

2017 上半年中国二手车电商行业盘点

China Used-car E-commerce Industry Inventory of 2017 H1



目录

1.2017 年上半年中国二手车电商行业发展现状	2
资本市场持续关注，二手车电商融资集中化	2
业务范围持续扩大，二手车电商边界日趋模糊.....	3
市场需求持续上涨，二手车交易量再创新高	4
2.2017 年上半年中国二手车电商行业盘点	6
盘点一：营销公关大战，广告与冠名齐飞.....	6
盘点二：解除限迁名存实亡，到底动了谁的奶酪？	7
盘点三：新车业务撑起二手车电商的一片天	8
盘点四：二手车金融渐成行业主战场	10
盘点五：战略落地，主机厂布局二手车行业	12
盘点六：二手车需求下沉，三四线城市将成新蓝海？	13
盘点七：一统天下，规范先行	15
公司介绍/法律声明	17
版权声明.....	17
免责条款.....	17
联系我们.....	17
微信公众号	17

1.2017 年上半年中国二手车电商行业发展现状

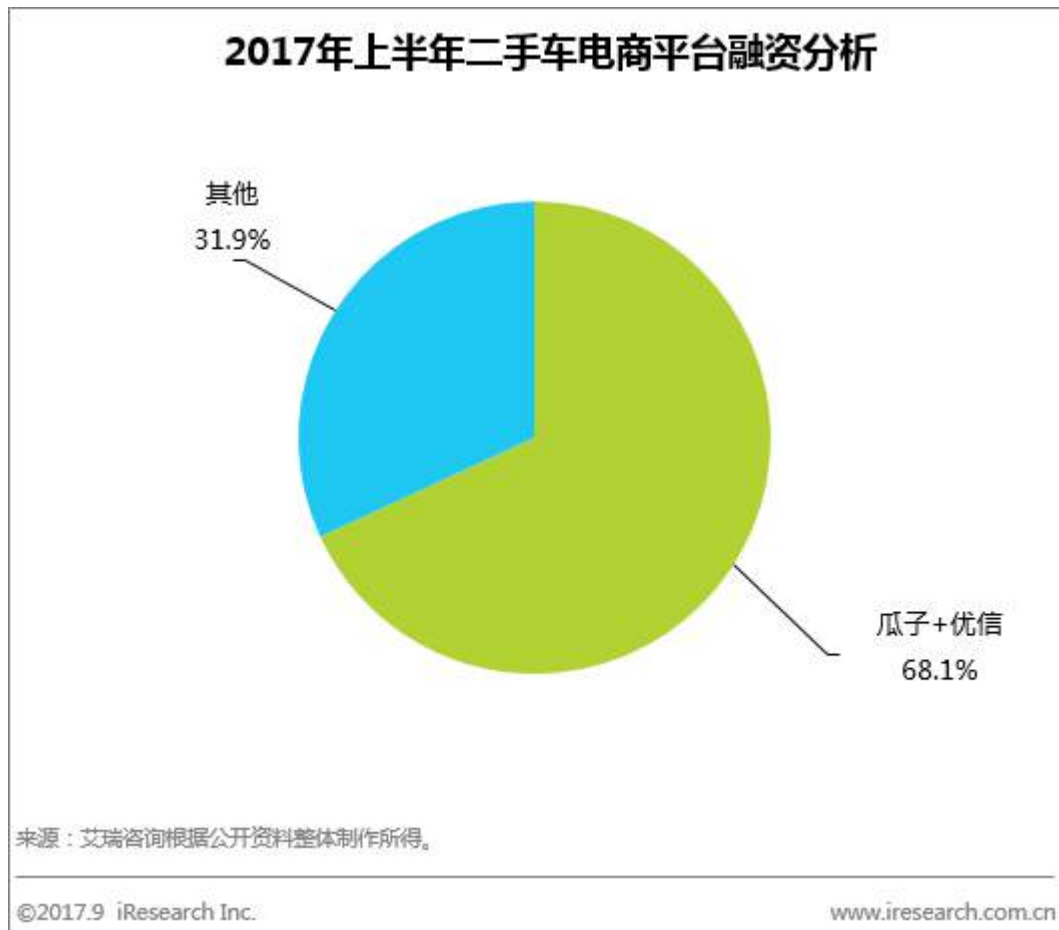
在中国车市整体繁荣的大背景下，中国汽车产销量保持着稳定增长。据中国汽车工业协会数据显示，截止到 2017 年上半年，我国汽车保有量已超过 2 亿辆，汽车存量市场规模十分可观。同时，随着居民消费升级以及对二手车消费的理性认知的提升，购买二手车的选择将逐步进入消费者的考虑范围之内。自 2015 年兴起的二手车电商平台，凭借着汹涌的广告大战浪潮强势杀入汽车消费市场，平台利用互联网高效、便捷以及突出的整合能力，构建多种模式的二手车电商平台，各模式平台覆盖二手车流通中卖车、买车、金融、物流等各个环节，组成了完善的线上二手车交易链条。在近两年不断的探索与发展中，二手车电商行业根据市场的变化对自身的业务模式及市场战略做出持续的调整与创新。推动行业朝着更高效、更便捷、更有价值的方向发展。

