

2016 年 3 月,国务院办公厅发布了《关于促进二手车便利交易的若干意见》,提出“营造二手车自由流通的市场环境”等八条建议,俗称“国八条”,以便利二手车交易,繁荣二手车市场,为新车消费创造更大的市场空间,同时带动汽配、维修、保险等相关服务业发展。同时意见提出进一步完善二手车交易管理登记,优化税收政策等内容。政策一出,全国多个地区纷纷响应。2016 年 9 月 1 日正式实施的《二手车流通企业经营管理规范》,更好地补充和完善了现行的《二手车流通管理办法》和《二手车交易规范》,将有助于解决二手车流通企业准入与规范经营问题,有助于建立竞争有序的二手车市场秩序。近日,环境保护部、商务部联合印发了《关于加强二手车环保达标监管工作的通知》,统一了取消二手车限迁政策的标准,《通知》明确指出,除京津冀、长三角、珠三角地区的 9 个城市外,只要符合当地路上行驶的车辆排放标准,就必须允许迁入,不得设定其他限制措施。此举进一步明确了限迁标准,防止了部分地区曲解、误读国家政策,加速全国区域解除限迁。

自 2016 年初开始,解除二手车限迁的省份及城市逐渐增加,兰州、葫芦岛、伊犁等城市率先表态,四川、贵州、江西、安徽、新疆、内蒙古、广西、陕西、陕西、安徽、山东等省份开始全面放开限迁,全面解除限迁已成燎原之势。截止目前,全国多数省份宣布解除限迁,区域限制的打破极大鼓舞了二手车行业参与者与消费市场的信心与热情,二手车行业将迎来更好的发展时期。

2016年全国解除“限迁”形势图



来源：艾瑞根据公开资料整理而得。

©2016.12 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

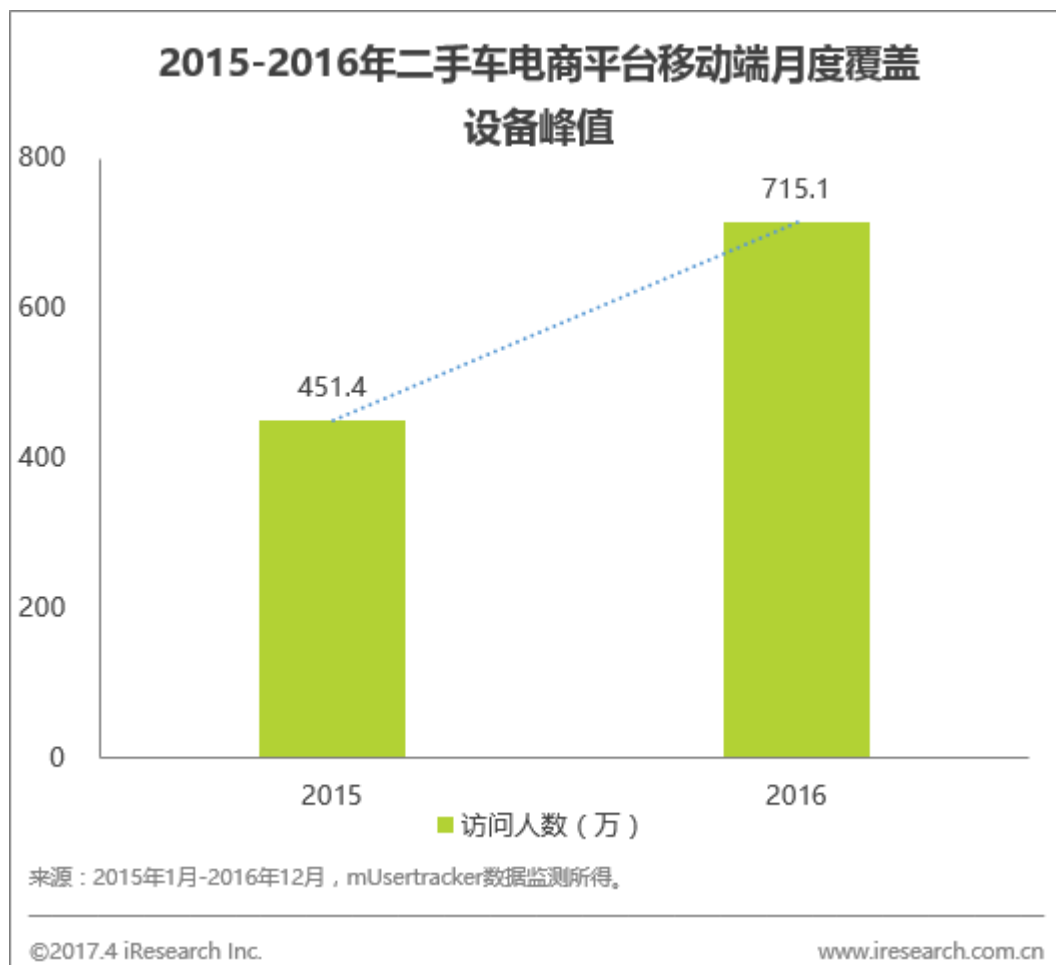
图表1-1 二手车解除限迁地区图(2017年3月)

