

海马云大数据 二手车电商行业报告

2019.06.11



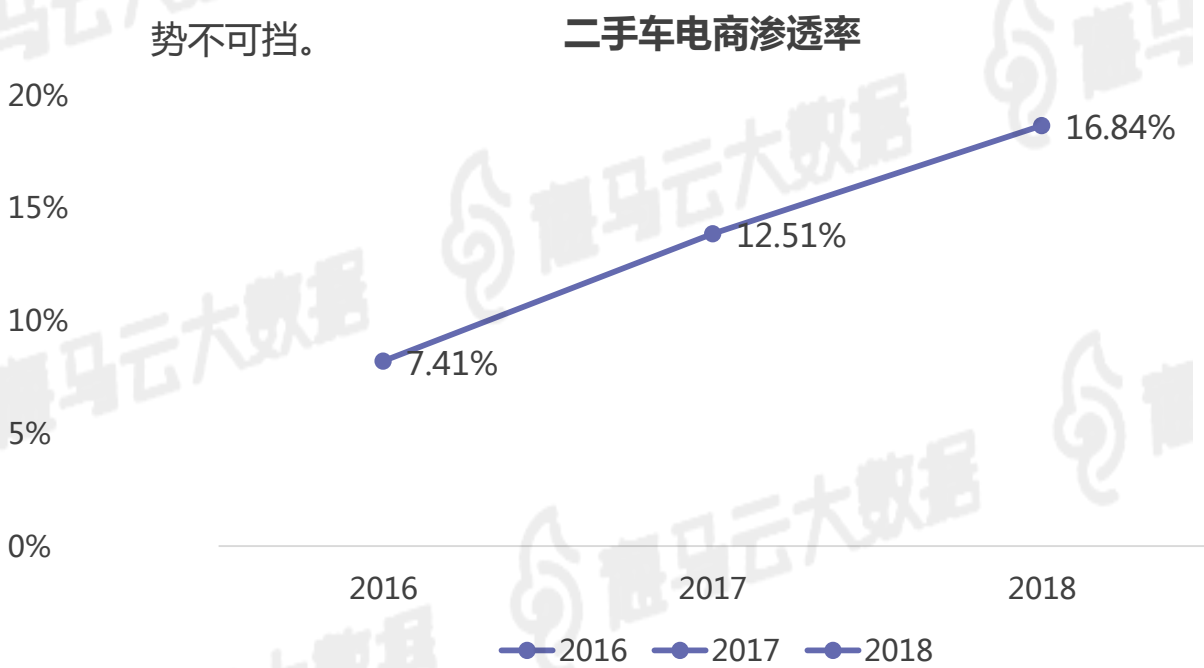
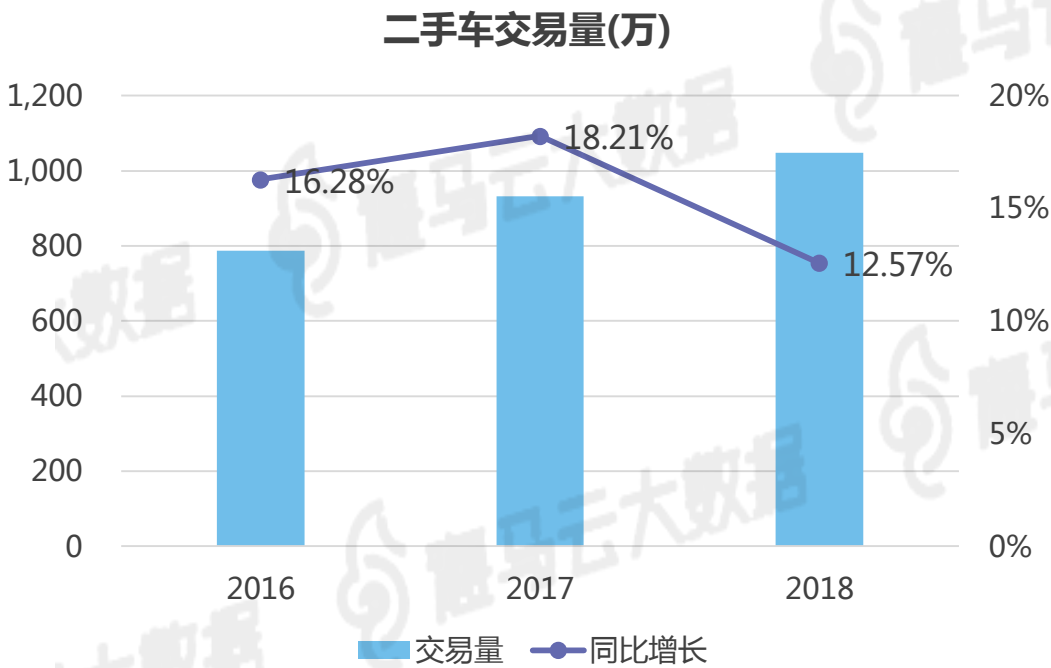
二手车行业发展态势

- 我国二手车销量逐年攀升，电商渗透率不断增长
- 我国二手车电商格局：优信、瓜子、人人车为主要玩家
- 我国二手车行业已售车辆平均价格10万元，平均车龄3.6年，平均周转天数25天

我国二手车行业发展趋势：销量逐年攀升，电商渗透率不断增长

- 我国乘用车的总保有量不断攀升，新车交易量增长停滞乃至下跌，但二手车市场却十分活跃。
- 近三年来，我国二手乘用车销量不断增长，2018年销量超1,000万辆，同比增长12.57%。

- 2013年是二手车电商的发展元年，人人车、车易拍纷纷接受风投入局。
- 2016年,国家放开了二手车异地限制迁入政策，进一步促进了跨地区的二手车市场整合。
- 如今,二手车电商渗透率已接近二成，并逐年提升；二手车电商市场已势不可挡。



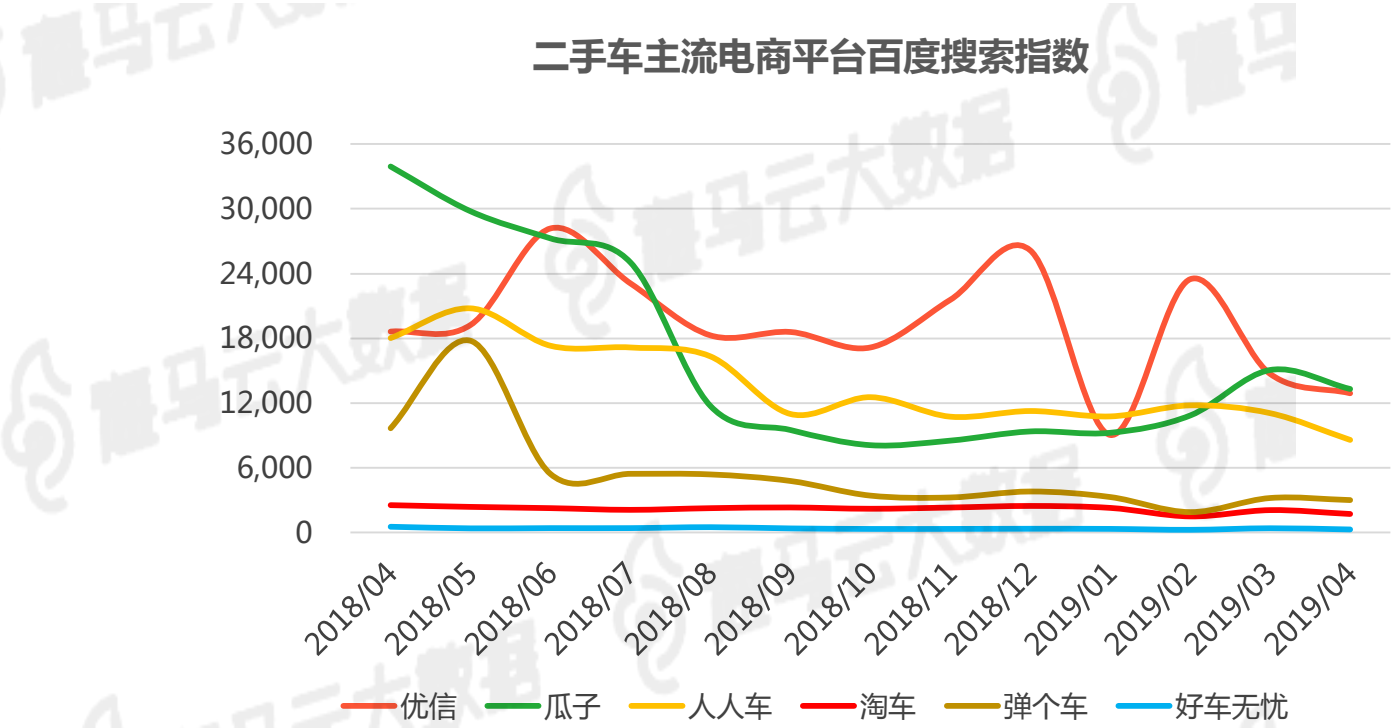
注：数据来源为中国汽车流通协会以及艾瑞公开报告

我国二手车电商格局：优信、瓜子、人人车为主要玩家

- 在如此巨大的二手车电商市场中，玩家众多。目前为止，海马云覆盖约14家二手车行业交易活跃平台，基本覆盖二手车电商全行业
- 近一年来，优信、瓜子、人人车三家市场声量和热度远高于其他平台；本报告将以优信、瓜子、人人车为典型，具体解析二手车电商行业概况