资本市场持续关注，二手车电商融资集中化

二手车电商一直以来都是以“有钱任性”的形象示人，瓜子优信们连续的重金投入广告、冠名、影视植入等营销活动，铺天盖地的广告席卷整个消费市场。而巨额营销投入的背后则是持续的巨额融资。

进入2017年，二手车电商平台的融资金额屡创新高，不断刷新行业纪录。2017年上半年整个二手车行业融资金额合计接近90亿元人民币，持续成为投资领域的热门行业。强大的吸金能力一方面说明资本市场对二手车电商行业发展潜力的认可，另一方面也说明二手车电商平台对资金的需求，平台新业务方向的拓展需要持续的资金投入。

从整体融资信息分析，二手车电商行业融资有着明显集中化趋势。首先，二手车获得融资平台均集中在与C端消费者相关的平台。一方面是因为瓜子、优信均是2C模式，车置宝、开新、迈迈车是C2B模式，两类平台均直接面对C端消费者或用户；另一方面，则显示市场正在发生变化，二手车市场正由卖方市场转向买方市场，消费者将成为主导。



图表1-1 2017年上半年二手车电商平台融资情况

再者，随着竞争格局逐渐明朗，资本也将集中流入行业头部平台。在2017年上半年行业所有融资中，融资额最高的优信、瓜子两家融资额加起来占整体行业融资的68.1%，资金优势明显。当前，二手车电商行业仍是多种模式共存，虽然短期之内各家均没有特别明显的竞争优势。但各模式的电商平台的综合运营表现也被评出“三六九等”，早早地被资本市场站了队。有了资本加持的二手车电商平台结合自身积累的已有优势，未来发展趋势将逐渐呈现马太效应，竞争优势逐渐显现。而反过来，这也促使资本的关注越来越集中于行业头部企业。

业务范围持续扩大，二手车电商边界日趋模糊

二手车、新车交易，作为汽车整个产业链的两个重要环节，其中新车交易一直占据主要的市场交易份额。随着整体汽车市场的成熟与理性，二手车正成为汽车交易市场的新拓展空间。而随着二手车的繁荣与二手车电商平台的兴起，鉴于其互联网属性，二手车电商平台利用自身开展信息、交易、金融、物流、营销等业务的便利及优势，多数二手车电商平台在完成交易之后，尝试着开拓行业相关增值服务及新业务方向。2016年底开始，从大搜车推出

“弹个车”进军新车金融业务，到优信的金融业务以及推出“车伯乐”（后改名为“优信新车”），到天天拍车尝试二手车置换新车业务，再到瓜子二手车正式上线金融业务与新车业务，二手车电商平台不断拓展自身在整个汽车行业的业务链，业务覆盖范围逐步扩大。

未来二手车电商平台角色定位不再仅仅局限于二手车交易，将逐步拓展至新车销售、汽车金融、出行服务、养护电商、车商服务、车辆运输仓储管理等，成为汽车线上综合服务提供商。

市场需求持续上涨，二手车交易量再创新高

二手车电商平台持续的巨额广告投入，逐渐起到了一定的市场教育作用，消费者对二手车电商平台的认知度有明显提升，二手车交易逐步为消费者所接受。



图表1-2 2009-2017年中国二手车交易量

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%。相比之前几年表现超过市场预期；2017 年上半年，二手车市场持续优异表现，全国二手车交易量达 583.71 万辆，相比去年同期增长率高达 21.5%，而在下半年传统旺季“金九银十”的助推下，预计 2017 年全年二手车交易量将达 1214.6 万辆，二手车将真正步入交易快速提升的阶段。

在二手车交易量不断提升、二手车车源足够丰富、二手车消费成为理性的主流消费的条件下，二手车未来也将逐渐成为汽车交易市场的主要组成部分，成为与新车交易并驾齐驱的汽车交易服务。

