

# 变革进行时

## 中国新车电商市场年度综合分析2017

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
实时分析驱动用户资产成长



## 新车电商

### 分析背景

- 受购置税减半政策以及新能源汽车市场补贴等因素的刺激，2016年中国汽车产销量实现了2800万辆的新突破。但纵观近10年的汽车市场可以发现，新车产业已经进入缓增长的新常态，汽车产业进入存量时代。
- 2016年在原有众多的ToC型新车电商平台快速发展不断探索的基础上，出现了一波ToB型的新车电商平台，并在行业变革的浪潮中实现了较为快速的发展。



### 分析定义

- 中国新车电子商务是指利用互联网/移动互联网技术，实现新车的在线销售，为购车消费者提供新车选购服务。

## Analysys 易观 实时分析驱动用户资产成长

### 分析范畴

- 研究对象：中国新车电商市场。
- 本报告涉及的关键字：新车电商、开放平台型、自营型、零售定制平台、批发撮合平台、发展趋势等。
- 本报告的国家 and 区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

# 目录

## CONTENTS

- 01  | 中国新车电商市场发展现状分析
- 02  | 中国新车电商市场产业变革分析
- 03  | 中国新车电商市场热点事件盘点
- 04  | 中国新车电商市场典型企业分析
- 05  | 中国新车电商市场发展趋势分析