注：因人人车在今年转为合伙人模式，促成买家和卖家线下见面交易，其线上销售相关数据不具参考价值，因此主要解析其商业模式，数据分析以优信、瓜子为主

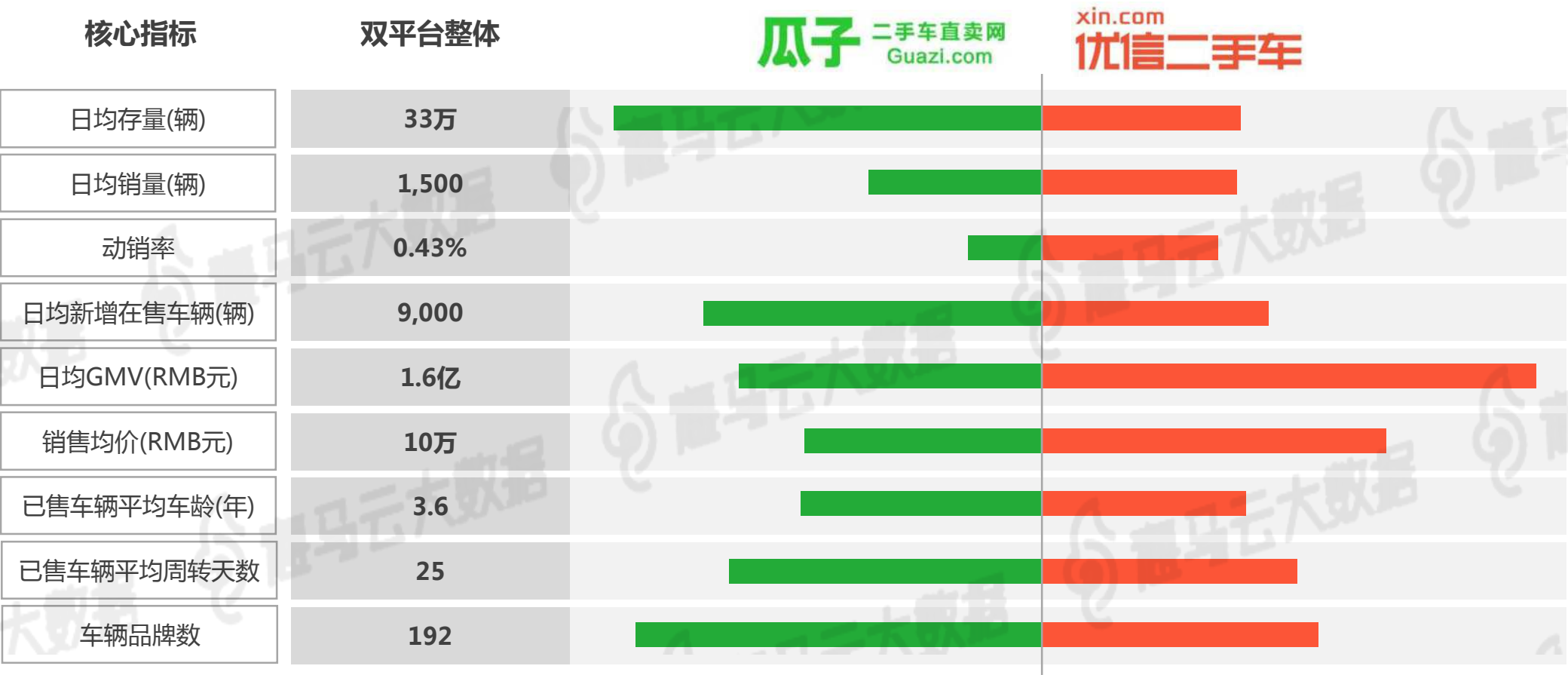
海马云覆盖之二手车电商平台列表	
瓜子	优信
人人车	淘车
弹个车	车速拍
车牛	小猪二手车
车王二手车	273二手车
车置宝	好车无忧
优信拍	华夏二手车



注：数据来源为百度搜索指数每月首周数据；平台主要覆盖近期活跃用户数>0的二手车电商平台

二手车电商核心数据表现

- 从优信、瓜子双平台整体看，已售车辆平均价格10万元，平均车龄3.6年，平均周转天数25天



注：数据来源为海马云大数据。动销率=日均销量/日均存量；日均GMV=报告期内已售车辆售价总和/报告期内总天数

各平台明细数据请联系海马云大数据



二手车电商商业模式

- 以优信为例的B2C模式，受B端统一管理，车源质量较高，供应链效率高，但在架车源不足，车价较高
- 以瓜子为例的C2C模式，车源丰富，但运营效率不高，且吸引个人卖家买家，对广告依赖度高
- 以人人车为例的合伙人模式，运营成本降低，与合伙人风险共担，但对车辆交易的把控力降低，难以保证统一的服务质量

每日报告

不要错过**让你洞察**整个商业世界的每日报告

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

扫码加好友后回复“入群”免费入群



优信商业模式：B2C&B2B

- B端统一管理，有效促进跨地区交易，供应链效率高
- 车源价格相对高，但车辆存量偏少



注：数据来源为海马云大数据

各平台明细数据请联系海马云大数据

瓜子商业模式：C2C模式

- 车源、品牌相对丰富
- 运营效率相对较低，如动销率较低，周转天数较长

卖家需支付4%左右的服务费，成功后买家需付4%~10%的服务费



2015年9月，瓜子二手车直卖网上线，推出卖家与买家直接见面进行交易的C2C模式，后又陆续推出线下体验店和保卖模式，但卖家和买家仍主要为个人

C2C模式



- 优势**
- 个人车源丰富，日均在售车源是优信日均在售车源的2.15倍
 - 丰富的车源意味着更丰富的品牌，品牌数176个，是优信在售品牌数的1.47倍

- 劣势**
- 个人卖家对平台依赖程度较低，虽然车源数多，但真实成交量相对偏低，动销率极低
 - 个人卖家对交易速度的要求相对较低，车辆卖出的较慢，周转天数比优信多5天
 - 对广告的依赖程度较高，要想吸引个人卖家和买家，需要长期砸广告刷存在感



注：数据来源为海马云大数据

各平台明细数据请联系海马云大数据

人人车商业模式：合伙人模式

- 合伙人模式下，转型成为信息平台，车源量是根本，车源仍主要为C端车源
- 运营成本降低，实现收益、风险与合伙人共担

促成卖家和买家见面交易，赚取交易、金融、保卖服务费等



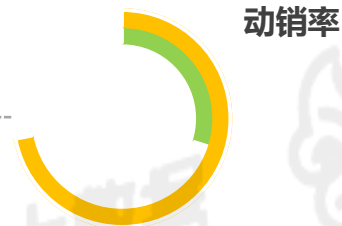
- 2014年4月，人人车成立之初采用C2C模式
- 2019年5月转为合伙人模式，卖家和买家仍主要为个人

合伙人模式



- **优势**
- 车源极为丰富，日均车源数是瓜子的1.54倍，优信的3.32倍
 - 丰富的车源意味着相对丰富的品牌，品牌数140个
 - 有利于充分运用当地有实力的合伙人资源，降低了运营成本
 - 实现平台与合伙人收益、风险的共担

- **劣势**
- 平台对交易流程的把控力度减弱，如合伙人不及时上报汽车售卖状态，汽车下架和售出无法区分。
 - 不能及时更新车辆状态信息，导致线上显示周转天数较长
 - 合伙人的管理对平台存在一定挑战，服务质量难以保证统一



注：数据来源为海马云大数据

人人车动销率、周转天数是按线上数据计算的结果，受人人车内部车辆状态不及时上报的影响，与人人车实际售卖有偏差



二手车市场交易特征

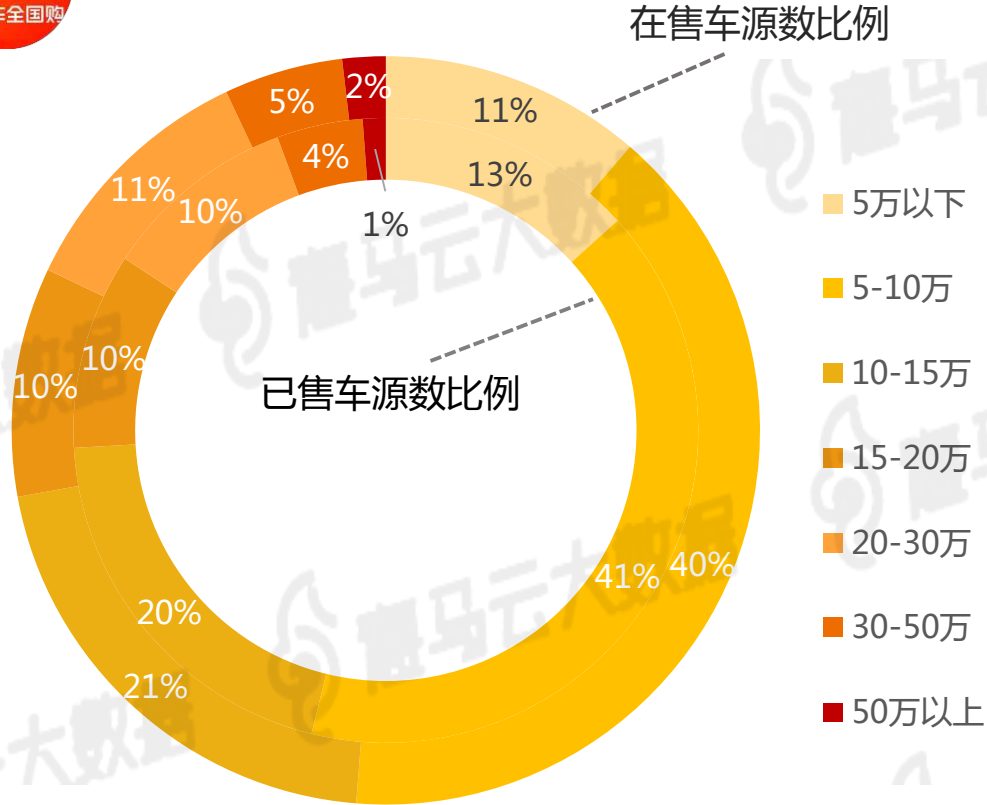
- 二手车价格集中在5~10万的区间，占比约40%；价位越低，越容易卖出，价格在10万以下的二手车最好卖
- 5年以上车龄的车源最多，约占30%；但5年以上的车最难卖出
- 二手车成交车辆平均周转天数为25天，大多周转超过30天
- TOP20在售品牌中，60%以上品牌均价低于10万；二手车品牌偏好与均价呈负相关，以C2C平台较为明显

二手车成交价格集中在5~10万区间，占比约40%

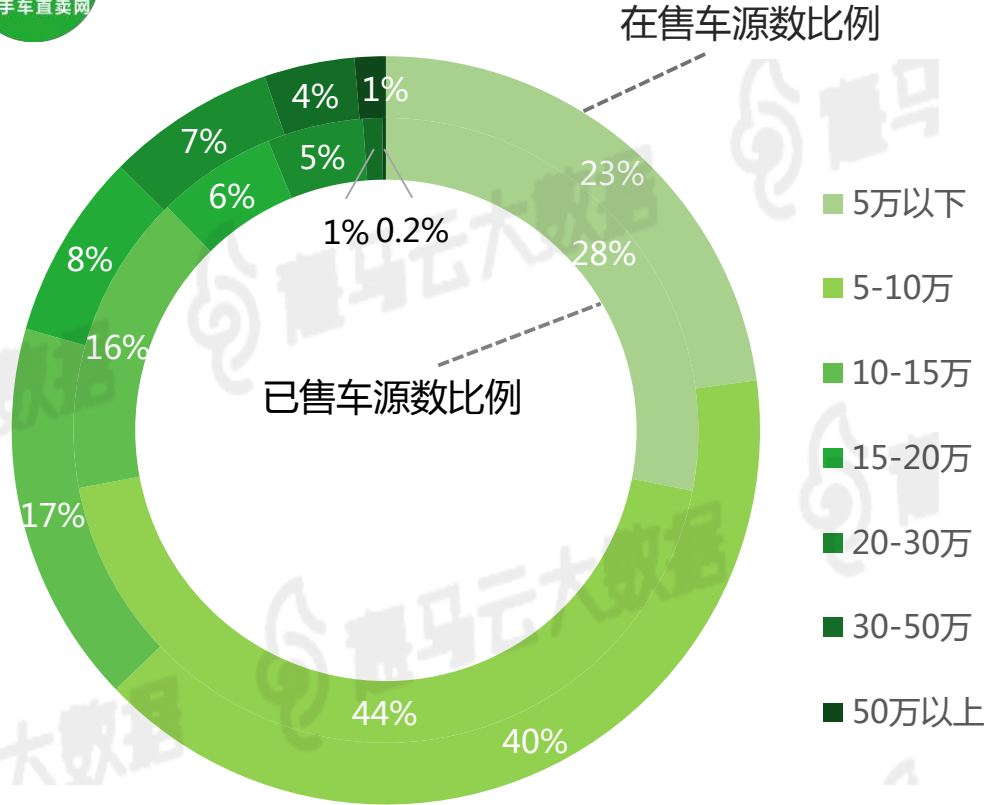
- 从价格角度，经销商（以优信为代表）车源价格相对较高，个人车源（以瓜子为代表）价格相对较低：优信平台上价格在10万以上的在售车源占比49%，高于瓜子12个百分点