随着解除限迁政策的实施，全国二手车市场将会实现跨区域的大规模流通。一方面 2C 交易中用户需求将会得到更好地满足，车源的丰富度将明显提升；另一方面 2B 交易将获得更大的自由度，经销商之间大批量的车辆跨地域流通将成为常态，保证各区域车源的供应。在多项政策的促进下，2016 年二手车交易量明显提升，首次突破一千万辆，且增长率重新达到 10%以上，预计 2017 年二手车市场将会迎来更快的发展。

二手车电商广告热度不减，平台流量快速提升

从 2015 年下半年起，铺天盖地的二手车电商广告使“默默无闻”的二手车市场迅速进入大众消费者的视野。在强大的资金支持下，以优信二手车、瓜子二手车为代表的大型二手车电商平台，投入大量资金进入广告市场，并通过极具感染力的广告内容及形式，短时间内

积累大量用户。二手车电商平台广告针对传统交易的痛点,打消消费者购车的顾虑,树立可靠、诚信的企业形象,同时推动了二手车行业朝更加规范化、标准化的方向发展。

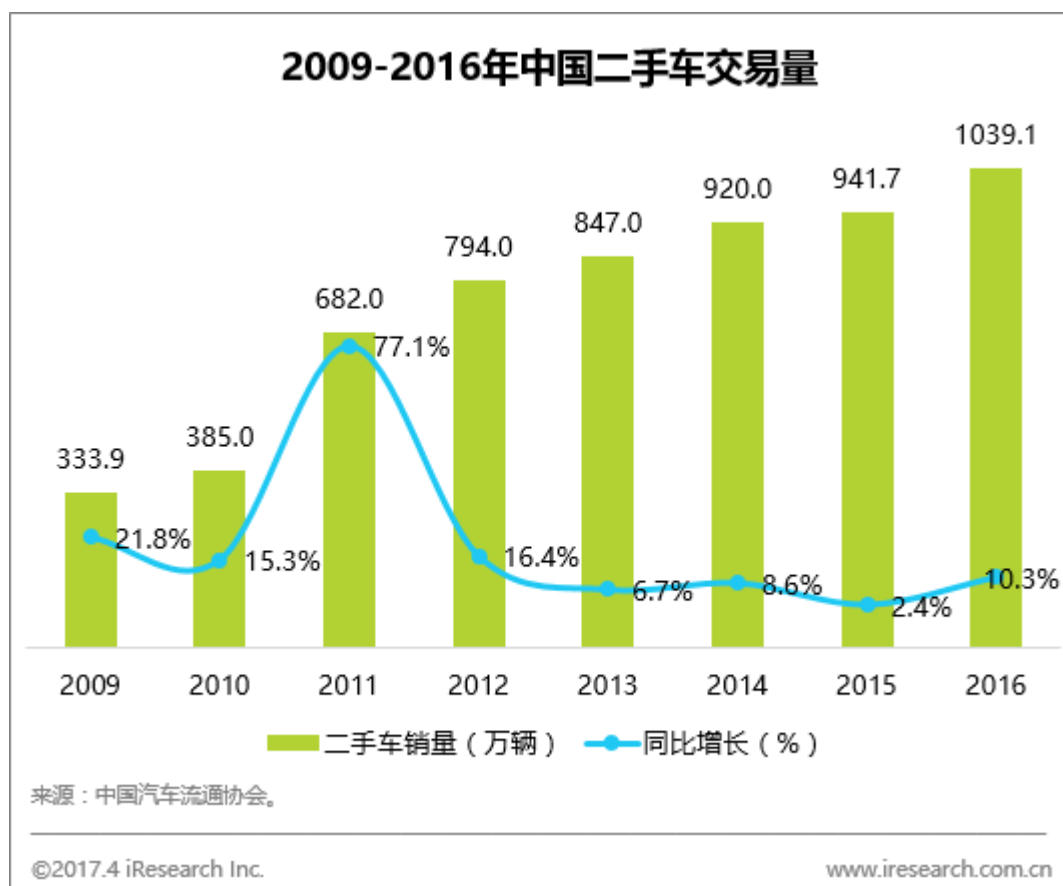


图表1-2 2015-2016年二手车电商平台移动端月度覆盖设备数峰值

虽然二手车电商平台广告对行业整体交易量的贡献短期内并不太明显,但是电商平台App端设备数量覆盖数在1年间却有显著提升。2016年二手车电商平台App端覆盖设备数峰值超700万人次,相比2015年峰值增长率达54.8%。App设备覆盖数的快速提升无疑是巨额广告投入效果最好的检测,同时也反映出二手车电商平台巨大的用户增长潜力。

市场接受度提升,二手车交易量显著增长

艾瑞调研数据显示,相比2015年,2016年用户对二手车电商平台的认知度提升幅度达18.5%,可见消费者对二手车电商平台的认知度显著提升,达到初步培养用户认知、迅速聚拢用户的效果。但鉴于汽车消费高额、低频的特点,用户的消费习惯及消费理念真正得到转变,接受并习惯于购买二手车,将会是一个长期持续的市场教育过程。



图表1-3 2009-2016年中国二手车交易量

二手车交易量在经历了 2009-2012 年的快速增长后，近几年陷入了缓慢增长状态，交易量一直未能达到市场预期，始终未能超过千万辆。自 2015 年下半年开始，二手车电商平台的广告投放让用户逐渐认知、接受并认可二手车消费；同时随着中国汽车保有量的提升、国家解限政策的实施，二手车车源得到了有效补充，同时在多种因素共同作用下，2016 年中国二手车交易量首次突破 1000 万辆大关，年增长率达到 10.3%。预计 2017 年中国二手车市场仍将保持 10% 以上的增长率，迎来新的发展阶段，展现出巨大的行业价值。