2.2017 年上半年中国二手车电商行业盘点

盘点一：营销公关大战，广告与冠名齐飞

热点事件回顾：

2017 年 2 月 26 日，开新二手车帮卖与辽宁宏运足球俱乐部达成战略合作，以 8800 万人民币买断辽足 2017 赛季全程总冠名及胸前广告。瓜子二手车、优信二手车、车置宝、天天拍车等开始新一轮广告投放；优信宣布植入电影《变形金刚 5》。

事件分析：

2015年下半年，二手车电商初登台便以轰炸式的广告投放放在消费市场留下了深刻的印象。随后，2016年二手车电商平台广告营销力度规模持续扩大。据艾瑞监测、统计、核查计算，2016年全年二手车行业广告投放金额高达12亿元人民币，相比2015年，投放金额增长率高达50%。而进入2017年，在资本市场的支持下，二手车电商平台的广告投放力度相比之前有过之而无不及，以瓜子二手车、车置宝、开新、天天拍车及优信二手车为代表的各模式电商平台纷纷开启重金营销模式，各家广告通过不同的广告渠道及载体轮番轰炸消费市场。



图表2-1 营销方式多样化

除了常规的营销广告推广，在行业激烈竞争的背景下，行业公关战也能难以避免，平台之间利用热点事件及行业市场数据等通过第三方资讯网站及微信公众号等对自身平台市场形象、品牌影响力、交易情况、营收情况进行夸大宣传，对友商进行一定程度的不公正对比

及评价，借此凸显自身品牌优势及价值。因此，“黑公关”的出现也引起不少行业论战甚至法律纠纷，使得行业处于舆论的风口浪尖之上。同时，公关混战也从侧面反映出行业的市场热度及竞争激烈程度。

2017年上半年，我国二手车交易量583.71万辆，相比去年同期增长率高达21.5%；同时在中国汽车保有量超2亿辆的市场环境下，二手车行业市场前景愈加值得期待，愈加吸引着消费市场的关注，而电商平台广告营销投入持续的提升行业的曝光度及认知度，影响并逐步改变着消费者的二手车消费观念与习惯，同时吸引资本市场的入局。在资本的支持下，二手车电商竞争日趋白热化，为获取用户数量、提升交易量，二手车电商平台广告营销、公关战、冠名植入电视节目的做法愈加普遍。而鉴于电商行业强流量属性、强交易属性等特征，可以预见在未来，为持续获得广告曝光度，持续教育二手车消费市场，二手车电商行业将持续增加广告营销预算及费用，从而达到提升行业认知、提高电商平台品牌知名度，促进平台线索转化率，最终达到提升交易量的目的。

盘点二：解除限迁名存实亡，到底动了谁的奶酪？

热点事件回顾：

3月21日，商务部、公安部、环保部三部委就二手车限制迁入问题首次联合发函，再次要求各地在4月14日之前落实取消二手车限制迁入政策。在去年“国八条”出台后，多数省、市均发布具体政策支持解除限迁。但直至今今年9月，仍有部分城市按兵不动。而发文取消“限迁”的省市，在实操中仍按照限迁规定，继续限制二手车流通。

事件分析：

解除限迁政策自颁布以来，其实大多数情况下都是名存实亡的状态。早在2016年3月，国务院办公厅便发布了《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”，紧接着2017年初，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》，希望统一取消二手车限迁政策，进一步明确了限迁标准。国家政策发布之后，多数省市均表示响应并发布相关二手车“解限”法令，但现实交易中诸多法令却一直无法落地，多个地区均“阳奉阴违”，并未按照相关法规执行。



Coming
Soon.....

图表2-2 解除限迁遥遥无期

而各地政府拒不执行解除限迁政策无非有几大原因：一、担心老旧二手车进入当地污染环境，造成当地环保问题；二、二手车的流通影响新车销售，进而影响政府税收；三、京津冀、长三角、珠三角等重点区域特殊对待，各地政府认为不公平。但冠冕说辞的背后，各地方政府都有自己的小算盘，二手车限迁的解除，首先对于新车销售行业来说，二手车税收费用较低，影响当地政府税收；其次，政府长期以来对二手车行业重视不足，相比整车制造厂、经销商集团直观的政绩保障，二手车行业则显得不够“高大上”；再次，政府短期内还需承担二手车带来的尾气污染、处理等一系列的环保问题，二手车的报废、处理的财政补贴都需要花费一定的政府财政预算。所以，整体来说，二手车解除限迁对当地政府来说，既要承担环保责任，又没有税收和实际政绩，所以取消限迁的积极性不高，甚至是抵触情绪。