# PART 1

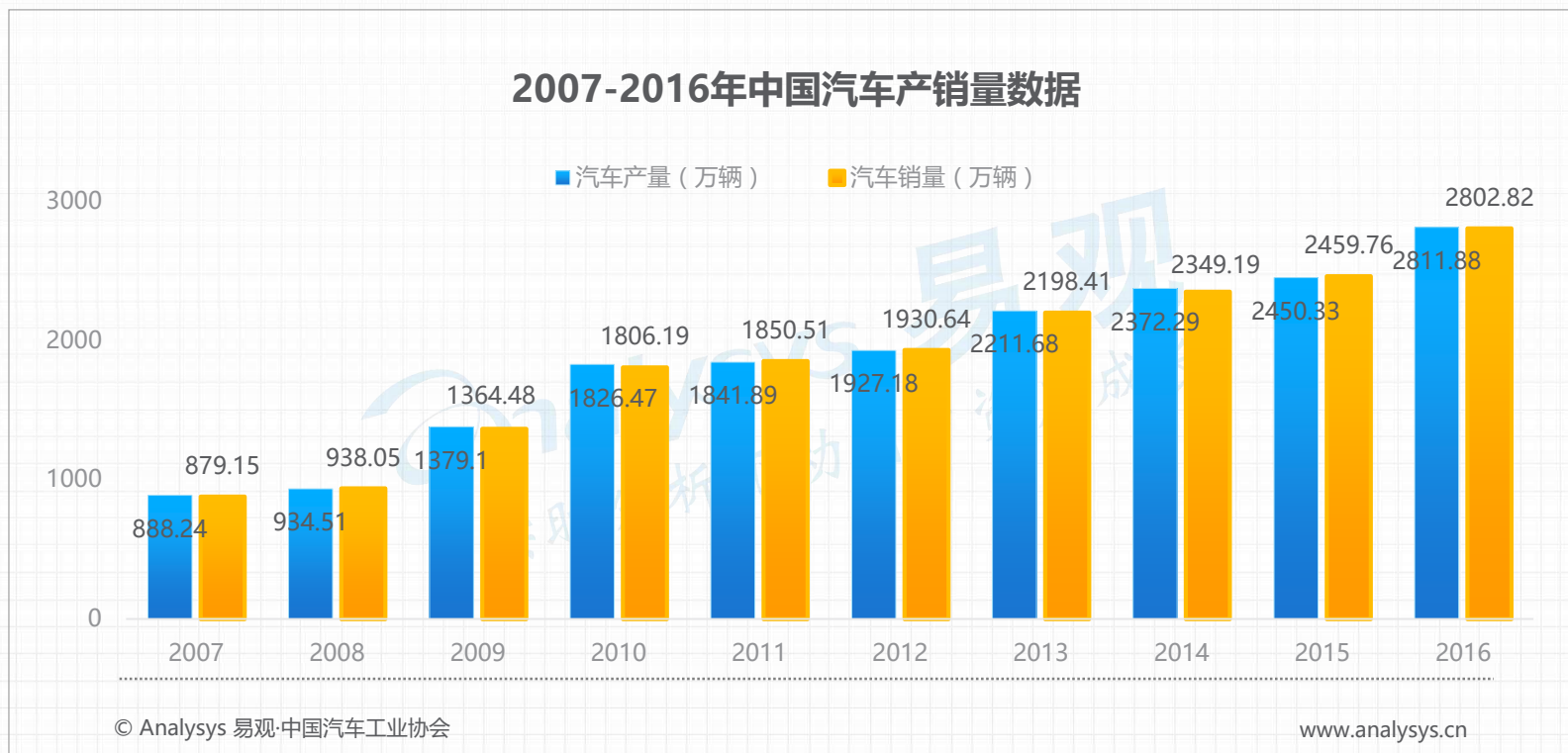


## 中国新车电商市场发展现状分析

© Analysys 易观

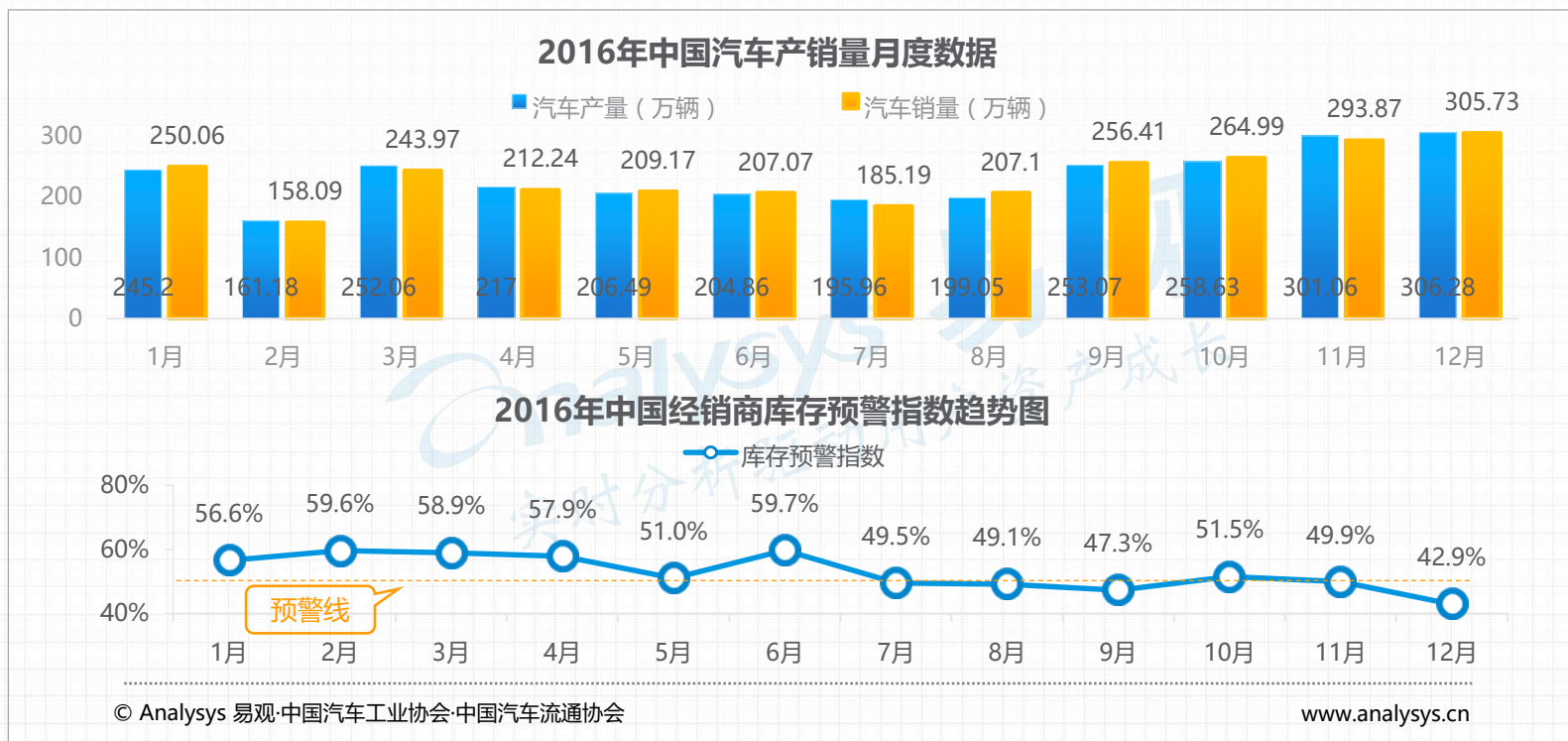
[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 2016年中国汽车产销量增幅明显，新车市场仍有发展空间



- 2016年受购置税优惠政策刺激和新能源汽车市场快速发展的推动，中国汽车产销量增长迅速，产销同比增幅近15%。Analysys易观分析认为，2016年新车产销量增幅较往年显著提高，一方面出于新车购置税优惠政策的刺激作用，另一方面也反映了目前新车市场尚未饱和，仍有很大的发展空间。

# 2016年中国经销商库存预警指数高，库存压力大



- 根据中国汽车流通协会数据显示，2016年上半年中国经销商库存指数一直处于50%的预警线以上，虽然随着下半年销量的增长，库存指数有所回落，但总体来看，经销商仍然面临很大的库存压力。
- Analysys易观分析认为，目前中国经销商体系存在两大问题，一是在一二线城市布局密集，但一二线城市市场已经趋于饱和且店面成本不断升高，市场竞争激烈；二是三四线及县镇级地区相对缺失，且在汽车销售和服务方面没有形成标准化，市场有待挖掘和规范。



# 汽车产业变化诸多，机遇与挑战并存

## 2016年中国新车电商PEST分析

### 多项政策实施促进市场发展

- 商务部等八部门《关于促进汽车平行进口试点的若干意见》政策落地，平行进口汽车强制性产品认证（3C认证）在上海落地，促进平行进口车乃至新车业务发展。
- 《关于汽车业的反垄断指南(征求意见稿)》起草指南工作基本完成。
- 2017年购置税减免优惠由5%调整为7.5 %。

P

### 新车市场仍有很大增长空间

- 中国居民人均可支配收入持续增长，居民消费能力提升。
- 三四五六线城市人口基数大且汽车保有量低，经济水平逐年提高，新车购买需求旺盛，市场发展潜力巨大。

E

### 技术发展推动汽车行业升级

- 随着车联网、智能驾驶等技术的发展，汽车智能化程度逐渐提高，加快汽车更新换代速度。
- 电池存储技术和电能利用效率提升，新能源汽车续航里程持续突破，普及率不断提高。
- 互联网/移动互联网技术快速发展，用户需求能够更快反映到汽车设计生产过程。