2.中国二手车电子商务行业年度盘点

盘点一：壁垒 VS 反壁垒

热点事件回顾：

2016年伊始，国务院针对二手车市场现状的发展提出了意见性的“国八条”：《关于促进二手车便利交易的若干意见》，对促进二手车行业便利交易，繁荣二手车市场做出了相关部署；近日，环境保护部、商务部联合印发了《关于加强二手车环保达标监管工作的通知》，统一了取消二手车限迁政策的标准。

事件分析：

“限迁”方针始于北京，自2011年开始，北京市加大对环境治理力度，尤其对车辆排放标准有明确要求，对外地迁入二手车设置了较高的环保门槛，很大程度上限制了外地二手车流入北京的可能性。各地政府为了本地的环保问题，纷纷开始效仿北京，对二手车迁入进行约束，使得限制政策在全国绝大多数区域普遍推行，成为二手车行业多年来难以打破的壁垒。

近几年来，随着国家对汽车排放标准要求的提升，各地区限迁政策愈演愈烈，大量不符合各地迁入标准的车源不能跨地域销售，只能在本地交易，而地区间需求与价格的差异则会影响车辆的销售情况与最终售价，这也将影响车主的出售意愿和二手车的流通效率。车主出售意愿的降低可能延长车辆置换的年限，从这个角度来看，限迁政策甚至影响到了新车销售情况。



图表2-1 二手车取消限迁

近几年随着新车销量的稳定增长、汽车保有量的快速提升，我国二手车市场并未出现期

盼已久的爆发性增长,尤其在2015年下半年二手车电商平台巨额的广告投入之下,二手车交易量也并未出现显著增长。2016年初,国务院联合各部委提出了具有建设性意义的“国八条”,“意见”中就解除二手车地域性限制迁徙、完善二手车交易登记、优化税收等方面进行了详细规定。近日,商务部印发《关于加强二手车环保达标监管工作的通知》统一了取消二手车限迁政策的标准,督促各地尽快落实接触限迁政策,促进二手车市场车源的合理流通。政府层面的意志反映了国家对于二手车行业的重视以及二手车市场的巨大潜力与价值。

解除限迁将会极大地改变二手车行业车源的流通现状,丰富的车源将促进买方市场快速增长,行业将迎来真正的快速发展时期。拥有互联网的信息透明、高速传播、便捷高效等特征的二手车电商平台解决了行业多种痛点,为消费者打造更优质的交易服务体验,同时展现出更为高效、诚信的行业价值,在二手车行业即将迎来高速发展期的时代背景下,二手车电商行业也将迎来新的发展机遇。电商平台典型优势特征之一便是解决了二手车交易信息不对称的问题,从而促进车源、买卖等交易信息的高效、快速流通,进而促进车源的合理流通按需配置,满足二手车各方参与者需求。二手车电商平台应借此契机,根据自身发展阶段及发展状况,在2017年迅速开展业务布局,抢占有利身位,把握行业竞争优势。

盘点二:“线上线下”一个都不能少

热点事件回顾:

2016年3月,车猫开始在全国布局车猫认证二手车体验店,转型确立了“合伙人”制,也就是车猫认证二手车品牌加盟连锁模式;同月,人人车对外宣布启动2016年“纵横”战略,其中“千城计划”吸引不少关注,即人人车打算在未来2年内覆盖全国1000个城市,2016年则要完成其中300个的布局;5月,好车无忧官方宣布年内将拓展50家线下门店,首家交易门店在郑州开业,面积近5000多平方米。

事件分析:

二手车电商平台创立之初,主要是通过透明的信息内容、高效的消息传递、超高的交易效率等互联网平台的优势,服务于二手车经销商和消费者。但鉴于二手车属于非标、大宗商品,且车源相对较少的情况,导致了二手车交易成交周期长、成交环节多等重线下的特征;同时,随着业务的开展与深入,各电商平台逐渐意识到仅凭线上无法满足消费者用车服务需求及平台本身的盈利需求,因此多数电商平台开始拓展线下服务。目前二手车电商线下服务主要通过自建交易门店、与二手车商合作两种形式,线下业务主要包括检测、认证、帮买、售后保障等,为用户提供全方位的服务内容,以此提升自身竞争优势。

线上线下服务融合才是最终目的



来源：艾瑞根据公开资料整理而得。

©2017.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

图表2-2 线上线下服务融合才是最终目的

优信集团是国内领先的专业二手车在线交易服务提供商,充分利用互联网及移动互联网技术,致力于提升行业整体发展进程。其核心业务涵盖了二手车在线交易、二手车零售,以及二手车金融衍生服务等。优信集团以二手车交易业务起家,为解决行业交易流程繁杂、交易过程低效及用户体验差等问题,基于公正、高效、安全的模式,优信拍搭建全方位的开放式二手车交易平台,开展“集中车源网上交易”模式,在固定的时间和地点,集中检测、出价、交付。有效解决以往交易模式中车源出售意愿甄别难度大、买家参与门槛高、检测效率低且标准难统一的问题。