所以，当前推动二手车解除限迁的方法要在国家层面给以鼓励，按照迁入车辆对当地政府给予一定的奖励和补贴，同时辅以法律手段，明确对“二手车解除限迁”的行为进行约束、规范，必要的话予以一定的法律制裁。奖惩结合，才能逐步解除多年以来形成的恶性循环的限迁，真正的做到让二手车根据市场供需关系实现真正的自由流通。

盘点三：新车业务撑起二手车电商的一片天

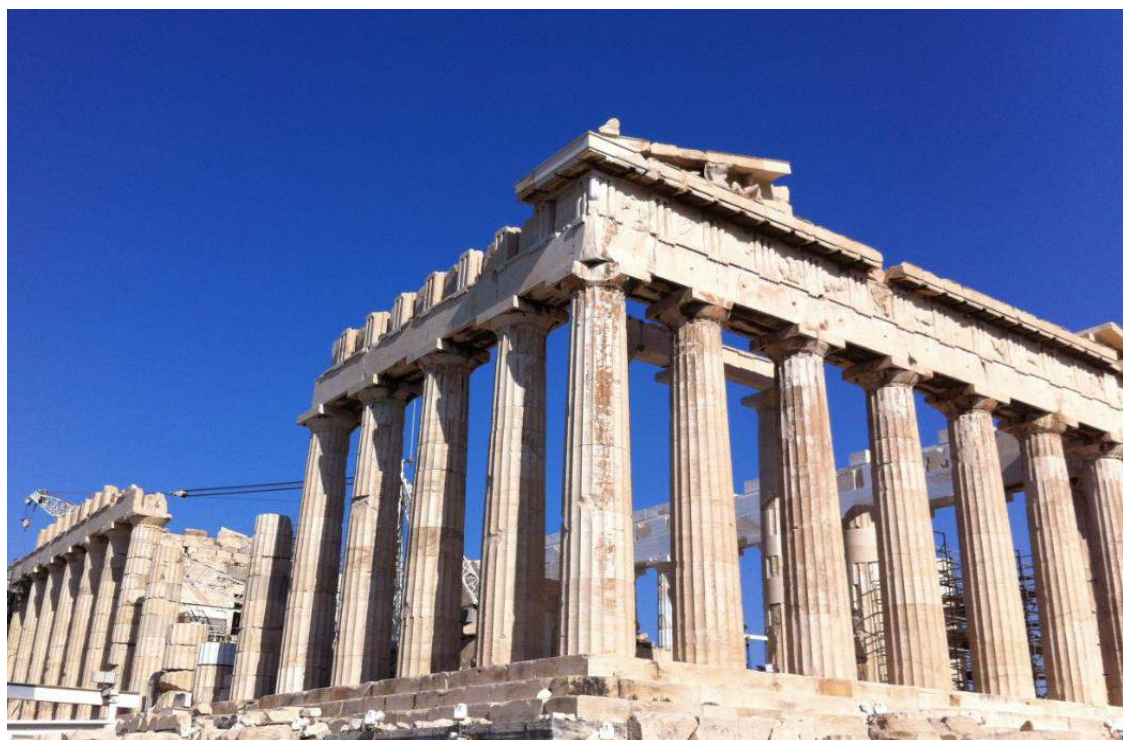
热点事件回顾：

4月初，优信将旗下的“车伯乐”更名为“优信新车”，立意打造“中国首个集汽车资讯、报价、社区为一体的汽车导购平台”。4月26日，瓜子二手车上线二手车置换新车业务，目前此业务仅以北京作为试点，之后或将在其它城市进行推广。

事件分析：

行业领头羊瓜子二手车及优信二手车相继入局新车业务，标志着二手车电商开展新车业务的开端。其实，早在2016年，大搜车便借助旗下“弹个车”产品，以主打“1成首付 先租后买”的新车金融销售模式进入大众视野。7月份开始实施的《汽车销售管理办法》更是进一步降低了汽车销售门槛，加强了消费者权益的保护。经销商不用再经厂商授权即可售卖汽车，汽车销售将迎来一次全新的变革。除了传统汽车经销商及4S店的紧锣密鼓的布局，传统零售商也看到了机会，如：苏宁布局线下汽车超市，国美打造汽车+家用电器综合卖场；同时，《汽车销售管理办法》也给了阿里、京东、汽车之家以及垂直汽车电商等加入并探索新车业务延伸的机会。

对比三家二手车电商平台的新车电商业务不难发现，三家平台的新车电商业务各有差异。瓜子二手车着力于“置换新车”，以用户置换需求为入口，依靠其2C的二手车电商背景衍生新业务。从实际操作环节来看，瓜子二手车仍然需要解决线下交易场景的问题，包括消费者从置换到洽谈新车及新车提车等具体操作的落地问题。



图表2-3 新车撑起二手车电商扩张雄心

优信新车的前身是“车伯乐”，4月初，优信将“车伯乐”改名为优信新车。当前优信新车仍然更像一个信息平台。优信新车并不直接参与车辆交易买卖，其定位仍是一个集资讯、

点评、经销商导流及社交等功能于一体的汽车类媒体内容平台。

与此前两家不同，大搜车的“弹个车”从性质上来说，属于汽车融资租赁产品，车辆所有权归大搜车所有，通过与弹个车合作的经销商/4S店渠道进行推广，这些渠道也成为消费者提车点。一年以后消费者退租的车辆回购的问题也将借助于大搜车服务的二手车商体系进行消化，从而形成一个完整的汽车整车生命周期的交易闭环。

三家的业务模式及定位各不相同，主要与各家的企业资源、发展背景密切相关。瓜子新车业务依托于二手车电商交易平台的庞大的用户流量，而优信新车继承并完善车伯乐的资讯信息平台布局，大搜车则脱胎于其长期二手车商服务网络衍生汽车融资租赁平台。整体来说，各家平台都在自身的经营基础之上，延伸交易范围，构建汽车交易生态圈，涵盖新车、二手车甚至车后市场服务，打造车主高粘性服务平台，提升平台综合盈利水平。

盘点四：二手车金融渐成行业主战场

热点事件回顾：

3月17日，在瓜子二手车与58集团联合发布会上，瓜子二手车CEO杨浩涌透露，继获得融资租赁牌照后，公司已于2016年底获得了二手车电商领域首张互联网小额贷款牌照。4月24日，“中泰-易鑫二期资产支持专项计划资产支持证券”在上海证券交易所正式挂牌，规模为20.89亿。这是目前为止在上交所发行的最大的一单以汽车融资租赁为底层资产的ABS。

事件分析：

从去年下半年开始，基于二手车交易的消费贷款迅猛增加，包括美利车金融、易鑫、第一车贷在内的国内领先二手车金融公司贷款规模均再创新高，贷款金额高达千亿元人民币。以瓜子、优信、大搜车为代表的二手车电商平台们也纷纷入局，共同打造万亿规模的二手车金融市场。

在二手车行业发展即将爆发之际，消费市场对二手车行业的关注度也急剧升温，二手车交易市场也空前活跃起来，交易增速赶超新车行业。交易量的提升也促使二手车金融市场的活跃，但相比逐步成熟的新车金融市场，传统二手车金融服务一直都明显滞后。

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。鉴于二手车行业一直缺乏统一的估值标准，定价体系紊乱等，因此导致二手车金融服务的风险性较高，所以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，如面向B端商户产品：车置宝“置车贷”、车易拍“商信通”，面向C端消费者产品：优信“付一半”、瓜子“瓜子金融”、车猫“车猫金融”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。



图表2-4 汽车金融渗透率快速提升

当前二手车金融已经成为行业竞相追逐的蓝海市场，但金融的核心是风险控制，风险控制能力的强弱直接决定金融业务开展的成功与否。长期以来，二手车一车一况、一车一价、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，而传统金融机构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，反过来，也将促进二手车交易的快速增长。

另外，鉴于二手车电商平台当前的盈利状况，金融正成为平台实现企业愿景的最佳拼图。电商平台利用自身在交易场景的优势，在C端，占据最大的交易渠道、提升金融业务转化率和规模；在B端，提供经销商库存融资服务，并进一步推动与C端金融业务的捆绑。从B端和C端获取交易数据、风控数据，为二手车交易流程提供全方位的完整服务，从而实现行业的深度融合，实现金融、交易平台的跨越式发展。总之，短期内，二手车金融将是现阶段二手车电

商行业盈利的重要突破点，也将是二手车电商新的主战场。

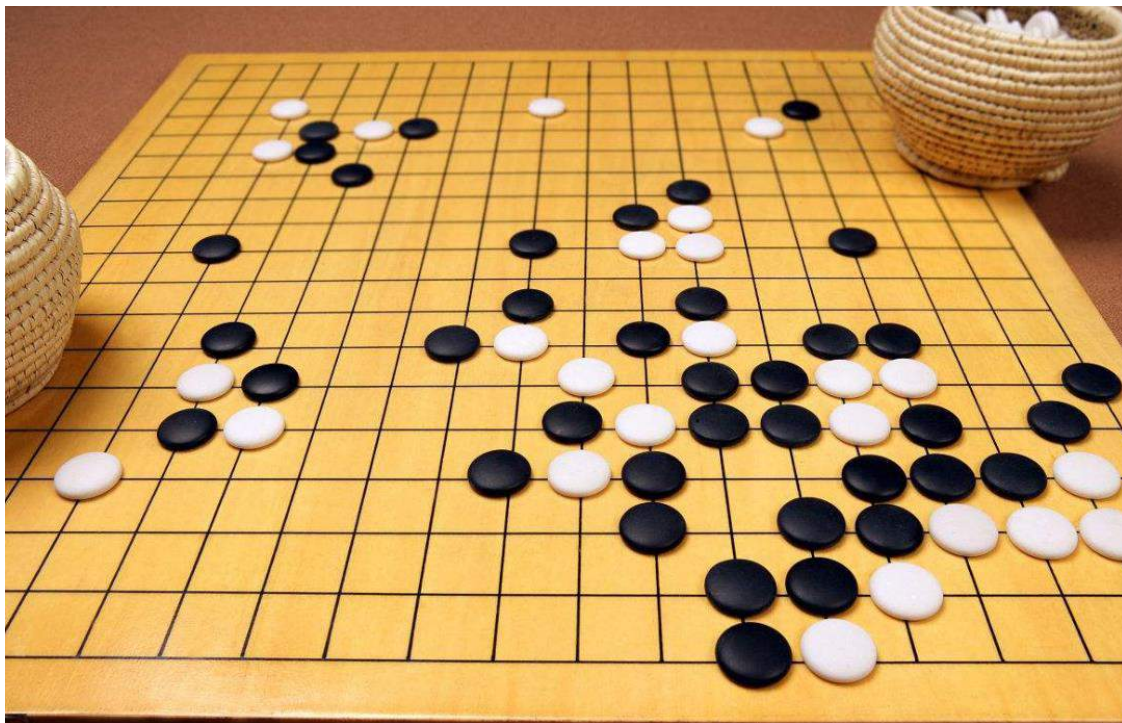
盘点五：战略落地，主机厂布局二手车行业

热点事件回顾：

2017 年 6 月，东风日产与二手车数据服务平台精真估正式签订战略合作协议。东风日产旗下二手车交易平台“易诚拍”将引入精真估作为其二手车的第三方检测评估服务供应商，就二手车的车况检测、参考定价等方面展开全方位合作。8 月，汽车之家与北汽产投战略合作沟通会在北京举行，本次沟通会旨在通过达成一系列战略内容，建立双方密切、长久合作，充分发挥各自在二手车交易市场优势，实现资源共享、优势互补。

事件分析：

随着汽车行业互联网化的进程，无论是自主品牌还是合资品牌，均积极拥抱、结合互联网，促进自身电商业务的转型与升级。其中，东风日产一直走在行业前列，从最早设立自营新车电商平台“车巴巴”开始，到与“精真估”合作，为自建二手车电商平台“易诚二手车”提供第三方车辆评估检测、定价服务。“易诚二手车”是国内最早的主机厂自建二手车交易平台之一，主要业务涵盖二手车拍卖、售卖等多种交易服务。本次“主机厂+第三方价值评估服务平台”模式，双方在彼此资源互通、能力互补之外，将进一步完善用户服务体系。



图表2-5 主机厂布局的落地

相比之下，北汽集团在二手车行业也在紧锣密鼓开展一系列的布局。早在2016年，北汽产投入主车易拍，便开始布局二手车B2B电商领域。北汽集团希望通过车易拍在行业中的标

准化二手车检测、评估标准及长期积累的经销商资源等核心优势结合北汽集团在汽车制造、线下汽车交易服务、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。而与汽车之家合作，则更彰显北汽集团布局二手车业务的决心，双方将围绕二手车交易等市场经营活动展开全方位合作，汽车之家将发挥其在数据挖掘、金融产品、整合营销、线上广告、估值产品、SaaS系统等方面的互联网技术服务优势，为北汽车商提供优惠产品及服务；而北汽集团将通过合作，完善线下市场经营管理，提升产品服务能力，推动行业发展，全面服务二手车消费市场。

近些年来，布局二手车领域的主机厂正逐步落地产业规划，东风日产和北汽集团布局相对完善，其他多家主机厂也均有所尝试。奥迪、宝马、大众、起亚、现代等主机厂均开始构建自有品牌二手车业务。诸多主机厂参与到二手车业务中来，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。厂商集团希望借助自身的品牌经营、资源协调、线下渠道掌控、定价权等方面的优势来开拓二手车市场，并配合金融服务拓展二手车金融、融资租赁、保险等业务，从而在未来二手车市场激烈竞争中占据有利位置，打通产业上下游，为汽车消费者及用户提供更为精准、完整的服务内容，完善自身在汽车产业链全生命周期布局。

盘点六：二手车需求下沉，三四线城市将成新蓝海？

热点事件回顾：

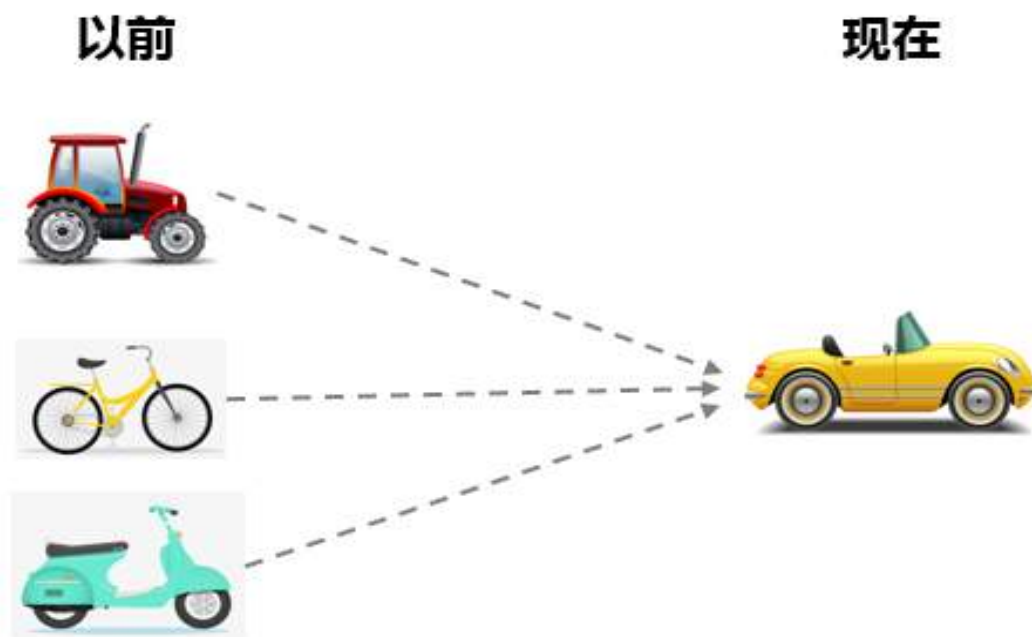
据国家统计局网站数据显示，2016年农村居民平均每百户汽车拥有量为17辆比2012年增加11辆。汽车消费需求正逐步下沉，国内主流厂商如：上汽通用、北汽、长安、吉利等，典型二手车电商平台如：瓜子二手车、优信二手车均开始布局三四线及以下城市新车、二手车营销渠道。

事件分析：

随着居民消费水平的提升，以及汽车品类多样化、制造成本及售价的不断降低及下探，汽车由早些年的高端消费产品，正逐步成为寻常人家的普通消费品。同时，汽车消费的普及极大地刺激了国内旺盛的汽车消费需求。自2009年开始，我国汽车销量连续8年稳居世界第一，2016年新车销量更是高达2802.8万辆。相比之下，二手车销量一直未有明显的提升，直到2016年，才首次突破千万辆大关，交易量为1039.1万辆。但与新车销售类似，随着一二线

城市车市的饱和以及城市限牌限号政策、环保政策的实行，一二线城市购车需求迅速减弱，而相比居住人口众多的三四线甚至五六线城市，居民消费水平差距与一二线城市逐渐缩小。因此，在新车销售呈现渠道下沉的趋势的同时，二手车消费也呈现出向着三四线甚至五六线城市转移的现象。

尤其是《汽车销售管理办法》的颁布，提升了三四线甚至五六线城市汽车经销商的活跃度，为三四线及以下城市消费者提供了更多购买渠道。新车市场的繁荣也将促进并加快二手车交易的活跃。在政策环境方面，2016年初《关于促进二手车便利交易的若干意见》的颁布，进一步明确了解除二手车限迁的要求。“意见”的实施将推动全国二手车市场实现跨区域的大规模车辆流通。将明显提升车源的丰富度、促进经销商之间大批量的车辆跨地域流通成为常态。未来，一二线车况良好的优质车源将更多的流向三四线及以下城市，对一二线城市被抑制的置换车辆需求起到一定的缓解作用，而优质二手车车源流向三四线及以下城市，也将满足当地消费者差异化的车辆购买需求。



图表2-6 三四五六线城市购车需求旺盛

面对二手车购买需求及销售渠道的下沉，瓜子二手车当前业务范围已经覆盖全国30个省份、200+个城市，其中165个三四线城市。瓜子二手车希望在主要的一二线城市不断的建立优势，提高渗透率；同时深度培养三四线城市市场，加快金融产品的建设，在三四线城市积极布局金融服务，并围绕车前、车后市场，在贷款、保险和延保等方面，全方位满足更多用

户的金融需求。相比之下，优信则加码布局全国直购业务。全国直购业务采取“线下门店+物流服务+服务保障”的新零售模式，希望为消费者打造零负担、一站式的跨区域购车服务，打破车源地域分布不均衡，解决农村地区车源不足问题，并通过开设线下体验店将二手车交易服务下沉，满足农村地区对二手车的消费需求。

头部二手车电商平台凭借其发展优势及资源优势，不断探索优化二手车消费体验，不断完善产品和服务，满足二手车交易的供需平衡发展，为广大消费者提供优质、便捷的二手车交易平台和渠道。

盘点七：一统天下，规范先行

热点事件回顾：

2017年3月，273宣布，旗下车辆检测定价服务产品车况宝将作为汽车检测第三方平台向社会开放，并携手太平洋保险公司，承诺检测失误100天保价退车；7月6日，车易拍CEO杨雪剑发表公开演讲，宣布今年将开放车易拍自营自用的数据平台，推动行业共赢。

事件分析：

“车况宝”品牌于2011年成立，主要为273平台二手车检测交易做配套服务，是国内保障标准最高和承诺时限最长的机构之一。经过近6年的沉淀，“车况宝”在检测系统、保障机制、风控体系、专业技能等领域都有着深厚的积累。而作为车易拍最核心的竞争力，“268V”检测体系也是行业公认最详尽、权威的二手车检测体系之一，具有事故等级判定、综合车况鉴定和价格评估三大核心功能及辅助管理功能，协助车商和检测人员掌握更真实车况。

此次273及车易拍将各自多年积累的检测经验、标准、对外开放授权，希望在已有的二手车检测系统基础上，重新对二手车交易进行场景化设计，将检测环节独立外放，将专业检测能力开放给所有二手车从业者，使之具备标准化的二手车车况判定、定价依据，从而使车况检测报告具备更高的行业认可度及流通性。

从对整个行业的作用来看，273及车易拍开放检测平台具有重大的象征性意义，其作用无疑等同于百度“Apollo”的开源对于无人驾驶行业格局的影响。行业规范、标准的缺失，数据、检测应用散乱等，一直是制约我国二手车行业及二手车电商行业发展的主要原因之一。二手车本身是非标准化产品，一车一况及一车一价导致二手车信息及价格的透明度低的问题

一直困扰着市场。因此,在车源获取的阶段采用相同的评估标准及评估方法对车辆进行检测,并最终定价,从而形成统一、标准的行业定价标准,将极大地减少后续的售卖环节的价格困惑。



图表2-7 统一的检测标准是提升效率的前提

当然标准的开放,需要行业的整体跟进以及合作范围的扩展。当前二手车评估主要在收车环节,无论车源通过哪种模式售卖,电商平台在将车辆上架之前均会对车辆及进行检测、评估并参考车辆历史使用、运行数据进行定价。而当前定价体系中,各家平台的检测系统,检测内容、检测方式、甚至检测人员素质水平各不相同,这最终导致了各平台定价的巨大差异,整个行业也显得混乱不堪。而统一的检测标准,则相当于检测环节的官方统一化语言,检测平台数据库中的车型、车况、车价数据以及车辆历史维修保养数据均可以在统一的语言环境下得以“翻译”呈现,并以量化的形式体现在车辆价格上。所以,统一的检测、定价标准,一方面极大地提升车辆检测、评估、定价效率,进而提升二手车行业的交易及流通效率;另一方面将不断提升行业的透明度,增强平台诚信度,进而提升消费市场信心,加快二手车电商行业及整体二手车行业的发展速度。

公司介绍/法律声明

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于 2002 年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，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。2015 年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，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，本报告只提供给购买报告的客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

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

微信公众号



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