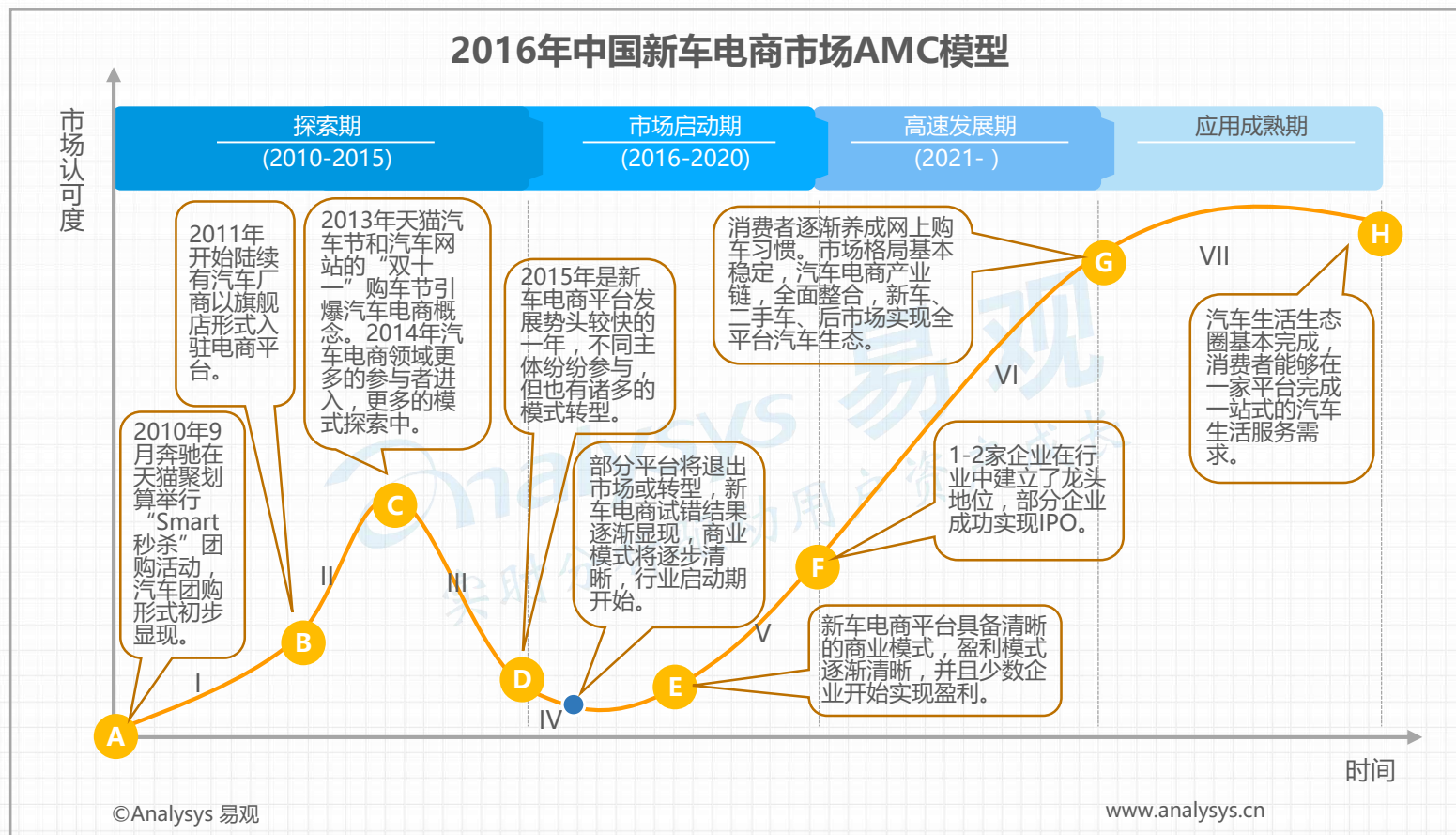
T

### 消费人群日趋年轻化，消费习惯发生变化

- 90后、95后逐步成为汽车消费人群，通过互联网订购产品和服务接受程度高，对新车更加追求个性化。
- 消费者对新车更加追求个性化，而不仅仅是价格和品牌，对传统厂商提出挑战。
- 二胎政策全面放开，新生儿的出生刺激消费者置换新车需求。

S

# 中国新车电商尚处于启动阶段，商业模式有待优化



- Analysys易观分析认为，2017年中国新车电商市场正处于市场启动期阶段。2016年中国新车电商市场经历了一波洗牌，部分平台的倒闭和转型使得新车电商市场一时陷入危机，但诸如一猫汽车网和部分ToB型新车电商平台的崛起也给行业的发展带来了曙光。