不仅如此,为了将车源辐射距离维持在合理区间,优信拍在北京、上海、广州、成都、天津、杭州、深圳等城市设立交易分会场,构建了首个覆盖全国的B2B网络出价平台。同时,为了满足车商大容量、高效率的需求,优信拍在每处交易现场都配备了包括车辆预展区、交易大厅、现场支付、手续过户、集中交付在内的一站式、信息化的二手车交易服务场所,共占地30万余平方米,可同时容纳3000人进行现场交易以及15000台交易车辆的交付工作。

“集中车源网上交易”模式对整体服务流程的改善作用突出,尤其对车商交易环境和交易服

务质量等方面均有明显改善,进而推动整个行业向着更高效、便捷的方向发展。

车猫二手车一直坚信做好线下服务可提升整体服务效率。因此在2016年提出了建立品牌认证二手车加盟店模式,倡导合伙人制度。车猫将自身的整套二手车认证体系、线上+线上运营体系和增值产品输入到线下合伙人车商身上,进而形成共同品牌,共享客户及资源。鉴于当前行业内经销商体系比较混乱,二手车品质差异大,车猫希望通过对认证师的管控、培训,保证二手车车源品质的检查和监督,进而在未来能够给经销商提供统一的、标准化的产品,帮助车商做好客户管理、品牌管理、线上运营并提供多种增值服务,提升车商盈利能力。

二手车交易作为行业中重要的一环,不可或缺,但汽车整个使用价值周期较为漫长,用户在完成交易之后的后续汽车长尾服务是目前汽车市场的重要盈利方向,也是消费者在用车过程需要的服务内容及服务保障。未来二手车电商平台将更加重视线下服务的开展,构建完善的二手车服务体系,为用户营造线下交易场景,提供全方位的服务保障及增值服务产品,并进一步探索新的服务内容和方向,提升平台自身盈利能力。

盘点三:得车源者得天下

热点事件回顾:

2016年年初,多家媒体均报道平安好车关闭、业务暂停的消息。2月平安集团发布声明,宣布将旗下的平安好车业务整合并入平安产险,坐实平安集团放弃平安好车业务。

事件分析:

2013年3月,平安集团宣布投资10亿成立平安好车,以C2B模式为切入点进军二手车市场。平安好车希望依靠平安集团旗下金融业务的客户去“反哺”平安好车,将其作为销售线索,另外平安好车也尝试过从外部网站引流获取车源,但随着许多网站开始自营二手车业务,其网站流量排他性增强,平安好车流量获取难度变大。随着车源获取成本持续攀升、平台持续亏损,盈利目标难以短期实现,平安好车不得不以关闭告终。唱衰C2B的舆论再次兴起,“成交效率低、重资产”依然是C2B模式不被看好的重要因素。

但整体来看,2016年业内开展C2B业务模式的电商平台却不减反增,许多主流二手车电商平台都在主营业务之外都有着面向C端的收车业务。新成立的车来车往主打C2B模式,在北京开设线下收车服务门店;车置宝、开新、天天拍车等主打帮卖模式的二手车电商平台继

续深耕主营业务,不断提升交易效率与服务质量。虽然有平安好车失败的前车之鉴,但是丝毫未能影响各大电商平台开展收车、帮卖业务的信心,究其原因,主要还是在于车源,车源是二手车电商平台赖以发展的基础。



图表2-3 二手车车源依旧关键

当前我国二手车行业仍处于车源不足的状态,拥有车源的卖方在市场交易中依然拥有强势话语权,随着车源数量的持续增长,二手车整体市场规模将不断扩大,这也是多种二手车电商模式能够共同发展的大环境。在传统二手车交易过程中,存在信息不透明、交易效率低、信任缺失等痛点,而电商平台能够通过互联网平台优势解决传统交易过程中存在的不足,把C端车主手中的车源聚集到平台上并且快速卖给B端经销商或者C端消费者。而从交易效率来看,与买车相比,卖车属于轻决策行为,买车往往需要反复对比体验,而卖车车主则大多希望尽快将旧车以更高的价格卖出去,C2B模式能够满足车主的这一卖车需求。但如何让用户知悉网站并选择线上平台进行二手车交易是最大的难点和挑战。所以不难理解近两年面向C端用户的二手车电商争先恐后的打起了广告大战,同时多家二手车电商平台加快落地服务、布局线下门店,为卖车用户及车商提供交易场景。

二手车车源大规模、高效、快速的流通是促进整个行业快速发展的重要因素。二手车电商平台凭借互联网、大数据、物流系统等多方面优势,促进了国内二手车车源的流通效率。优信拍作为国内最早的二手车B2B电商平台,主打车商交易服务,主要模式是将传统的现场

拍模式与互联网相结合,把线下现有车源全部进行专业检测,出具权威报告与评级,以平台的身份对车辆的检测报告提供信用保障,而车商只需通过专业检测系统出具的详尽报告即可做出采购决策。传统车源获取需要经销商个人线下走访,由于车源的分散、车源信息传递的低效等原因,车商实地看车成本较高,行业效率极为低下。集中车源交易模式将出售意愿更确切、检测评估尺度标准更统一,以及交易过程买家无需到场的互联网特性,首次完美地结合在一起,大大提升了行业交易效率,降低了车商成本。另外,优信二手车除了主营面向C端的二手车终端销售业务,旗下也拥有面向C端用户的车源获取业务板块,在尽量优化业务模式、降低获客成本的同时扩大了车源的获取方式。