各价格区间车辆数占比



各价格区间车辆数占比

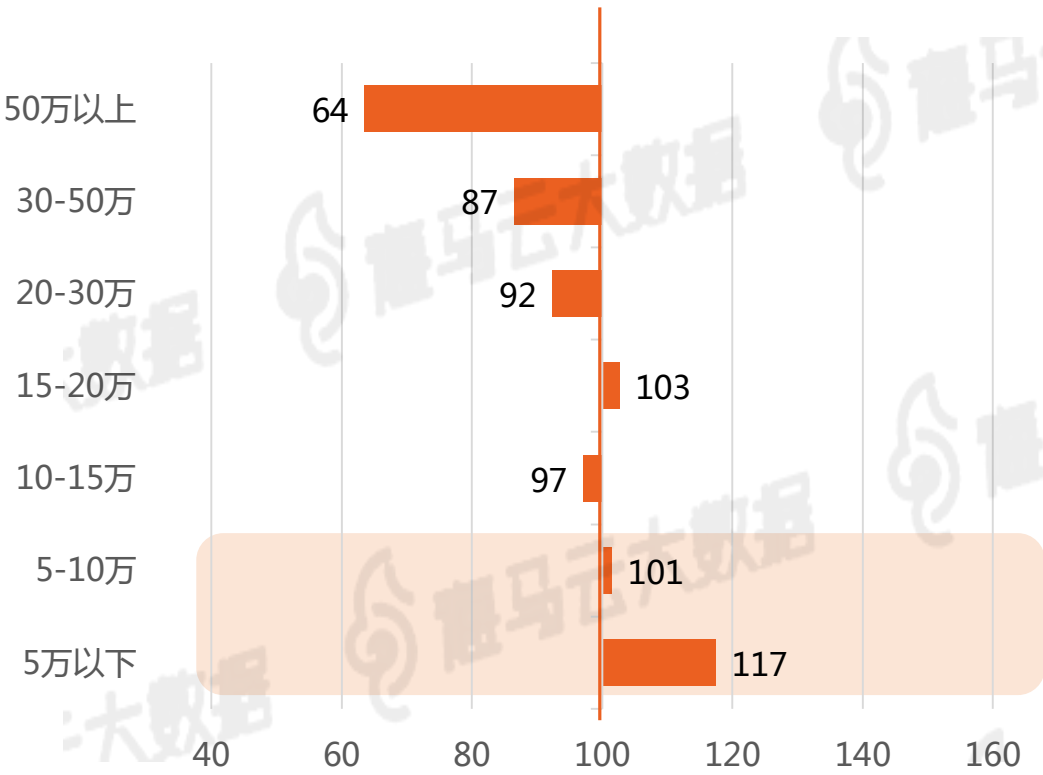


二手车价位越低，越易卖出；10万以下最好卖

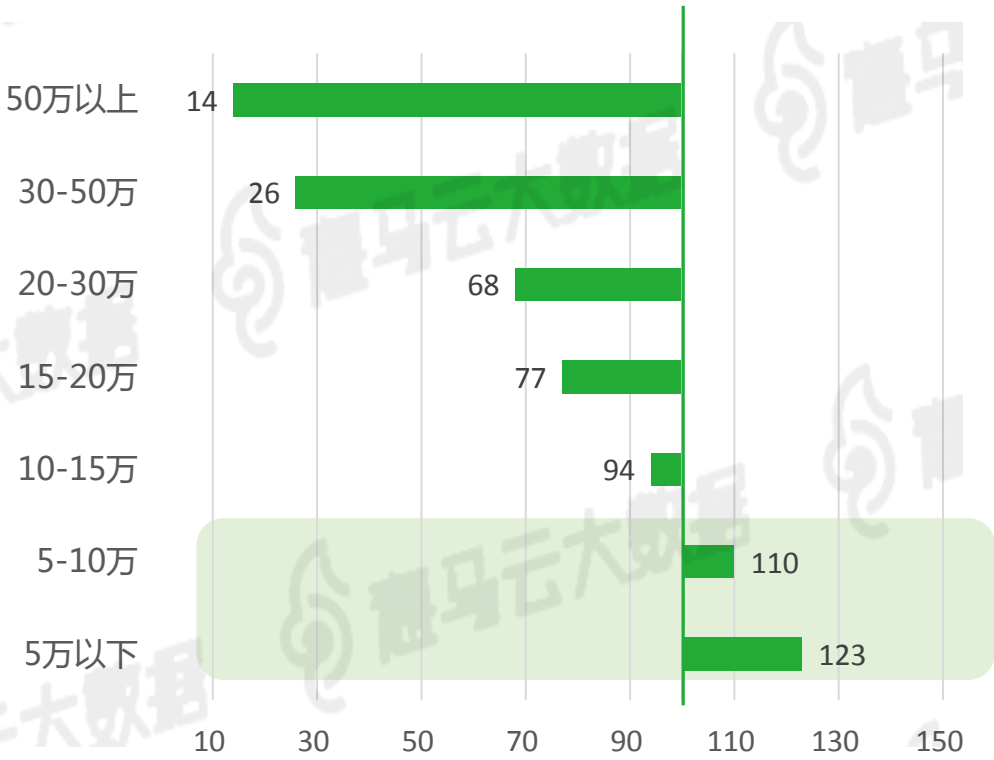
- 价格敏感型消费者在瓜子平台上体现的更明显，TGI与价格成负相关关系



各价格区间销售情况TGI



各价格区间销售情况TGI



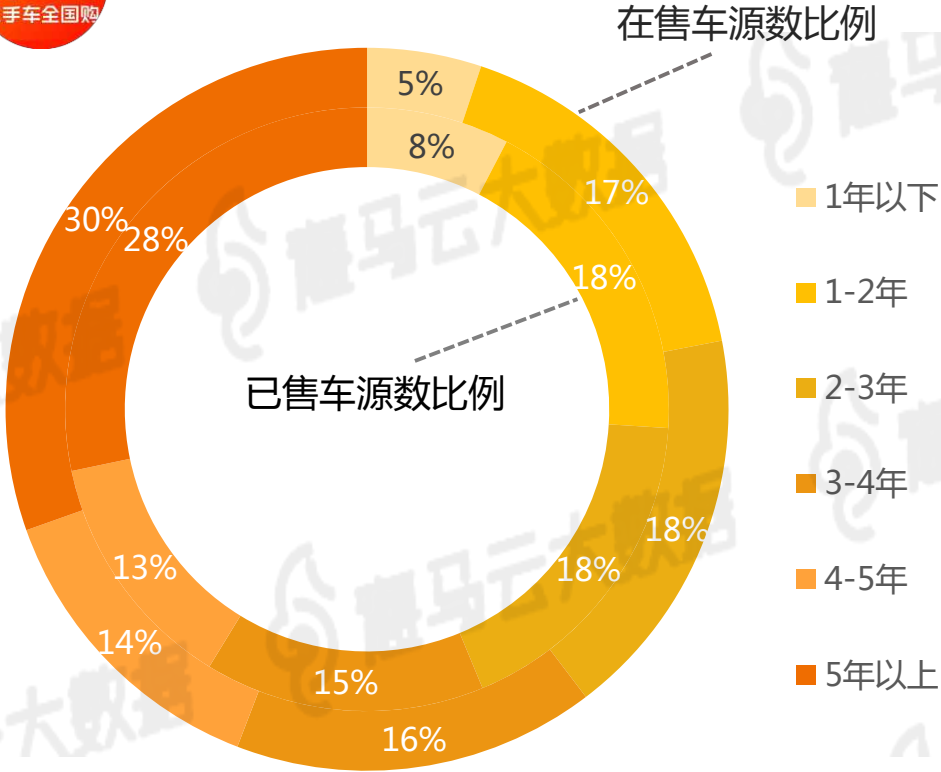
注：数据来源为海马云大数据。TGI反映相对于存量的畅销程度，大于100表明相对畅销，小于100表明相对滞销

5年以上车龄的车源最多，约占30%；1年以下车龄的车源最少，不到10%

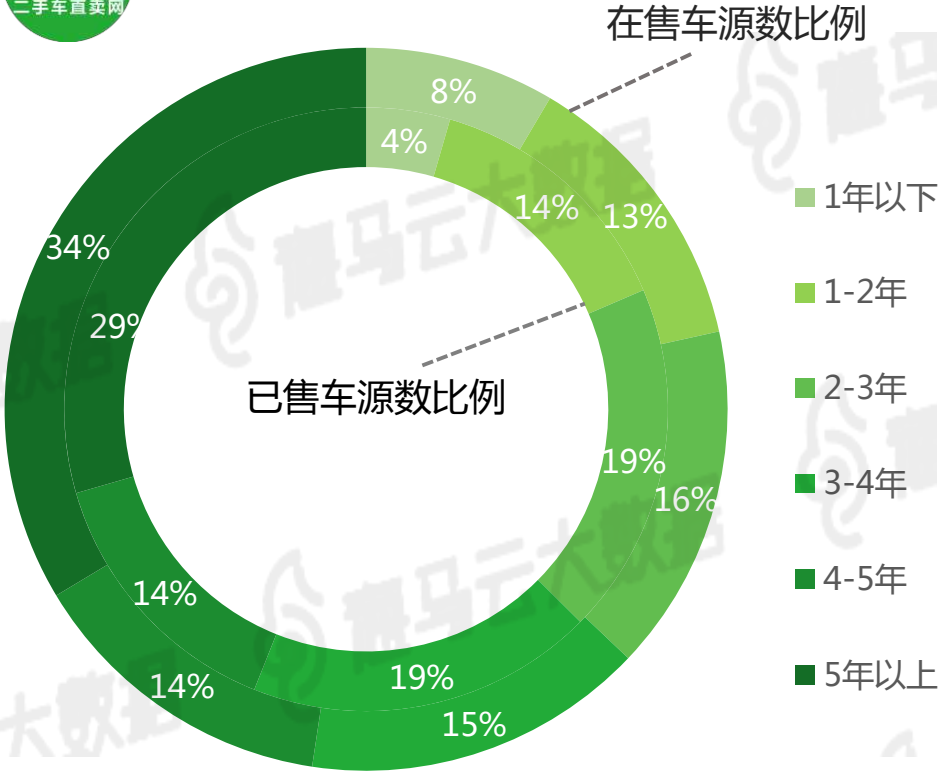
- 经销商车源对车龄的要求相对较高：优信5年以上车龄车源数比例比瓜子低4个百分点，1~2年车龄的车源数比例比瓜子高4个百分点



各车龄区间车辆数占比



各车龄区间车辆数占比



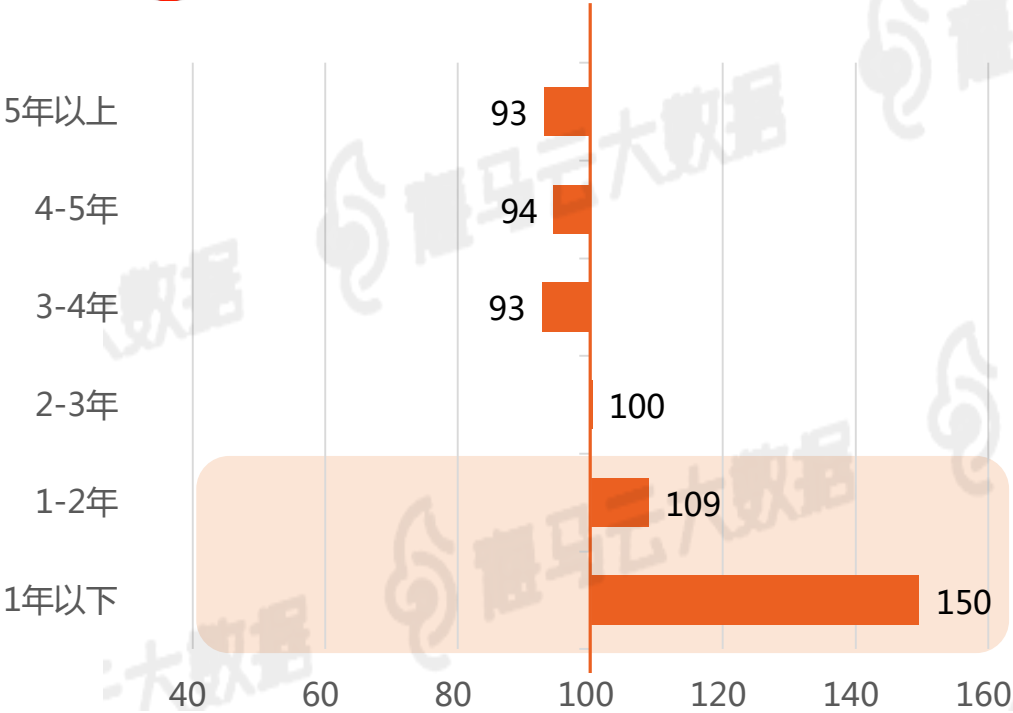
注：数据来源为海马云大数据

5年以上车较难卖，根据消费者需求不同，低于5年的车有各自的目标受众

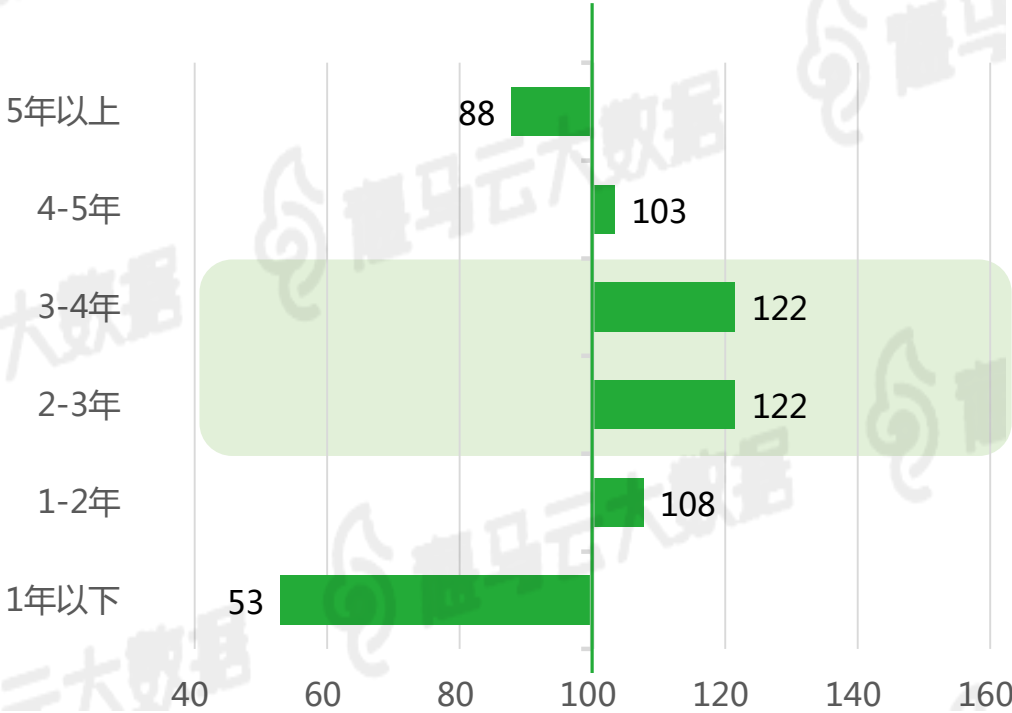
- 偏好低车龄的消费者在优信平台上更集中，车龄越低越受欢迎
- 偏好2~5年车龄的消费者在瓜子平台上更集中，该车龄段汽车的保值率相对稳定，对消费者来说，性价比较高



各价格区间销售情况TGI



各价格区间销售情况TGI

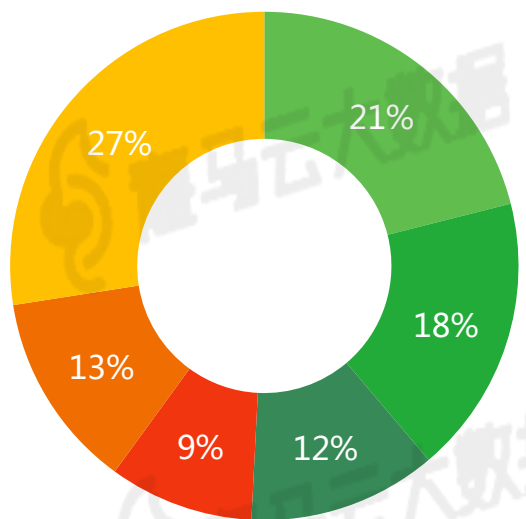


注：数据来源为海马云大数据。TGI反映相对于存量的畅销程度，大于100表明相对畅销，小于100表明相对滞销

二手车成交车辆平均周转天数为25天，大多数周转超过30天

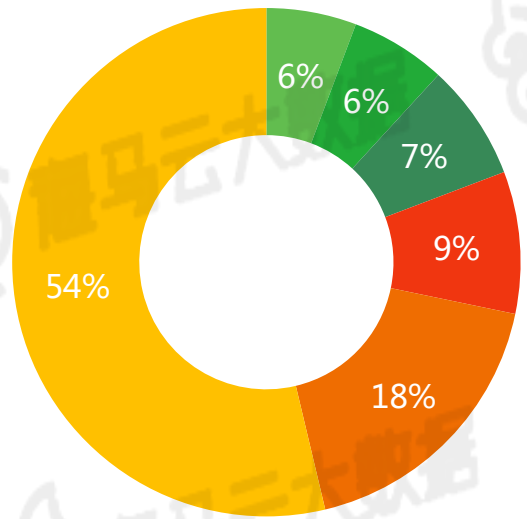
- 经销商对车辆卖出速度的要求相对较高：优信平台的平均周转天数为23天，比瓜子低5天，体现了经销商以快速达成交易为目标
- 个人卖家对车辆交易速度要求相对较低，周转时间较长

优信 已售车辆周转天数区间分布



均值：23天

瓜子 已售车辆周转天数区间分布



均值：28天

■ 5天以下 ■ 5-10天 ■ 10-15天
■ 15-20天 ■ 20-30天 ■ 30天以上

■ 5天以下 ■ 5-10天 ■ 10-15天
■ 15-20天 ■ 20-30天 ■ 30天以上

注：数据来源为海马云大数据



TOP20品牌在售车辆占比达80%



- 优信平台TOP50品牌在售车辆占比达97%，其中TOP20品牌在售车辆占比达80%，本报告会集中对TOP20品牌做详细解析

No.	品牌	在售车辆数占比	已售车辆数占比	均价
1	大众	13.3%	13.2%	107,619
2	本田	7.0%	6.9%	131,165
3	丰田	6.7%	6.0%	148,704
4	奔驰	5.7%	4.7%	304,514
5	奥迪	5.1%	5.0%	228,071
6	别克	4.8%	5.1%	114,175
7	日产	4.7%	4.6%	94,668
8	现代	4.7%	4.2%	83,594
9	福特	4.1%	3.7%	96,235
10	宝马	3.8%	3.9%	262,523
11	起亚	3.2%	3.0%	77,067
12	雪佛兰	2.6%	2.3%	65,518
13	哈弗	2.4%	2.7%	76,924
14	长安	2.3%	2.4%	53,732
15	马自达	2.1%	2.1%	97,875
16	吉利	1.7%	2.3%	61,900
17	宝骏	1.7%	1.4%	57,283
18	斯柯达	1.4%	1.3%	71,881
19	路虎	1.3%	0.9%	400,554
20	标致	1.1%	1.1%	68,894
21	比亚迪	1.1%	1.4%	65,232
22	Jeep	1.0%	0.8%	209,017
23	东风	0.9%	1.0%	70,605
24	广汽	0.9%	1.0%	132,523
25	奇瑞	0.9%	0.9%	59,757

No.	品牌	在售车辆数占比	已售车辆数占比	均价
26	凯迪拉克	0.8%	0.8%	273,712
27	五菱	0.8%	1.2%	49,361
28	铃木	0.8%	0.9%	64,854
29	荣威	0.7%	0.8%	87,130
30	众泰	0.7%	0.5%	88,461
31	江淮	0.7%	0.8%	75,377
32	雪铁龙	0.6%	0.7%	80,408
33	MINI	0.6%	0.6%	192,713
34	保时捷	0.6%	0.5%	709,174
35	雷克萨斯	0.6%	0.5%	362,857
36	北汽	0.6%	1.1%	62,341
37	奔腾	0.5%	0.4%	75,933
38	长城	0.5%	0.5%	49,090
39	海马	0.5%	0.5%	64,951
40	smart	0.4%	0.5%	100,498
41	名爵	0.4%	0.5%	76,664
42	三菱	0.4%	0.5%	163,766
43	捷豹	0.4%	0.3%	409,809
44	启辰	0.4%	0.4%	80,539
45	东南	0.4%	0.3%	71,887
46	沃尔沃	0.4%	0.4%	259,026
47	陆风	0.3%	0.3%	103,266
48	斯巴鲁	0.3%	0.2%	174,863
49	英菲尼迪	0.3%	0.2%	287,410
50	WEY	0.3%	0.3%	189,147

注：数据来源为海马云大数据。TOP50品牌指在售车源数排名在前50的品牌



TOP20品牌在售车辆占比达70%

● 瓜子平台TOP50品牌在售车辆占比达93%，其中TOP20品牌在售车辆占比达70%，本报告会集中对TOP20品牌做详细解析

No.	品牌	在售车辆数占比	已售车辆数占比	均价
1	大众	10.8%	12.84%	69,372
2	别克	5.3%	6.30%	89,452
3	福特	5.2%	6.14%	89,980
4	现代	4.1%	4.85%	76,208
5	丰田	4.0%	3.94%	128,996
6	本田	3.9%	4.40%	106,079
7	日产	3.6%	4.74%	82,730
8	宝马	3.4%	2.67%	233,360
9	奥迪	3.4%	2.86%	205,375
10	雪佛兰	3.3%	3.93%	61,496
11	哈弗	3.1%	3.48%	71,095
12	奔驰	3.0%	1.86%	260,171
13	长安	3.0%	3.21%	48,874
14	吉利	2.7%	3.28%	57,667
15	起亚	2.5%	2.65%	70,361
16	比亚迪	2.3%	2.06%	60,007
17	东风	1.9%	1.30%	49,239
18	标致	1.9%	2.42%	65,388
19	马自达	1.6%	2.01%	89,292
20	北汽	1.5%	1.25%	43,464
21	奇瑞	1.5%	1.51%	41,146
22	雪铁龙	1.3%	1.55%	57,046
23	五菱	1.3%	1.28%	28,467
24	荣威	1.3%	1.27%	66,257
25	宝骏	1.3%	1.50%	51,623

No.	品牌	在售车辆数占比	已售车辆数占比	均价
26	斯柯达	1.2%	1.60%	66,824
27	众泰	1.2%	0.57%	62,823
28	传祺	1.2%	1.23%	82,199
29	江淮	1.2%	1.03%	49,400
30	Jeep	0.9%	0.83%	150,885
31	凯迪拉克	0.9%	0.67%	193,938
32	海马	0.8%	0.50%	46,969
33	路虎	0.8%	0.40%	332,734
34	铃木	0.8%	0.81%	44,721
35	奔腾	0.8%	0.58%	55,465
36	长城	0.6%	0.57%	32,714
37	纳智	0.6%	0.31%	74,205
38	三菱	0.5%	0.49%	100,720
39	沃尔沃	0.5%	0.46%	171,931
40	东南	0.5%	0.33%	56,963
41	陆风	0.4%	0.16%	73,715
42	猎豹	0.4%	0.22%	69,708
43	中华	0.4%	0.40%	41,160
44	启辰	0.3%	0.27%	56,467
45	保时捷	0.3%	0.03%	511,228
46	MINI	0.3%	0.44%	138,115
47	雷克萨斯	0.3%	0.14%	240,612
48	斯巴鲁	0.3%	0.17%	124,004
49	英菲尼迪	0.3%	0.24%	210,022
50	捷豹	0.3%	0.14%	293,926

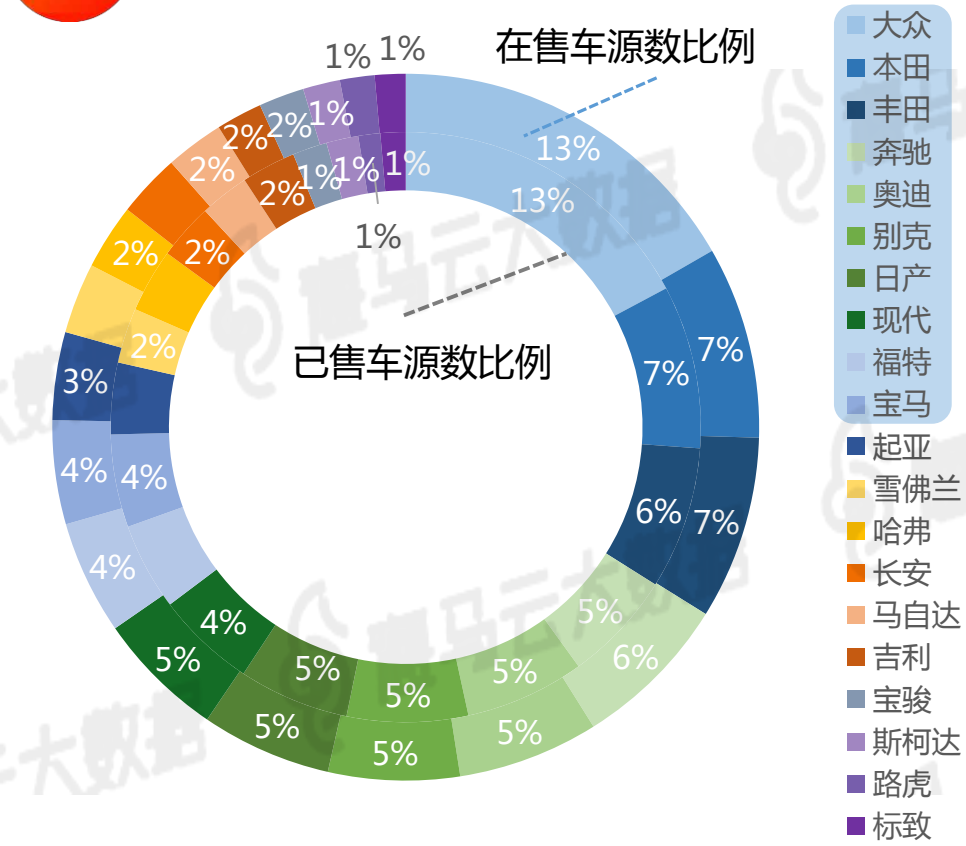
注：数据来源为海马云大数据。TOP50品牌指在售车源数排名在前50的品牌

大众市场份额最大，超10%；在售车源前10名均为国外品牌

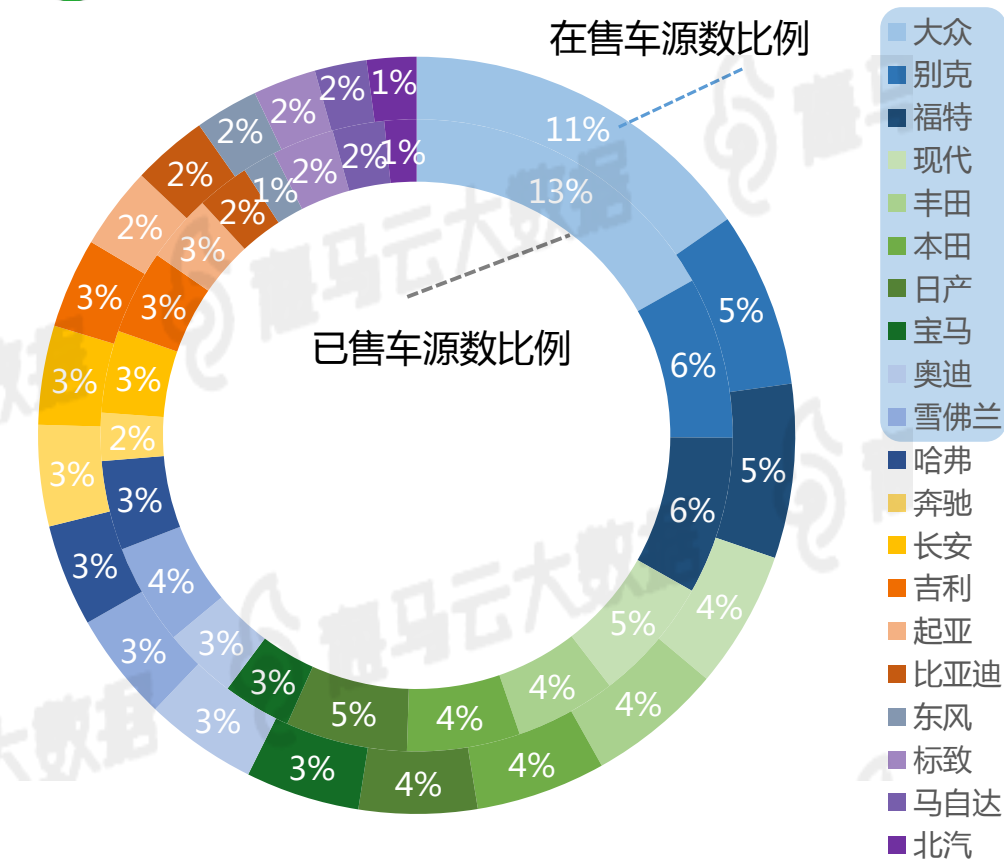
- 除大众外，各大品牌车源存量在不同平台上略有差异，优信平台本田、奔驰车源丰富，瓜子平台则别克车源高居第二