# PART 2

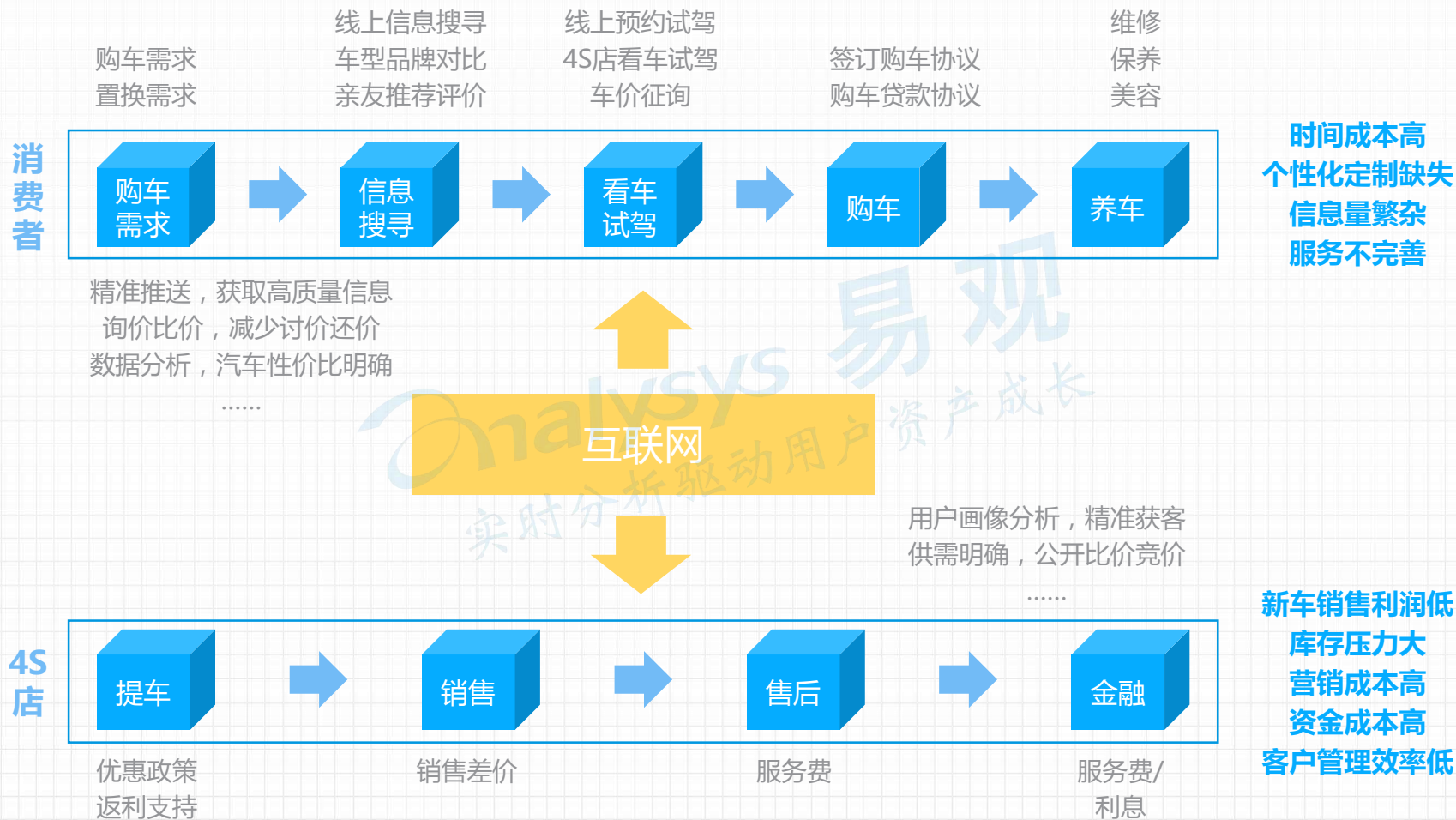


## 中国新车电商市场产业变革分析

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 互联网介入新车销售，改善消费者和经销商痛点



# 新车电商平台快速成长，整合资源提升行业效率



- 中国汽车经销体系经过几十年的发展，已经形成了巨大的网络规模，但由于前几年在一二线城市的大规模扩张给4S店带来了过高的经营成本，而随着一二线城市汽车销量逐渐饱和，使得高成本难以摊销。对消费者而言，4S店的象征已经从原来高端品质服务变成了不透明乱收费，消费者对4S店的信任度逐渐下降。
- Analysys易观分析认为，随着新车电商行业的发展，对消费者而言，汽车产业互联网化不仅能够简化新车选购的繁琐流程，降低时间成本，也能一定程度上提高服务透明度，增加价格优惠，提升服务体验；对经销商/4S店而言，互联网有助于帮助门店带来更加精准的潜在客户，减少营销成本，提升门店效益。