盘点四：倒下的 Beepi

热点事件回顾：

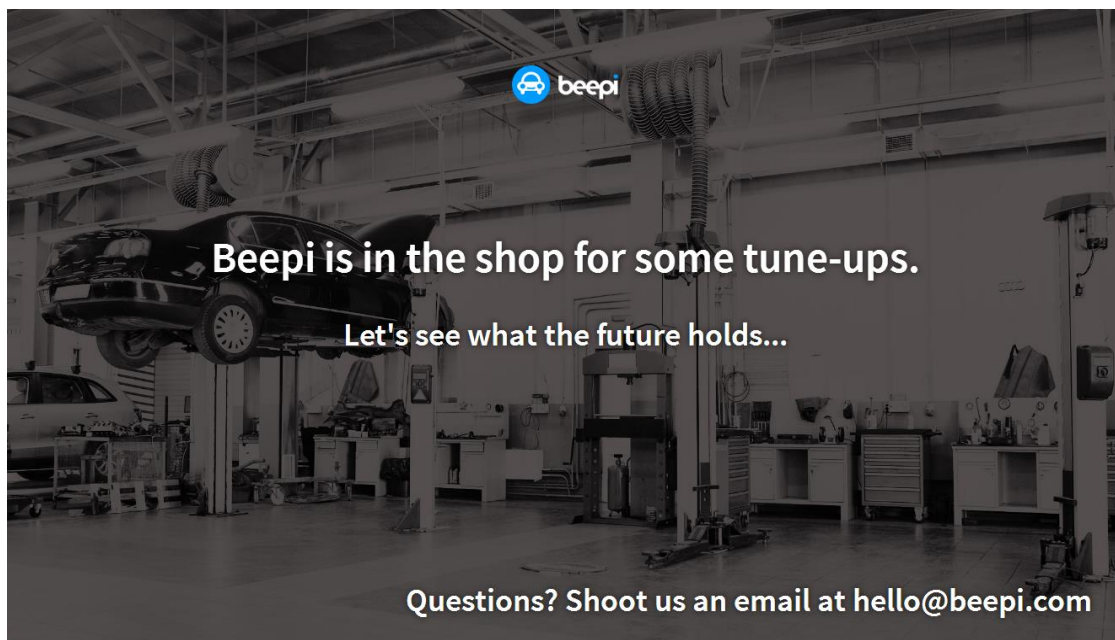
2016年年末,传出二手车电商 Beepi 被收购、关停业务、大规模裁员的消息,这家曾经的明星创业公司曾被喻为互联网二手车 C2C 模式的鼻祖,是中国同模式二手车电商效仿的对象。在巅峰时期,Beepi 累计获得 1.5 亿美元融资,投资方有俄罗斯投资巨头 DST、互联网企业家及投资人 Fabrice Grinda、美国金融服务公司 Comerica、硅谷风投公司 Foundation 以及其他约 35 位著名投资机构。

事件分析：

2014年4月上线的Beepi,主打C2C二手车电商模式,其基本交易模式是:卖主通过电话向Beepi进行预约,Beepi会查询车辆记录,如果车辆符合收购条件,Beepi人员就会上门进行实地检测,并出具检测报告。然后车辆信息会被发布在平台上任买家挑选,买家付款成功后,Beepi会负责车辆清洁并送货上门,并且车辆检测员会一同上门解答问题。买主享有10天试驾期,中间可以随时退车。另外挂在平台上的车辆如果30天内卖不出去,Beepi会以高出市场20%的收购价把车买下来。Beepi模式的优势在于,绕开汽车经销商的佣金制度,同时不需要像经销商那样租用线下场地展示车辆,节约成本;另外,其出售的价格通常比经销商低出10%到15%左右,主要盈利模式是依靠向卖家收取9%的卖车提成获得。

Beepi过去的成功不仅得益于其创新的模式,更得益于美国完善成熟的二手车市场环境,CarFax车况全网查询体系,权威的KBB车辆估价体系及完善的个人诚信体系。Beepi模式看起来有很大的盈利空间,但其实问题重重。撇开车商环节,独自承担所有服务,虽然可以提高交易体验,但同时拉长了交易周期,导致交易效率低下。同时,在消费者购车习惯固定的市场中,要吸引新用户,需要巨额的广告投入,获客成本较高。2016年Beepi的成交量不到

6000辆,所收取9%的服务费,根本无法负担高额的获客和运营等成本。与此同时,创始人错误的扩张战略也让其资金储备难以承受。迅速扩张,资金回流慢,收入模式单一,获客等成本攀升,都导致其资金链条的最终断裂,走向被收购甚至倒闭的结局。



图表2-4 beepi官网已关闭

相比美国二手车市场,中国二手车市场因为缺乏公开的车辆信息查询系统,车况不透明、价格水分高等二手车市场信息不对称问题尤为严重,这也是二手车行业长久以来最大痛点——信任问题。同时中国的二手车电商市场,行业整体发展时间较短,行业格局尚未完全成型,各家模式及盈利能力仍有待检验。此前,虽然二手车交易主要以线下交易为主,但因为信息不对等,长期缺乏信任机制,二手车交易大多局限于较小的区域范围之内,一直未能形成跨地域、全国性的规模,这也是二手车电商快速发展的机会。