在售车源TOP20品牌车辆数占比



在售车源TOP20品牌车辆数占比



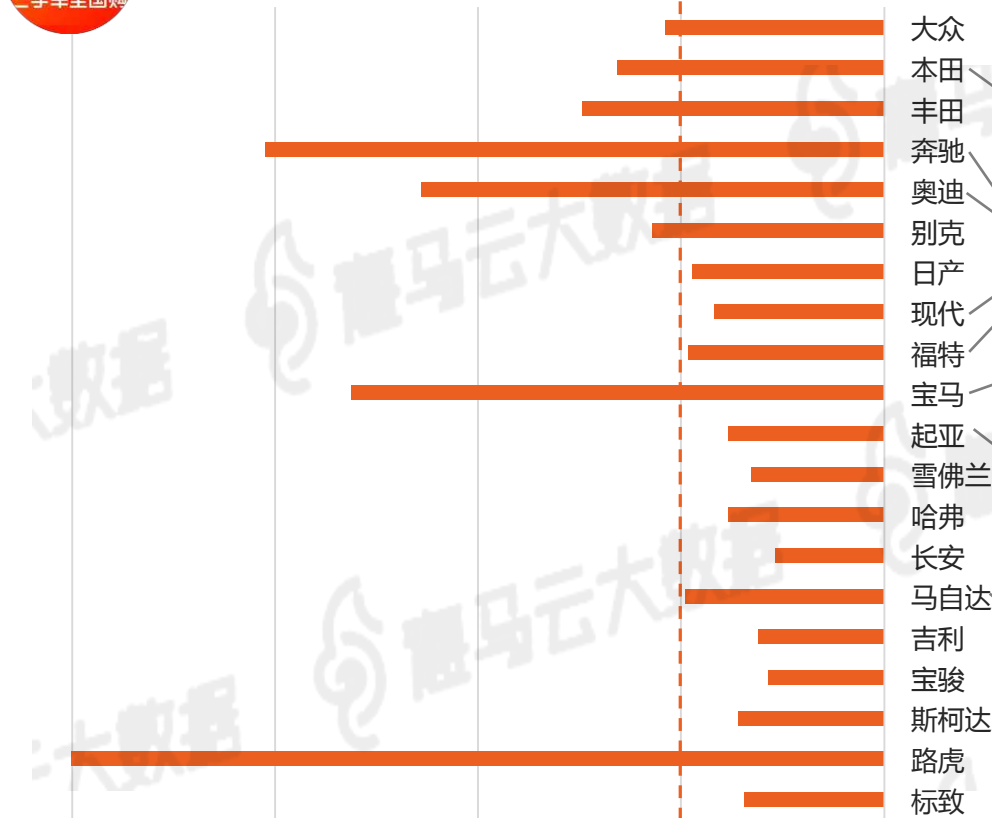
注：数据来源为海马云大数据。TOP20品牌指在售车源数排名在前20的品牌

TOP20在售品牌中，60%以上品牌均价低于10万

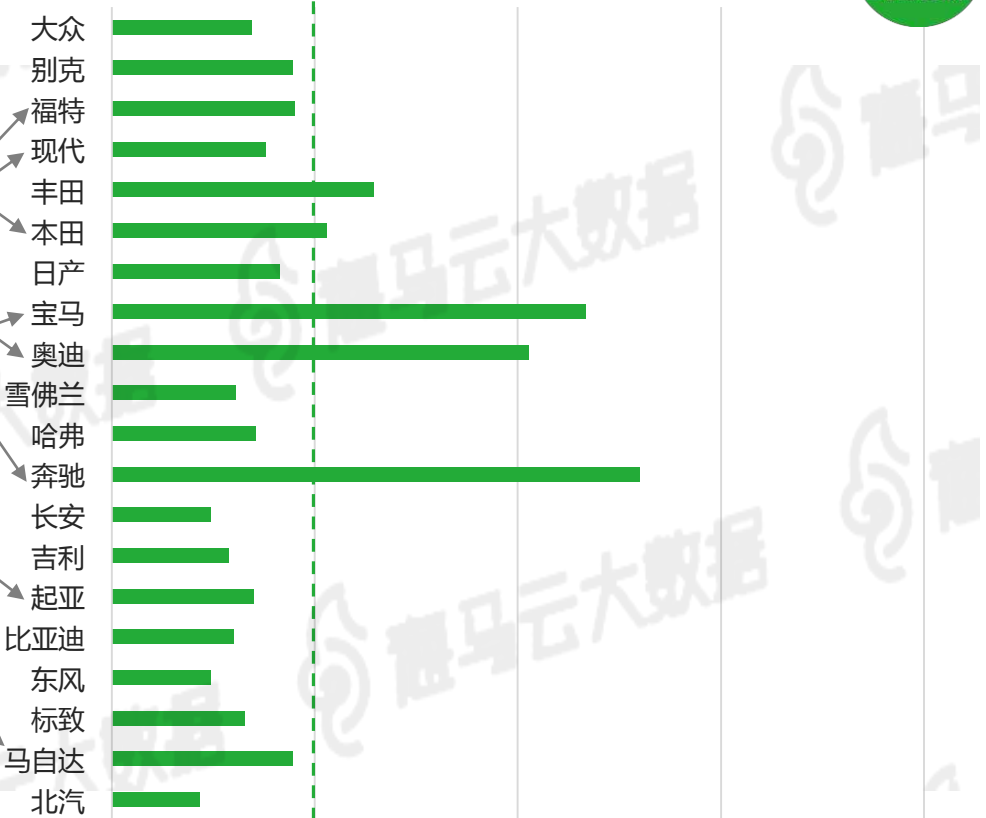
- B端车源多数品牌的均价相对C端车源较高，这与B端溢价和车源质量（如前述的车龄因素等）相关



在售车源TOP20品牌均价（元）



在售车源TOP20品牌均价（元）



在售车源TOP20品牌1~20顺序按从上到下排列

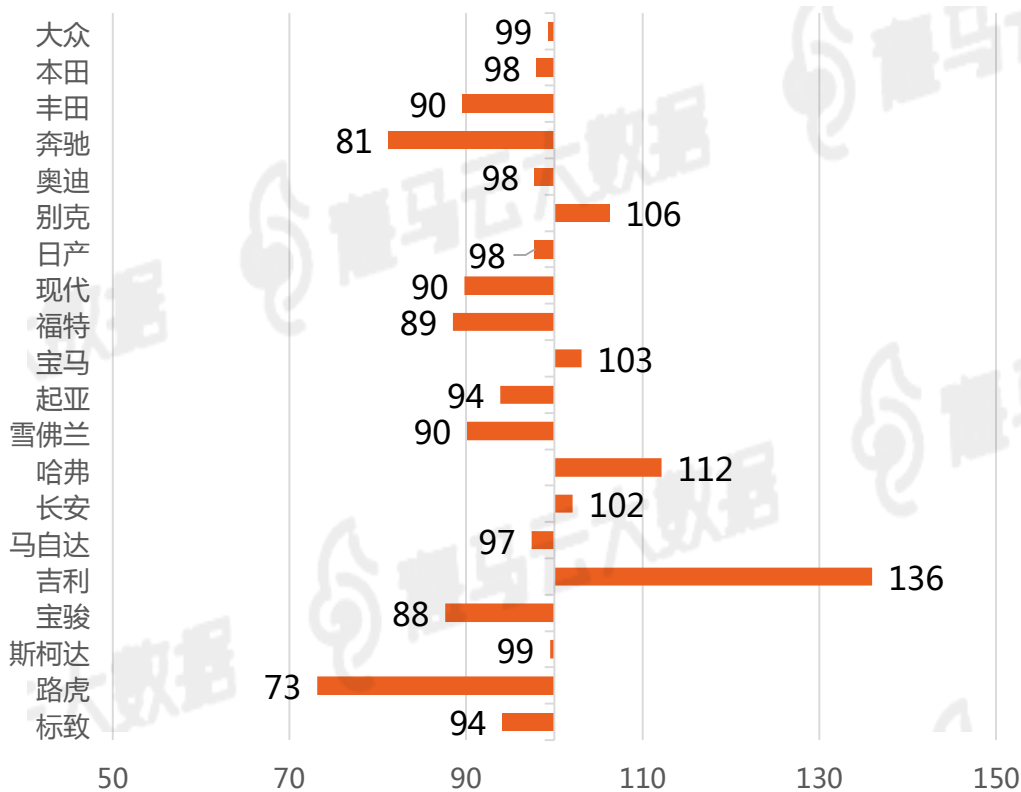
注：数据来源为海马云大数据。TOP20品牌指在售车源数排名在前20的品牌，计算均价时以选取期间内平台所有车辆为样本计算均价

二手车品牌偏好与均价呈负相关，以C2C平台较为明显

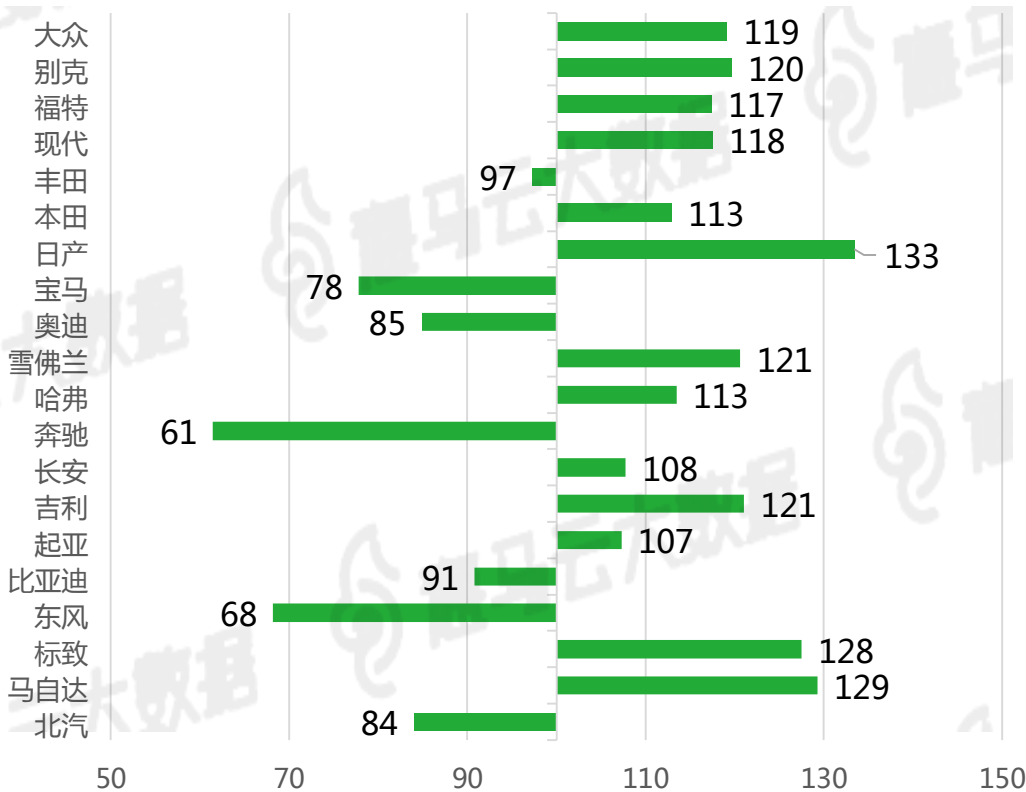
- 优信平台消费者购买态度比较均衡，无明显的价格敏感
- 瓜子平台消费者购买偏好品牌较分散，但不偏好的品牌则很集中且价格敏感，对于奔驰、宝马、奥迪等名牌车尤其不偏好



在售车源TOP20品牌销售情况TGI



在售车源TOP20品牌销售情况TGI



注：数据来源为海马云大数据。TGI反映相对于存量的畅销程度，大于100表明相对畅销，小于100表明相对滞销



二手车行业现状与未来

- 从前述交易特征、商业模式数据，反映出我国二手车行业现状呈车价低、周转周期长等特征，和成熟二手车市场有一定差距
- 参照发达国家二手车行业发展历史，我国二手车行业前景广阔，且目前发展势头良好

- 综合前述数据分析显示，从商业模式和交易特征角度，我国二手车行业呈以下特征，距离成熟二手车市场，还有一段较长的路要走

商业模式

B2C周转较快但售价高	C2C车源丰富但周转慢	合伙人制售卖掌控差	各平台砸钱广告竞争
-------------	-------------	-----------	-----------

交易特征

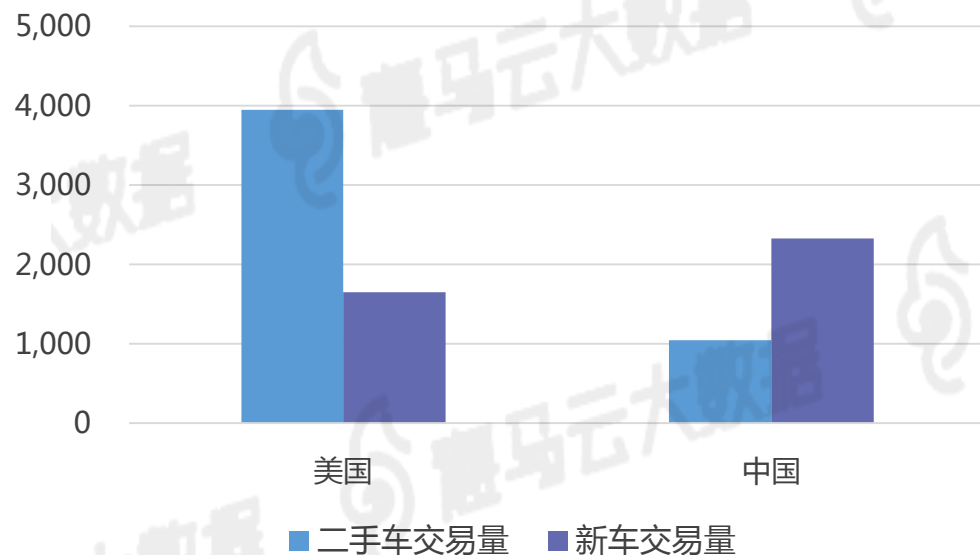
车价5万以下最好卖	车龄高于5年难售出	周转天数多超过1个月	名牌车购买偏好低
-----------	-----------	------------	----------

注：数据来源为海马云大数据

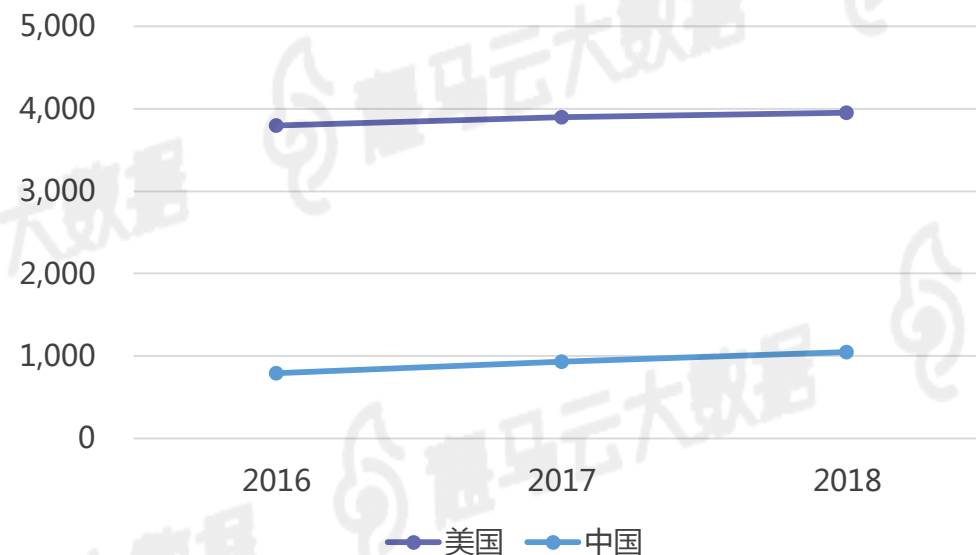
二手车市场前景广阔

- 在相对成熟的美国汽车市场，2018年二手车交易量达到新车交易量的2.5倍，而我国二手车交易量虽逐年增加，仍不及新车交易量的一半
- 近三年来，我国二手车交易量逐年上升，且增长幅度高于美国市场
- 随着我国二手车交易政策、行业制度的完善，以及消费者认知的改变，二手车市场应有很大的发展潜力

2018年二手车vs新车交易量（万）



二手车交易量(万)



注：数据来源为Cox Automotive Analysis, 中国汽车流通协会

关于我们

我们是海马云大数据智能投研部：

- 我们提供真实、标准、不间断的APP内数据，覆盖汽车、电商、视频、直播、音乐、旅游、教育等领域的中国知名互联网公司；
- 我们的数据和研究，帮助国内外机构投资者了解和预测公司运营和财务状况，助力其追求Alpha收益；
- 我们以标准数据传送、分析报告及综合解决方案等形式，提供数据服务。

联系我们：

完整报告索取，商务洽谈，请联系 invest@haima.me。

欢迎关注海马云大数据官方微信：





感谢观看