# 新车电商试错结果逐步显现，新型玩家参与竞争

## 2016年中国新车电商产业生态图谱

### ToC型新车电商平台

#### 自营平台



#### 导流平台



#### 团购平台



#### 平行进口车



#### 开放平台



### ToB型新车电商平台

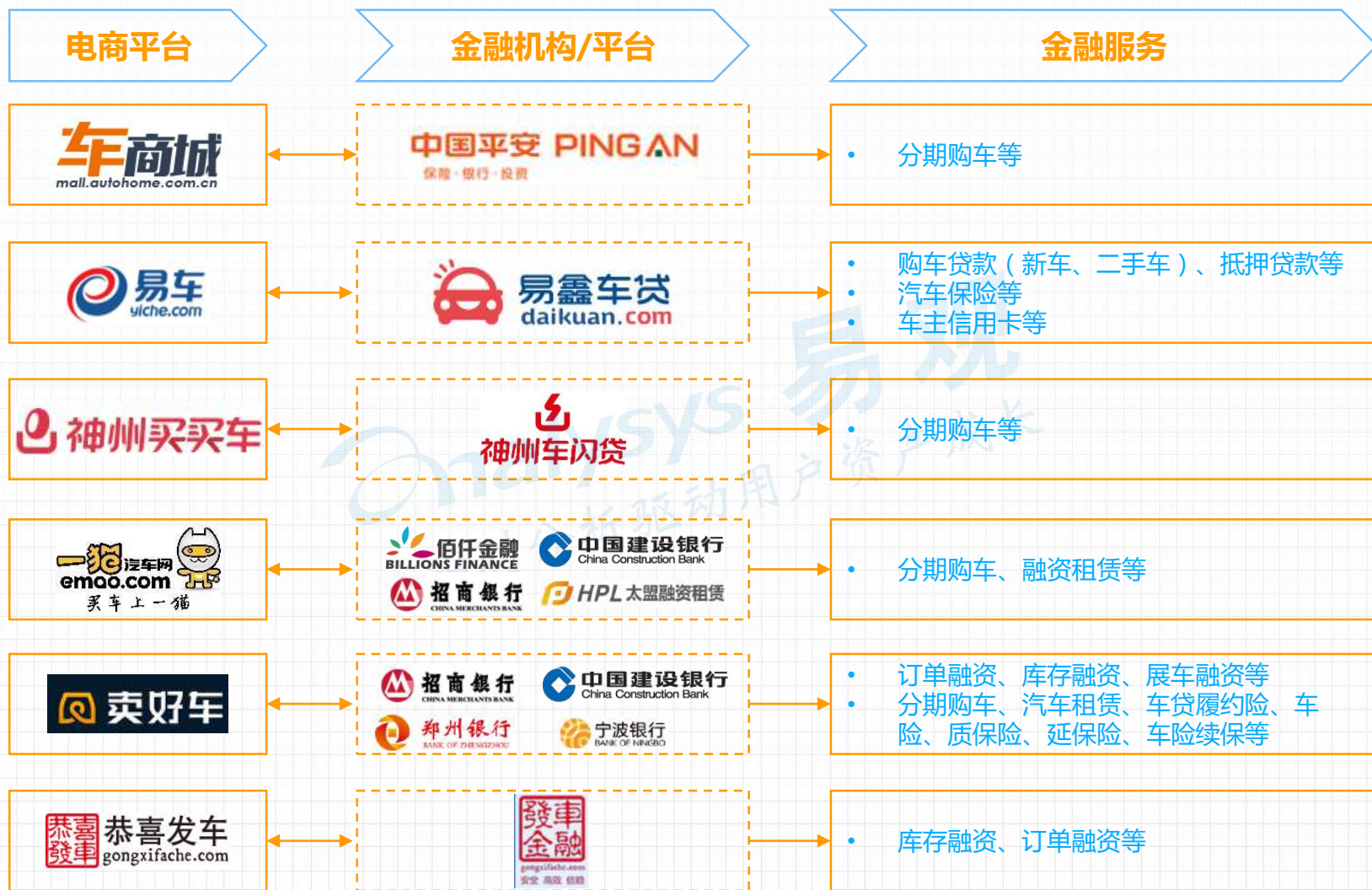
#### 零售定制平台



#### 批发撮合平台



# 新装备上线，汽车金融助力电商平台完善配套服务



# PART 3



## 中国新车电商市场热点事件盘点

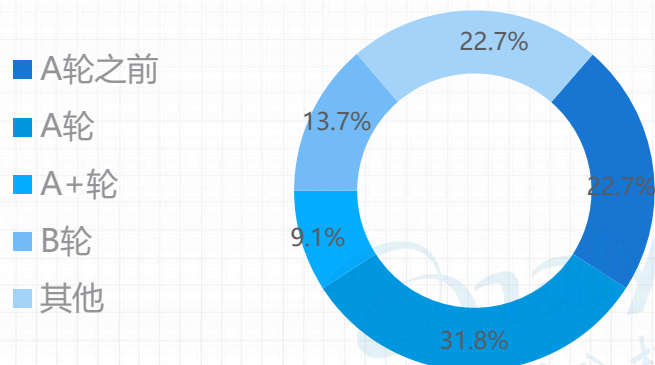
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 2016年中国新车电商市场投融资盘点

## 2016年中国新车电商市场投融资轮次分布情况



数据来源：对市场公开信息进行收集整理，根据易观模型统计分析。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2016年中国新车电商市场投融资TOP5

	3亿美元	战略融资
	14亿人民币	战略投资
	4亿人民币	B轮
	2000万美元	A+轮
	亿元人民币	Pre-A轮

- 2016年中国新车电商市场属于资本趋冷的一年，投融资轮次分布仍以A轮和A轮前为主，多数以最新成立的ToB型新车电商平台为主。少数探索出较为清晰的商业模式和盈利模式的ToC型新车电商平台，诸如一猫汽车网也在2016年底获得了4亿元的B轮融资。

# 2016年中国新车电商市场行业动态盘点

■ 1月6日，商务部对《**汽车销售管理办法**》公开征求意见，提出加快发展城乡一体的销售及售后服务网络，推动汽车流通模式创新，积极发展电子商务。

■ 3月4日，商务部等八部委联合印发《**关于促进汽车平行进口试点的若干意见**》，加快推动汽车平行进口试点政策措施落地。

■ 3月30日，人民银行和银监会联合印发《**关于加大对新消费领域金融支持的指导意见**》，鼓励汽车金融公司业务产品创新。

■ 6月21日，中国质量认证中心颁发的中国**首张平行进口汽车强制性产品认证**（CCC认证）证书“落户”中国（上海）自由贸易试验区。

■ 8月2日，发改委发布《**新能源汽车碳配额管理办法**》，9月份工信部对外公开征求《**企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理暂行办法（征求意见稿）**》

■ 12月15日，财政部网站公布了1.6升及以下排量的乘用车购置税新政，**2017年按7.5%的税率征收，2018年起恢复至按10%的法定税率征收。**

# 2016年中国新车电商市场企业动态盘点

- 4月16日，**中国平安**（平安创新投）以16亿美元收购**汽车之家**47.7%股权成为大股东，汽车之家进入“平安新时代”。



- 4月24日，58同城&赶集网正式发布新品牌“**58车**”，覆盖学车、买车、洗车、代驾、金融、二手车等服务。



- 4月24日，阿里汽车推出“**车秒贷**”2.0产品，最快20秒可完成最高20万的贷款额度。



- 6月27日，**一猫汽车网**发布“MTU”新媒体战略，将用户选车、看车和买车三种生态场景聚合起来，为用户节省时间、提率。



- 7月，易车网调整业务，易车商城裁员260多人，另外40多人转岗，关闭买断车业务。



- 8月1日，估值超过10亿元的汽车电商O2O平台“**车风网**”正式倒闭。





# 2016年中国新车电商市场企业动态盘点

- 8月18日，**木仓科技**旗下“**买车网**”正式上线运营，标志木仓科技开始走向学车、买车和用车综合性服务平台的构建。



- 8月23日，**团车网**与**人人车**达成合作协议，为双方用户提供新车置换和二手车交易服务，深度共享资源。



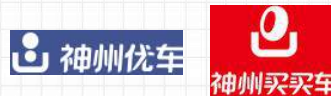
- 9月28日**牛牛汽车**与**亚夏汽车**签署深度战略合作协议，双方将在供应链金融、消费金融、新车交易、保险代理等若干方面，展开全方位的战略合作。



- 10月17日，买好车更名**卖好车**，转型B2B电商服务平台，帮经销商解决车源、资金和客源等问题。



- 11月12日，**神州优车**拟定增100亿元用于汽车电商平台“神州买卖车”，“神州买卖车”更名“**神州买买车**”主打新车销售。



- 12月，**一猫汽车网**建立了1000家线下店，完成了千店布局，经销商网络覆盖了全国27个省，283个地级市，925个区县级城市。



# 汽车电商平台各显神通，全方位、多手段促销

双11  
11.11 COMING SOON

汽车之家  
autohome.com.cn

**汽车金融：**平安从流量、线下资源、技术等方面为汽车之家提供支持，汽车之家通过金融产品形成独特资源和优势，打造服务汽车产业链的数据技术公司。

**明星促销：**10月24日至31日，邀请佟大为等八位明星轮番直播并开设主题店铺发放红包进行促销，并在直播期间赠送车辆。

易车  
yiche.com

**全生态：**易车通过易车惠和惠买车两大常态化电商平台服务汽车厂家和汽车经销商，积极布局汽车金融服务领域。

**全服务：**设置买车顾问团队，统一线上线下服务标准。

**大优惠：**与商家合作进行大量补贴，提供秒杀、红包等多种形式。

阿里汽车

**车码头：**天猫主机厂旗舰店和阿里车码头双管齐下，阿里汽车借助双十一打通整车与汽车后市场产业链。

**车秒贷：**车秒贷基于支付宝实名认证推出“0等待、0材料、0利率”汽车贷款，申请量比2015年增长1000%，开放人群1.2亿。

一猫汽车网  
emoo.com  
买车上一猫

**错峰活动：**一猫汽车网采用错峰活动策略，将双十一活动时段设在11月11日-20日，2016年双十一成交额超9.97亿元。

**线上导流+线下店成交：**通过车辆秒杀、优惠汽车金融方案等吸引用户，通过自营门店提车更加便捷服务消费者。

神州买买车

**平台联动：**神州买买车实现官网与天猫旗舰店相联动，发力双11疯狂购车节。

**经典单品：**神州买买车天猫旗舰店打造科鲁兹销售爆款，双11当天该车型在线预订量为8965台，订单金额近3.6亿元。

# 厂商自建电商平台开启购车狂欢模式

 车享新车



- 车享网11月7日上线特惠活动，通过“享定制+享特价+订车礼”开启购车狂欢。定制车型通过增加配置等特色提升用户体验，并邀请经销商共同参与线上定制，通过特价吸引用户并完成购车。