二手车交易本身具有低频、大宗等特征,C2C模式平台去除中间商之后,其本身则担当了B端经销商的角色,需要负责车辆检测、维修、定价、物流、售后保障等流程,这无疑加重了平台的运营成本。线上电商试图通过免费车辆检测、去除中间商差价、允诺一定期限内无理由退车等方式建立信任,吸引用户,但目前并未在交易量上有巨大的突破。另外,仅凭低廉的服务费,C2C二手车电商模式实现盈利的可能性较小。C2C电商平台需要在提升交易量的同时,拓展车辆后市场服务价值、完善汽车后服务、拓展二手车金融服务等,不断探索新的盈利突破口。

盘点五：行业战略合并初现

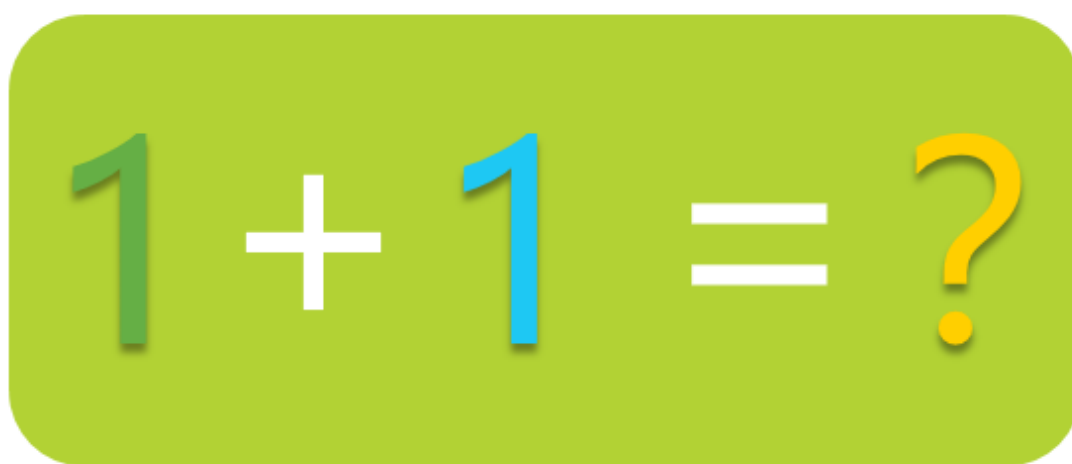
热点事件回顾：

2016 年最后一个工作日，车来车往携手开新二手车在京举行“腾跃·新起点-2017 年车来车往/开新二手车战略合并发布会”，双方宣布战略合并。合并后双方计划在 2017 年完成 120 亿元的目标交易额，实现 20 万辆的交易量。

事件分析：

车来车往相比行业内大多数玩家来说，属于后起之秀，2015年年底拍卖系统正式上线，主打C2B帮卖模式；开新二手车则属于国内最早一批尝试C2B模式的二手车电商平台，一直以来都是C2B模式领先型企业，开新立足于上海本地，稳扎稳打，成交量及市场份额均占有较大优势，在上海区域内享有良好的口碑。车来车往与开新的合并，将加快双方在全国区域的布局与业务拓展，建立全国范围内的C2B拍卖平台。

车来车往与开新合并，是因为双方看到了两家平台合并的价值，双方在资金、渠道、市场资源、经营经验等方面互相融合，进而达到资源互补的效果。不过，车来车往与开新的合并，也离不开二手车线上交易平台的整体发展大背景。近两年来，在资本的推动下，二手车电商行业市场格局初现，优信集团、瓜子二手车等几位重量级玩家无论在资金、品牌、用户体量上均有明显优势，业务布局更加成熟。而对于规模相对较小、区域性特征明显的电商平台，可能会选择通过战略合并来拓展规模，提升自身竞争优势，以此来获得资本的关注和支持。



图表2-5 合并效应

一般来讲，同一行业内企业合并的最主要目的在于快速实现规模的最大化、快速抢占市场份额、提升品牌影响力及竞争优势。据中国汽车流通协会预测，2020年中国二手车交易

量将达2920万辆, 年复合增长率将超过30%, 但是线上成交车辆比例相比仍然相对较低, 仅有百分之十几, 相比传统消费品的电商渗透率, 二手车电商未来仍有巨大的增长空间。尤其在行业仍未出现具有绝对竞争优势的寡头之前, 各大电商平台均跃跃欲试, 试图通过纵横捭阖的市场策略来获取更多的用户, 提升成交率, 进而在市场竞争中占得先机并建立优势。

车来车往与开新的合并可能不是二手车电商行业中的最后一次合并情况, 也许在新的一年里, 我们会陆续看到更多的二手车电商平台选择战略合并。在当前二手车市场环境下, C2B模式在获客成本、商户补贴、门店及人员支出、企业运营等方面的问题, 仍未有较好的解决方案, 盈利模式仍不够清晰。在资本及市场的推动下, 扩大规模可能是目前减少成本的主要解决方式之一。可以预见, 2017年可能会有更多同模式、跨模式的电商平台选择“在一起”。

盘点六：主机厂经销商“大佬”入局

热点事件回顾：

2016年11月份广州车展期间, 大众汽车集团(中国)与一汽大众、上汽大众将共同拓展二手车市场, 三方拟成立一家全新合资企业, 打造一个在线车辆周转平台; 2016年9月份, 北汽旗下北汽产投投资数千万美金战略投资车易拍, 完成投资后, 北汽产投将成为车易拍的第一大股东。

事件分析：

这是大众汽车与一汽大众、上汽大众首次合作成立一个全新的二手车电商平台。相关负责人表示大众汽车希望基于大数据的车辆残值管理系统, 布局中国快速增长的二手车和融资租赁市场, 打造一个贯穿整个汽车产品生命周期的可持续生态系统。三方在二手车行业的合作将聚焦于如何在中国市场供应车况较好、年龄较短的二手车。同时合资公司将与优信共同打造虚拟电商平台, 在整个汽车产品的生命周期中全方位服务消费者。

相比之下, 北汽产投入主车易拍, 在二手车电商行业产业链布局中迈出了坚实的一步。车易拍在行业内有多年的积累, 一直以来是B2B领域的领先平台之一, 在行业市场中依然占据着一定的市场份额。在当前二手车电商行业激烈厮杀的情形下, 北汽产投选择在此时入局, 显示了北汽集团布局二手车行业的决心, 背靠北汽集团在汽车制造、贸易服务、金融等领域的优势, 打造更有竞争力的二手车电商服务平台。



图表2-6 车企经销商加快二手车产业布局

国内主要经销商集团经过多年发展,在新车销售渠道及线下4s门店建设方面拥有显著优势。随着二手车市场的快速发展,各大经销商集团开始拓展二手车业务。早在2007年,国机汽车便联合中国进口汽车贸易有限公司成立了真容二手车;广汇汽车、庞大汽车等均设立专门的二手车部门及业务板块,并在其网站提供常规的二手车买卖交易行为及车商间的拍卖服务。同时各大经销商二手车平台积极与其他电商平台开展合作,为二手车市场提供丰富的车源。

主机厂、经销商集团开始发力二手车电商行业,预示着位于传统汽车行业上游的资源方对二手车行业的重视。二手车市场蕴藏巨大的市场潜力,尤其在新车销售利润日渐下滑的阶段,厂商和经销商集团希望借助自身的品牌经营、资源协调、渠道掌控、定价权等方面的优势来开拓二手车市场,进而提升盈利能力和用户的粘性,从而占据未来二手车市场激烈竞争中的有利位置。

盘点七：绕不开的二手车金融

热点事件回顾：

2016年10月,大搜车联合支付宝推出新型购车方案“弹个车”,基于消费者个人信用提供超低首付、弹性分期、灵活多样的汽车融资租赁个性化解决方案;瓜子二手车也在2016年整合旗下金融服务成立了瓜子金融业务板块,助力平台二手车交易。

事件分析：

“弹个车”是大搜车旗下全新汽车金融产品,基于蚂蚁金服旗下网商银行的信用数据及

金融服务,由大搜车切入汽车交易场景,为消费者提供更低门槛,更多弹性的汽车金融服务。当前“弹个车”主要业务模式是联合全国主流汽车厂商,提供“先租后买”的弹性购车模式,让用户以低的首付及月租提前体验目标车型,减轻消费者购车压力,并为市场提供新型购车金融解决方案。

“付一半”及“付一小半”是优信二手车最早推出面向消费者的购车金融业务,基于二手车市场的金融衍生类服务机构,利用优信在二手车行业的专业技术以及大数据分析的能力,为二手车消费者提供更加高效的购车方案。业务涵盖融资租赁、二手车延保服务等,帮助消费者降低购车门槛,为消费者提供了多种购车方式。自推出以来,因支付方式灵活、购车方案丰富等优点颇受消费者好评,市场接受度较高。



图表2-7 二手车金融服务需求旺盛

在电商平台开展二手车金融业务之前,面向市场的金融服务主要由传统银行、厂商金融公司及专业的二手车金融机构提供,主要有面向B端的库存融资、采购融资、物流融资类产品以及面向C端的消费信贷、融资租赁等。鉴于二手车目前缺乏统一的估值标准,金融服务的风险性较高,所以导致现阶段二手车金融服务种类较少,服务流程繁琐且标准严格,难以满足日益旺盛市场需求。近两年,随着二手车电商行业的发展,多家二手车电商平台推出了多种面向市场的金融服务,如车置宝“置车贷”、车易拍“商信通”、车猫推出“喵喵速贷”

等, 有效地解决了二手车交易各环节的资金问题, 促进了二手车的交易及流通。

当前二手车金融已经成为行业竞相追逐的蓝海市场, 呈现出百舸争流的景象。但金融的核心是风险控制, 风险把控能力的强弱直接决定金融业务开展的成功与否。长期以来, 我国二手车金融市场相比新车市场较为落后, 二手车产品一车一况、车源用途各异、车辆检测估价系统标准不统一以及法律法规的限制等因素, 导致二手车金融业务风险较大, 而传统金融对较高风险行业的支持相对谨慎, 且相对缺少二手车处理能力, 使得二手车金融业务发展迟缓。随着消费者对二手车金融的需求日渐旺盛, 二手车残值定价、风控等技术逐渐成熟, 各类金融机构更是展开了灵活多样的尝试, 二手车金融的渗透率将不断提升, 中国二手车金融将是现阶段二手车电商行业扭亏为盈的重要突破点。