- 11月11日17点，车巴巴平台订单到达12806单，提前7小时完成既定目标。车巴巴平台独立完成47%订单，展现自建平台实力；与107家专营店开展线上直播促销展示执行能力；展示全国订单分布图。



  
源自东风日产

  
长安汽车旗下电商平台



- 长安商城通过整车销售、精品销售、在线订车和保险等4大业务板块积极促销。长安商城通过微信公众号开启宣传活动，将热销车型、车险、周边和保养服务等进行联动促销。

- 双十一与双十二期间，华晨汽车商城订单总数突破千台，总访问量120余万次。线上提前支付定金，享受高额购车环节补贴。



  
中华



# PART 4



## 中国新车电商市场典型企业分析

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 一猫汽车网全场景经销模式已形成，线下布局与资本助力推动企业快速发展

## 一猫汽车网发展时间轴

- 2013年11月，北京一猫汽车科技有限公司注册成立。
- 2014年3月，一猫汽车有限公司获得**6000万人民币天使轮融资**，投资方未透露。
- 2014年11月，一猫汽车网上线。
- 2015年4月15日，一猫汽车网平行进口车平台上线。
- 2015年11月16日，一猫汽车网发布电商战略：采用**商城加城市店**模式。
- 2015年11月11日，一猫汽车网获得**6000万人民币A轮融资**。
- 2016年1月9日，一猫汽车网推出“960买车帮”增加导购服务。
- 2016年6月27日，一猫汽车网发布新媒体战略，助力“**资讯+导购+商城+线下店**”闭环交易模式。
- 2016年11月20日，一猫汽车网发布双11战绩，10天时间共达到**6468单**，总成交额**9亿9735余万元**。
- 2017年1月11日，一猫汽车网举行战略发布会，解读“**线上+线下**”全场景经销模式，对外公布已于2016年底**获得4亿元B轮融资**并完成**1000家线下店**布局。

2013-2014年

2015年

2016年

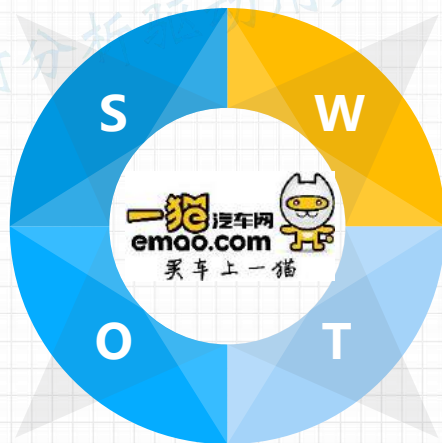
2017年

- 自营直采渠道保证平台车辆一口价模式
- 5.2亿元总融资额，资金较为充足
- 三四五线城市线下千店布局，市场布局更加精准

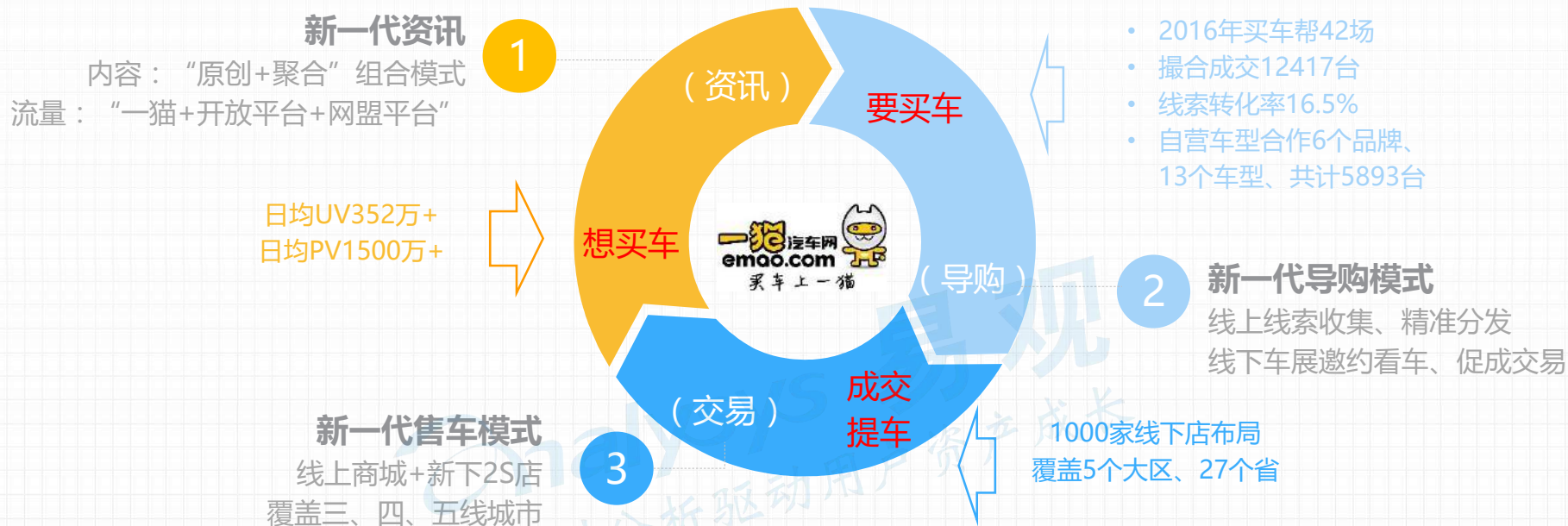
- 合作车企和品牌较少

- 三四五线城市经销商布局相对缺失
- 行业暂无巨头企业
- 消费者网络购车习惯逐步养成

- 汽车电商渗透率较低
- 入局者增加，加剧行业竞争



# 一猫汽车网以交易为核心，打造全场景汽车电商， 利用差异化地域布局策略，挖掘市场空间

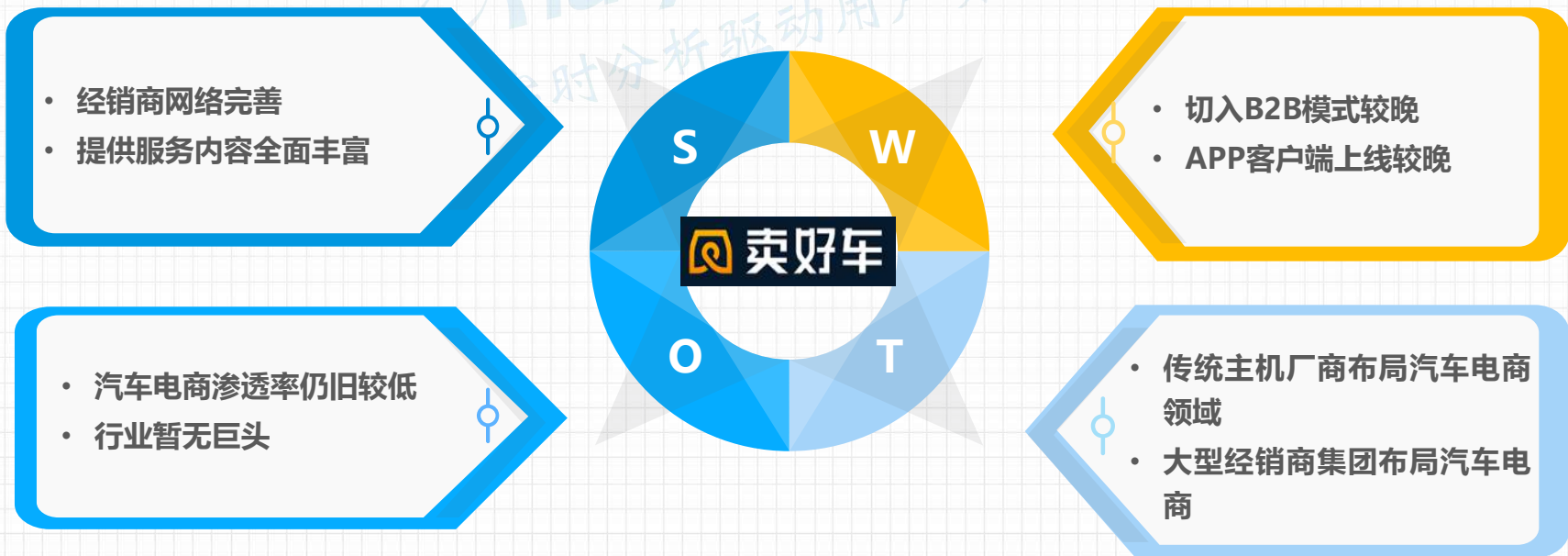
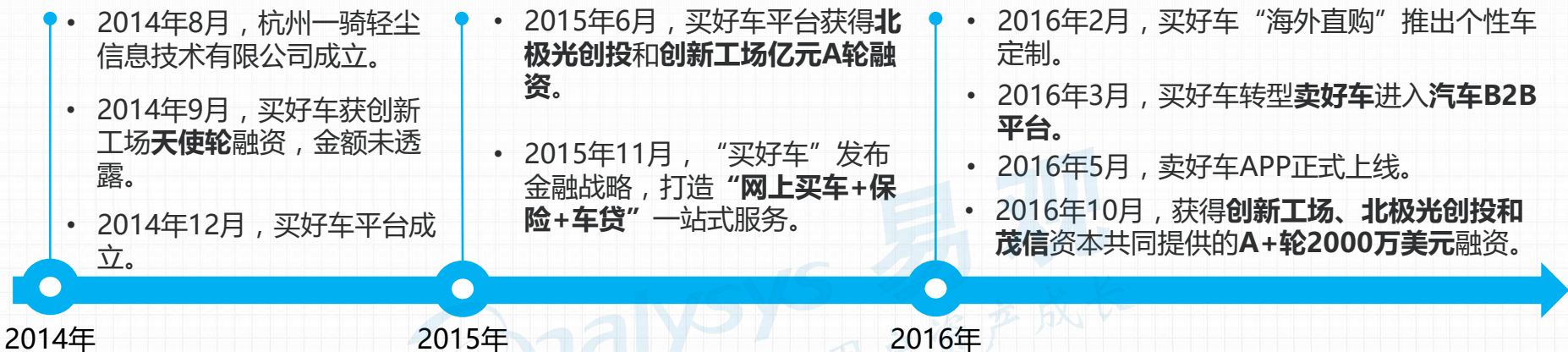


- 一猫汽车网定位于全场景模式的购车服务，通过“媒体+导购+商城+线下店”的交易闭环满足用户在买车全过程中“想买→要买→成交”的服务体验。2017年，一猫汽车网将加快在全国三四五六线城市的网络布局，预计落成3000家线下店，进一步完善线下销售渠道，全年直营车销量将达成5万辆。
- Analysys易观分析认为，新车电商的本质是在交易环节，一猫汽车网将营收重点放在交易环节能够保证媒体和导购服务的公正客观性，能够提高消费者对平台的认可度。同时由于三四五六线城市汽车保有量较低，市场空间较大，也能避开车企的经销体系，实现差异化布局效果，是电商平台较为有利的发展机会。

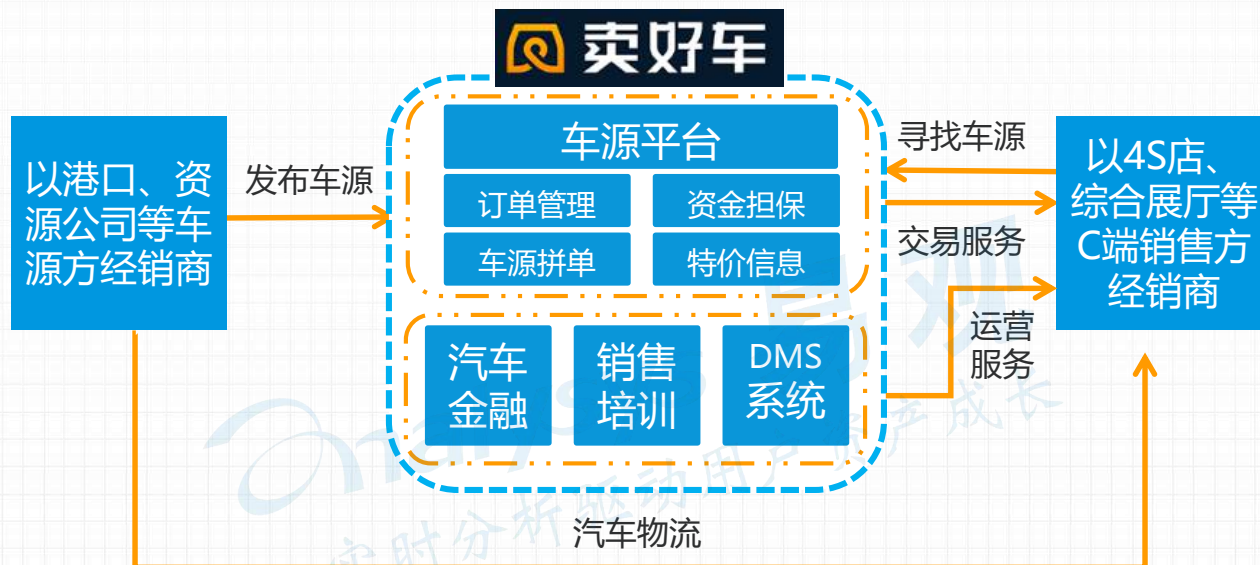


# 买好车改名卖好车，B2C电商平台转型B2B模式服务汽车经销商

## 卖好车发展时间轴



# 卖好车深度介入交易环节，服务上下游汽车经销商



- 卖好车平台由B2C平行进口车买好车平台转型而来，通过良好口碑打造上下游经销商服务平台。
- 卖好车深入介入交易流动环节，缩短信息传递、物流和资金流通环节，为经销商提供在线车源交易平台、车辆配送和经销商贷款等服务，增加服务广度、深度和数量。
- 推出DMS门店管理系统为C端经销商服务，并为线下门店提供销售培训等精细化服务。

# PART 5



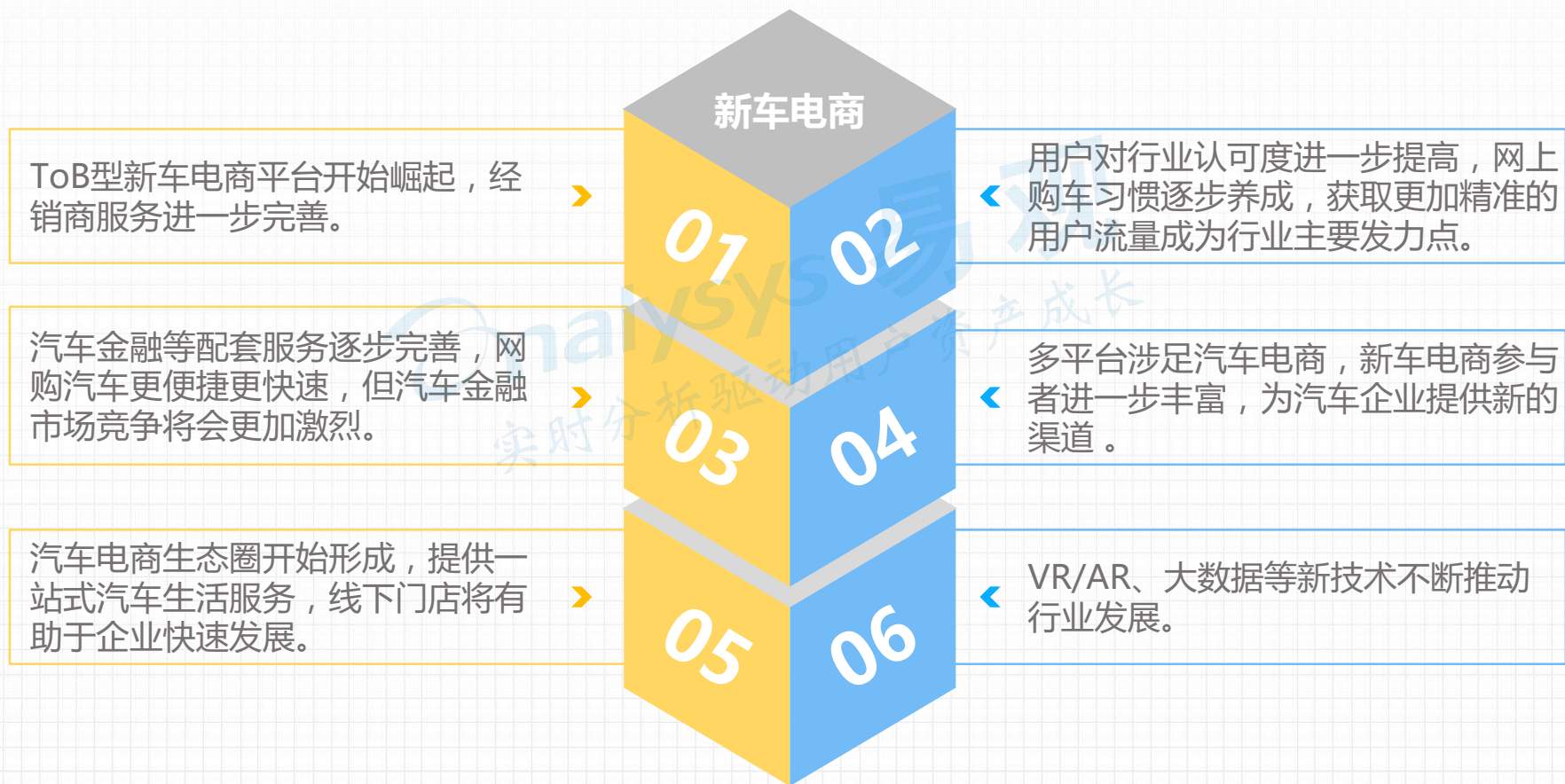
## 中国新车电商市场发展趋势分析

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 中国新车电商市场发展趋势分析



# 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