盘点八：第三方细分服务平台价值凸显

热点事件回顾：

2016 年 1 月, 二手车第三方检测平台好车伯乐完成 3200 万人民币 A 轮融资; 同期事故车互联网拍卖平台博车网对外宣布已完成 B 轮融资, 融资额超过 2 亿元人民币; 2 月, 二手车估计定价平台车 300 宣布完成 B 轮 1 亿元人民币融资; 2016 年 8 月, 二手车车辆历史信息服务商“车鉴定”宣布获得“基石资本”和“广汇车联网基金”6000 万人民币 A 轮融资。2017 年初, 优信推出汽车全生命周期数据查询服务平台汽车简历, 提供全面、真实、高效、透明的车辆维修保养记录及相关车辆信息查询服务。

事件分析：

2016年二手车电商遭遇了融资难的困境, 而相比之下, 同属于二手车行业圈内的第三方服务平台融资消息却是层出不穷。伴随着二手车电商行业开始快速发展, 资本市场对于二手车细分服务平台的关注度越来越高。尤其近两年多家第三方服务平台获得多轮融资, 大有集体爆发之势。



图表2-8 行业细分领域发展迅猛

我国二手车电商行业近些年迎来高速发展时期,但无论二手车电商还是整体二手车行业仍面临诸多问题——二手车基本保养信息、过往交易记录甚至价格信息不透明,车辆检测标准不统一,车辆估价及残值估算不准确等。而随着二手车行业发展到一定阶段,消费市场对于车辆的要求不断提升,这些问题终将会逐步凸显,严重制约二手车行业进一步的提升发展。在此背景下,诸多从事第三方细分服务领域的企业开始进入市场,并得到快速发展,如车辆维修保养记录查询服务企业——车鉴定、查博士;车辆专业检测公司——TUV、好车伯乐、检车无忧;车辆延保服务企业——万高、宝固;车价查询服务企业——车300、精真估、公平价、估估车等。此外,多家二手车平台也积极与第三方服务平台开展合作,例如,精真估、车300与行业内多家二手车电商平台均有合作。

二手车电商行业对第三方服务机构的关注和重视,将促进二手车行业服务流程的规范化、标准化发展进程。

盘点九：构建生态圈才能解决盈利难题？

热点事件回顾：

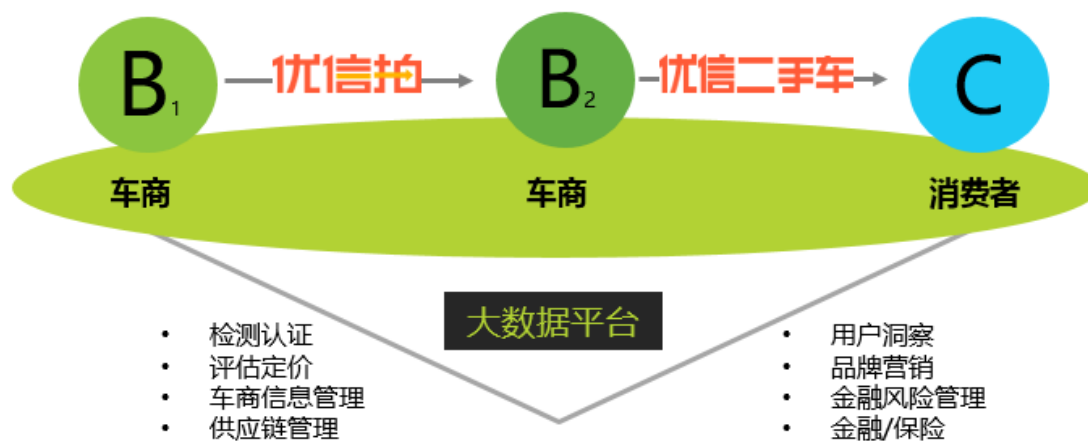
随着2016年底,优信新产品车伯乐上线后,优信已经初步完成包含新车资讯、二手车拍卖、零售、金融服务的生态圈建设。随后,2017年年初,国内二手车电商优信集团宣布完成新一轮5亿美元融资,由TPG, Jeneration Capital, 华新资本联合领投,华平、老虎环球基金、高瓴资本、KKR、光控众盈新产业基金、华晟资本等新老股东参与跟投。

事件分析：

优信集团在此次融资之后,成立至今累计已获得约10亿美元投资。本轮融资完成后,优

目前，优信集团拥有B2B模式二手车在线交易平台优信拍、B2C模式的在线二手车零售平台优信二手车、新车资讯平台优信新车、并拥有优信金融业务。由此可见，优信集团二手车生态体系布局已经初步建立，相对完善的生态布局也是优信集团受到资本青睐的重要因素。

优信集团二手车生态体系布局



来源：艾瑞根据公开资料整理而得。

©2017.4 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

图表2-9 优信集团二手车生态体系布局

近两年，为了获取用户，二手车电商平台在广告投放方面花费重金，这使得二手车电商行业盈利表现更加差强人意。单一业务模式电商平台尤为困难，电商平台在整个车辆流转过程中，各个环节均需要人力物资的投入，宣传费用、车源获取、运输、检测、库存、过户均需要大量的资金投入，而仅靠服务费来盈利的可能性微乎其微。只有打造二手车电商行业产业链，将行业各环节有机地结合在一起，提升用户黏性，构建用户购车用车全链条服务的模式进而产生长尾效应，整合整个产业链的上下游，围绕着为车主服务为中心打造完整的汽车和用户的生态平台，才是提升平台综合盈利能力的有效方法。

公司介绍/法律声明

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>

微信公号：



艾瑞咨询官方微信



艾瑞咨询官方微博



生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS