

# “新零售、新金融”下的变革

中国二手车电商年度综合分析2018

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析



## 分析定义

中国二手车电商：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

研究对象：中国二手车电子商务。

本分析内容涉及的关键字：二手车电商、ToB二手车电商、ToC二手车电商、第三方服务、二手车金融、大数据等。

本分析内容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

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2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿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。

部分数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

## 易观千帆 A3 算法升级说明

易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：

- 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”。
- 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等。
- 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

# 目录

## CONTENTS

- 01  | 中国二手车电商市场发展现状
- 02  | 中国二手车电商市场热点盘点
- 03  | 中国二手车电商市场典型厂商
- 04  | 中国二手车电商市场发展趋势



# PART 1

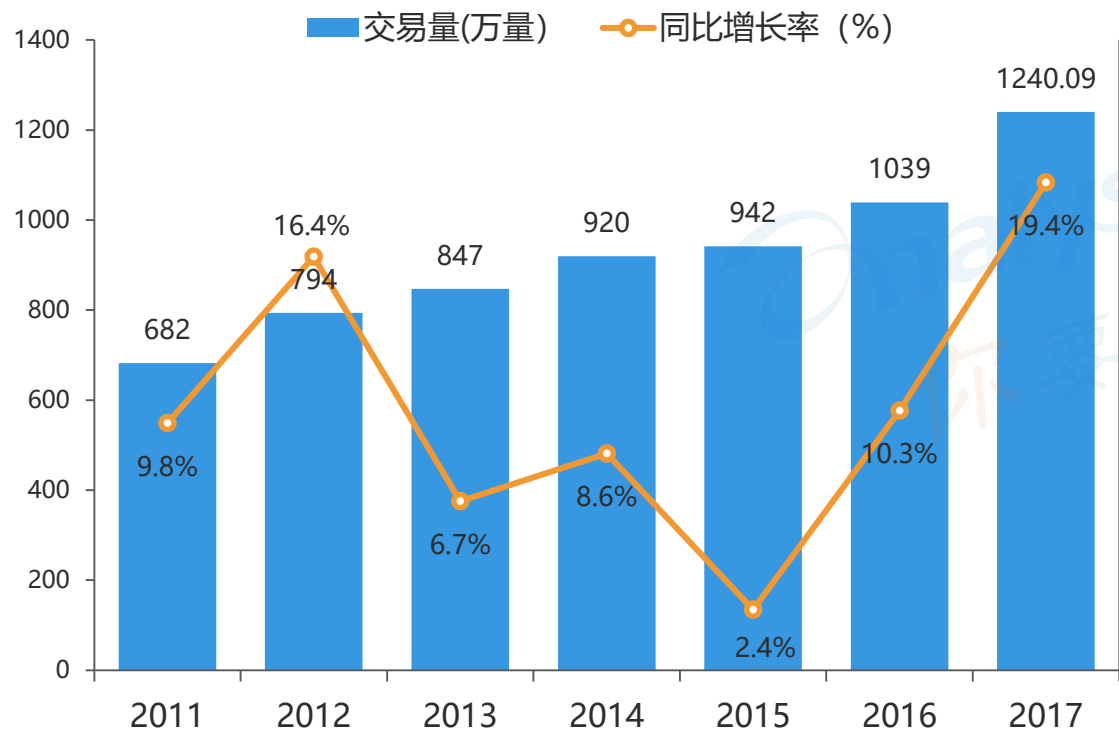


## 中国二手车电商市场发展现状

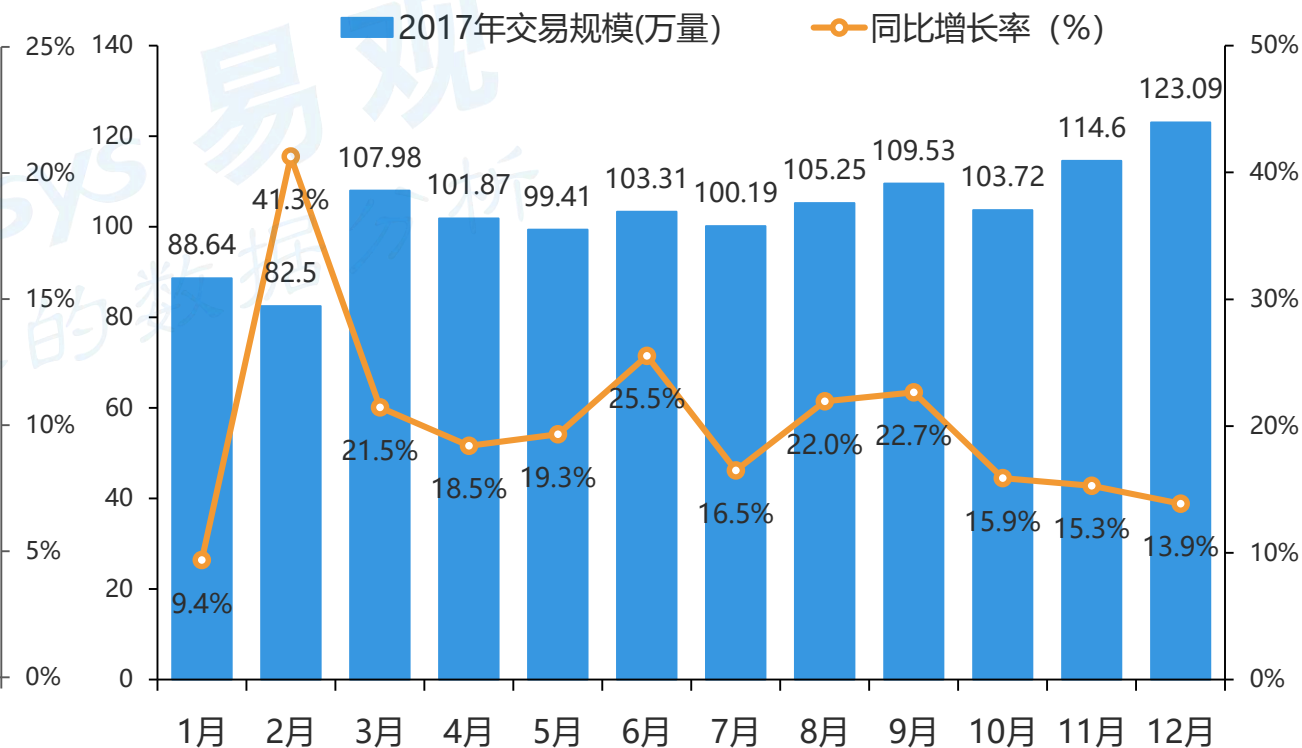
# 2017年中国二手车交易量增速创近5年最高

- 根据中国汽车流通协会统计数据显示，2017年二手车交易量达到1240.9万辆，同比2016年增长了19.4%，创下了2011年以来的最高同比增速。2017年各月份交易量均有较大幅度增长，尤其是2月份的同比增速达到了41.3%，同时12月份创下了单月交易量历史新高。Analysys易观分析认为，在政策法规和交易体系不断完善之下，中国二手车交易市场开始进入高速增长的阶段，预计2018年交易规模将接近1500万辆。

## 2011-2017年中国二手车市场交易量



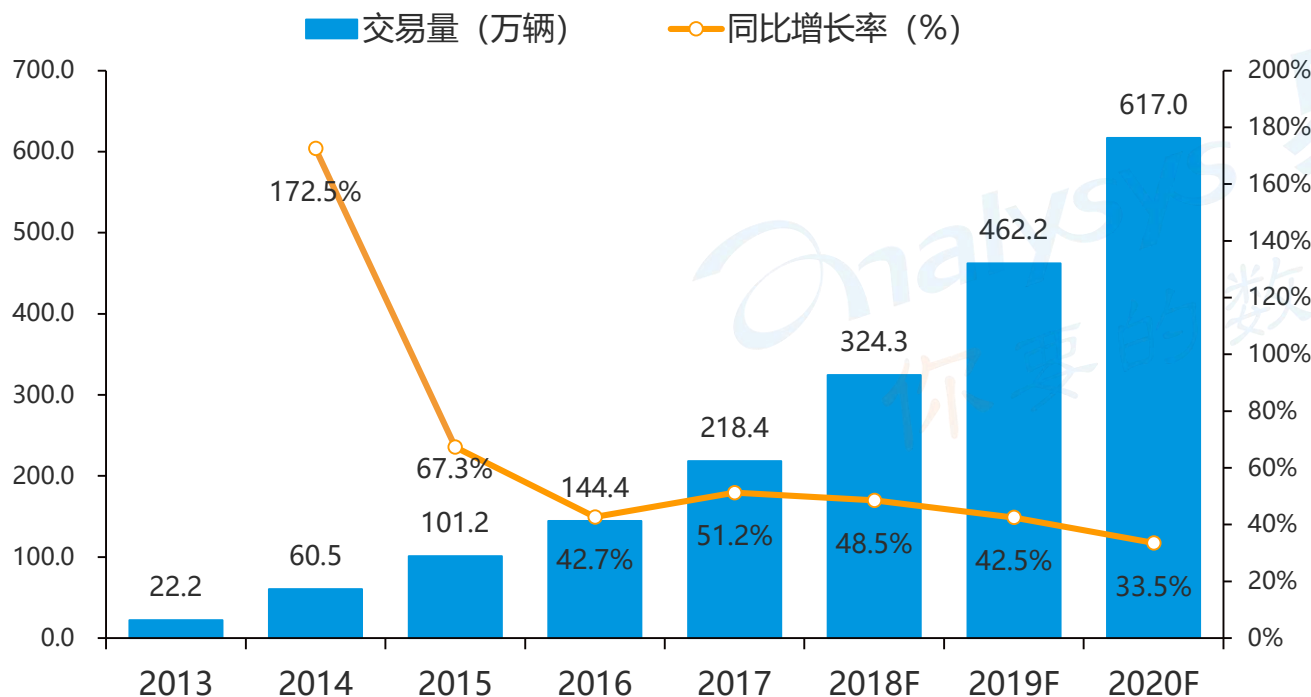
## 2017年中国二手车市场月度交易量



# 2017年二手车电商快速增长，电商渗透率进一步提升

- 根据Analysys易观的统计，2017年二手车电商各类型平台的总交易量为218.4万辆，同比增长51.2%，二手车电商渗透率达到了17.61%，渗透率相比2016年提升了3.72%。2017年二手车市场整体增速创新高，同时电商平台前期的各项投入使得流量的转化率大幅提升，促使2017年二手车电商交易量的高速增长。Analysys易观分析预测，二手车电商平台交易量未来几年将保持高速增长，到2020年有望超过600万辆。

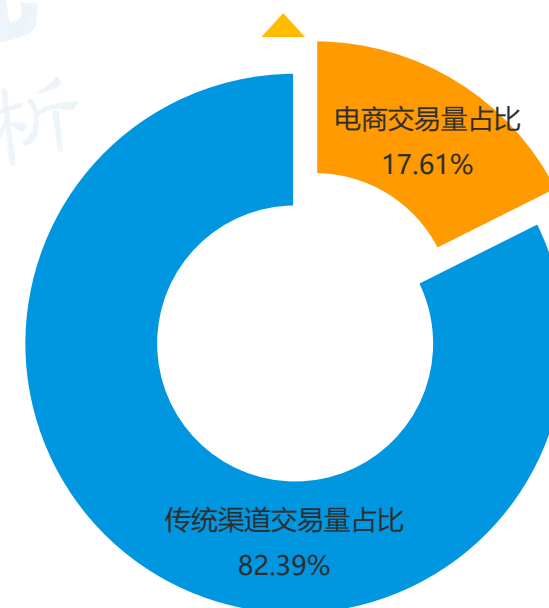
## 2013-2020年中国二手车电商交易量及预测



数据来源：电商平台交易量数据参考了行业公开数据，并综合企业调研与专家访谈，根据易观模型测算。交易统计中不包含信息型平台的成交量。

© Analysys 易观

## 2017年中国二手车电商渗透率



www.analysys.cn

# 汽车金融成为二手车电商生态中重要环节

## 2017年中国二手车电商产业生态图谱

### 卖方

个人车主

企业：车企、租车公司、经销商等

#### 二手车电商平台

##### 交易服务商 (ToB)

车置宝  
二手车拍卖网

优信拍  
透明、高效的二手车拍卖

天天拍车  
— 好价 好快 好放心 —

车易拍

大搜车  
souche.com

迈迈车

车享二手车

开新  
专业帮您卖车

车VIP 唯普汽车  
www.chvip.com

车小胖  
Chexiaopang.com

##### 交易服务商 (ToC)

人人车  
renrenche.com

瓜子 二手车直卖网  
Guazi.com

xin.com  
优信二手车

淘车  
taoche.com  
易鑫集团旗下

弹个车

好车无忧  
haoche51.com

CAR KING  
车王认证二手车超市  
CAR KING USED CAR SUPERMALL

车猫  
认证二手车

优车诚品  
youche.com

AKD 澳康达  
LUXURY CARHALL 名车广场

##### 信息服务商

二手车之家 闲鱼二手车  
www.che168.com 2CAR.TAOBAO.COM

搜狐二手车 赶集网  
2sc.sohu.com ganji.com

华夏二手车网 58同城  
hx2car.com

第一车网 51二手车  
jautos.cn 中国领先的二手车网上交易平台

#### 第三方服务

##### 二手车估值服务

精真估  
jingzhengu.com

公平价  
GONGPINGJIA.COM

车300  
che300.com

车虫网  
www.chechong.com

##### 二手车检测

51检车无忧  
JIANCHES1

好车旧乐

##### 整车物流服务

长久物流  
CHANGJIU LOGISTICS

帮运车  
AUTO TRANS

运车管家

#### 金融服务商

##### 消费金融

易鑫车贷  
daikuan.com  
腾讯·京东·百度·易车共同投资

美利车金融

##### 车商融资

第1车贷  
CHEDAI.COM

车置宝  
二手车拍卖网

##### 汽车保险

平安车险

太平洋保险  
CPIC

### 买方

个人买家

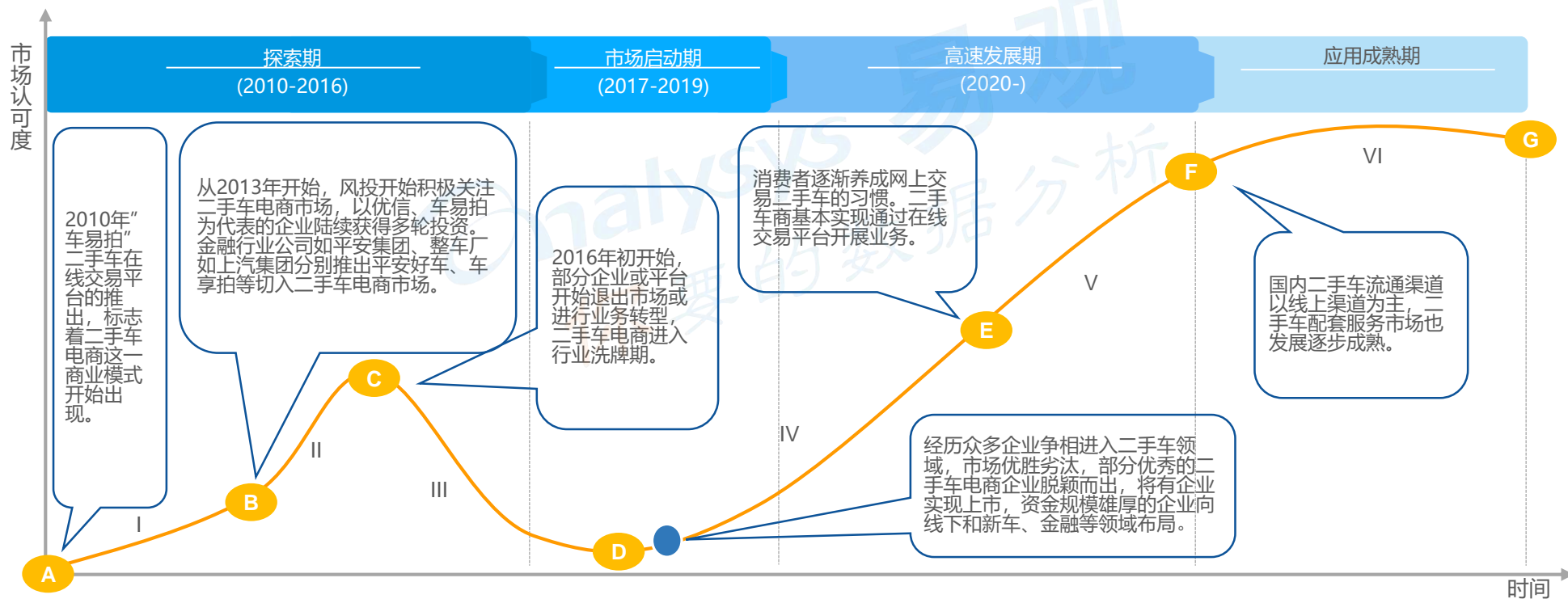
二手车商：经纪公司、经销商等



# 中国二手车电商处于市场启动期，行业洗牌进入尾声

- 2017年，二手车电商市场的集中度进一步提升，市场上出现了多起大规模融资、并购、上市以及破产清算的时间，行业洗牌期进入了尾声。二手车电商开始进入了市场启动期。2017年几家头部企业纷纷在线下、金融、新车等领域布局，市场焦点由业务模式之争转向精细化运营。Analysys易观认为，随着消费者对二手车电商平台的认知和信赖度不断加强，二手车电商的将在未来保持高速发展态势。

## 2017年中国二手车电商市场AMC模型



©Analysys 易观

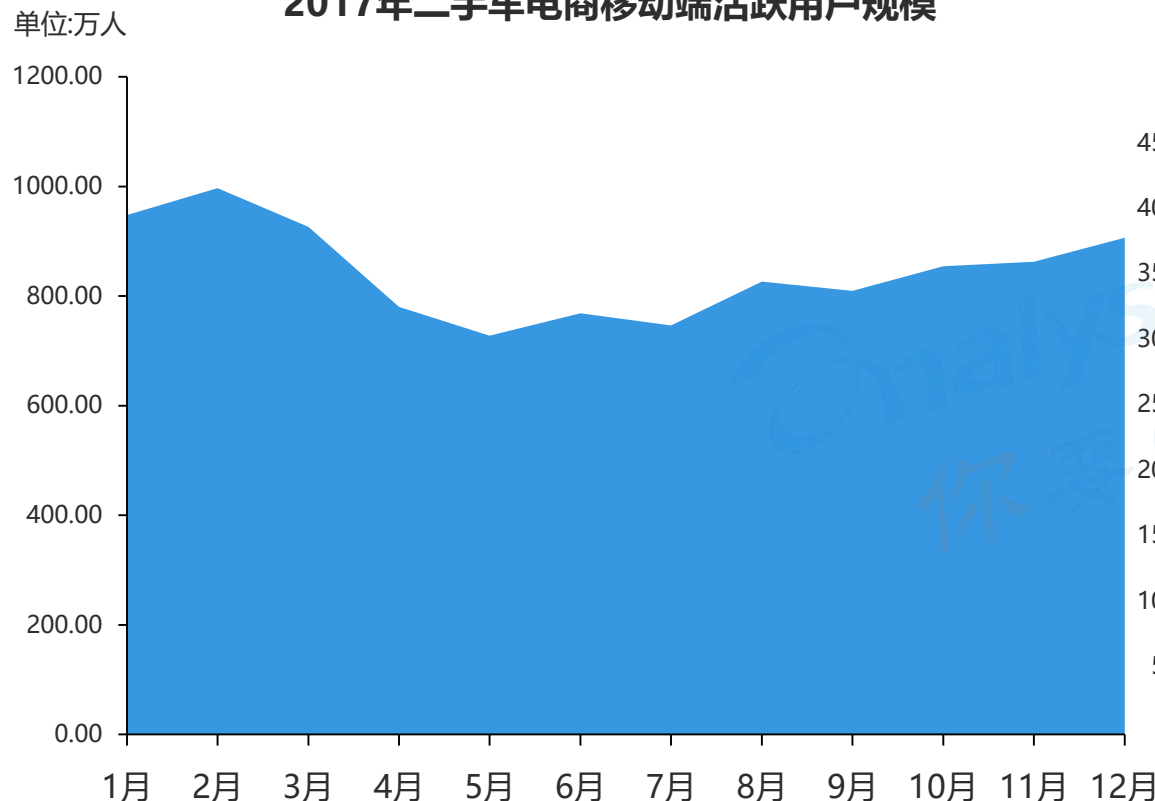
www.analysys.cn



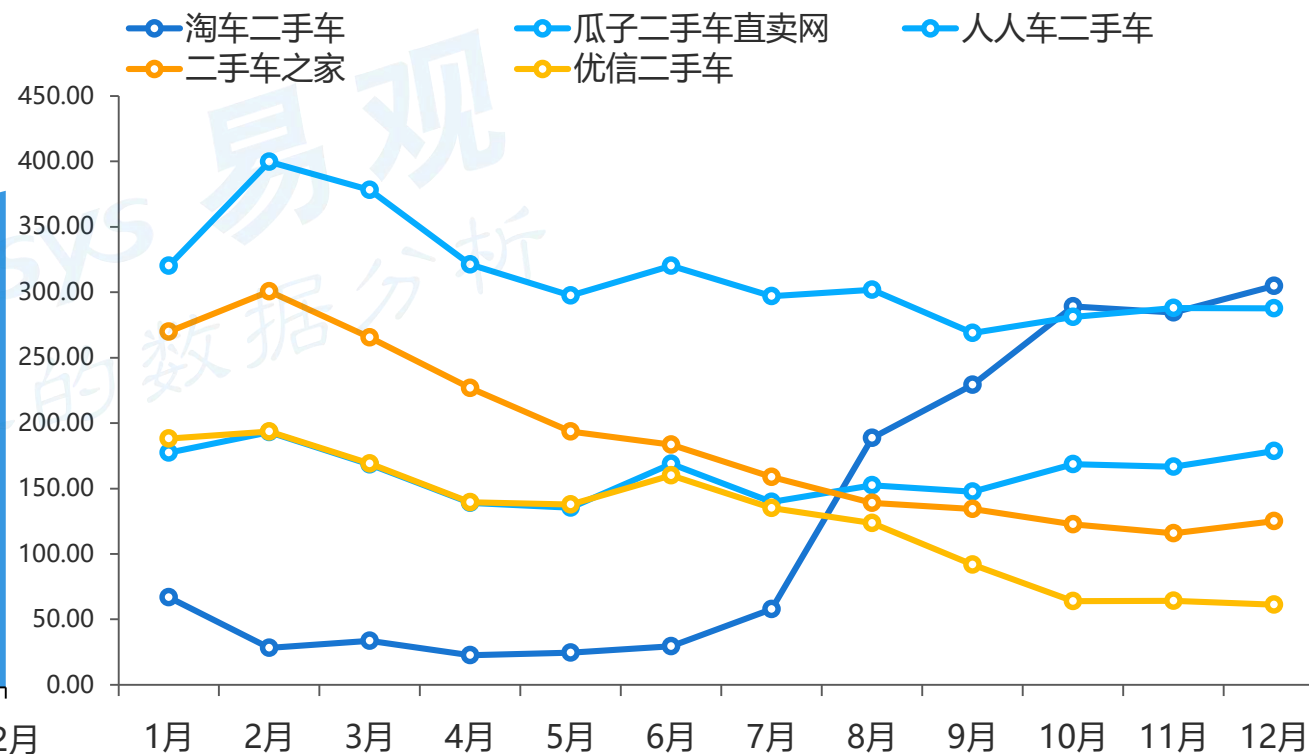
# 中国二手车电商移动端用户规模保持稳定，行业竞争激烈

- 根据Analysys易观千帆数据监测显示，2017年中国二手车电商类APP用户规模基本保持稳定，同时行业内主要APP的排名出现一定程度的变化。淘车二手车自7月份正式上线以来，标志着易鑫集团由汽车金融服务切入交易服务，用户规模增长迅速，在市场竞争占据了一定的优势地位。

## 2017年二手车电商移动端活跃用户规模



## 2017年主要二手车电商APP活跃用户规模

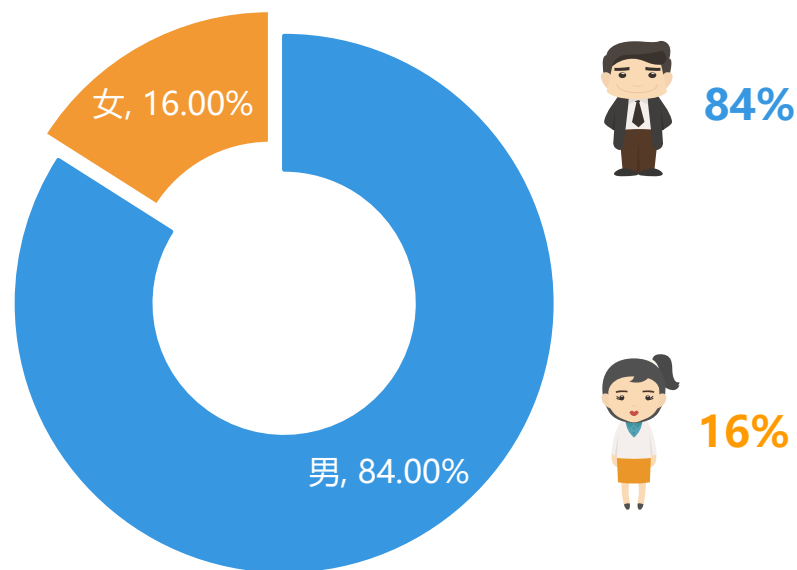


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

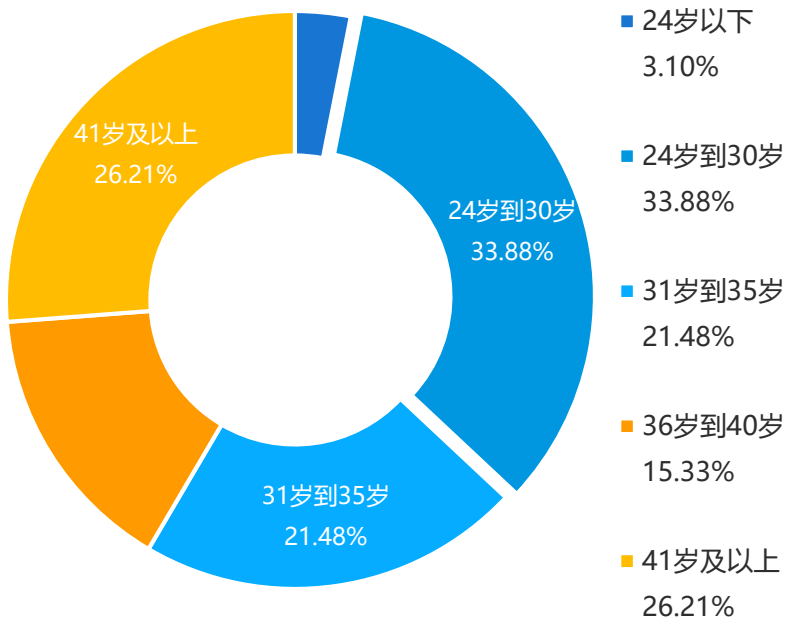
# 中国二手车电商移动端用户分布相对集中

- 根据Analysys易观万像数据监测显示，中国二手车电商移动端用户的人口分布相对比较集中，男性用户占比达到了84%。同时在年龄分布上，24-30岁群体所占比重最高，说明二手车移动端用户呈现年轻化。在地域分布上，二手车电商用户以一二线城市为主，占比超过66%。而超一线城市由于消费能力较强加上迁入标准较为严格，其用户规模占比相对较低。

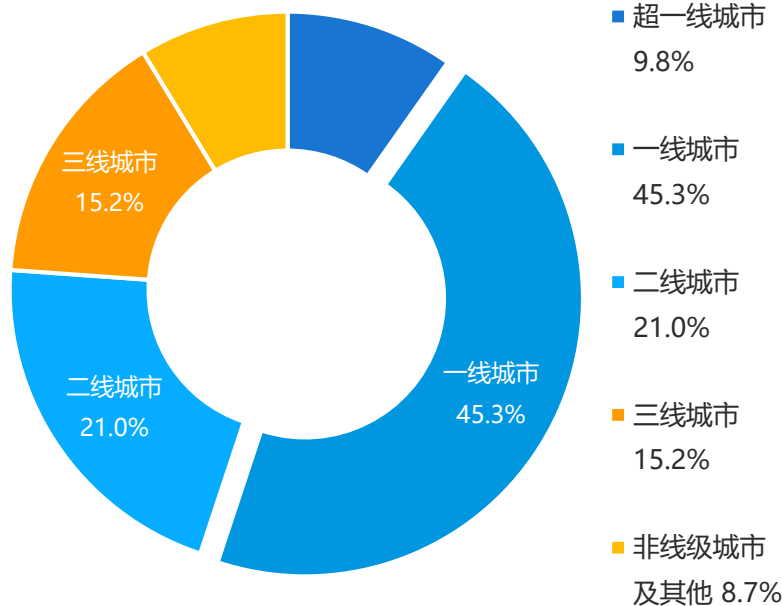
## 2018年1月二手车电商移动端用户性别分布



## 2018年1月二手车电商移动端用户年龄分布



## 2018年1月二手车电商移动端用户地域分布

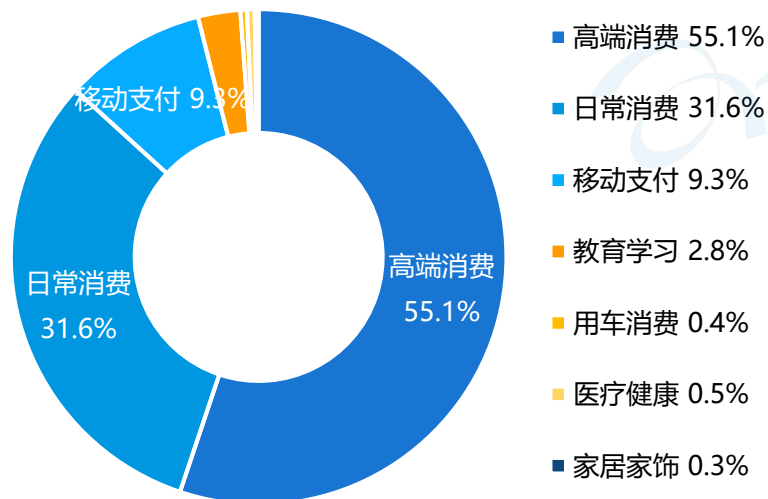


数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观万像基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

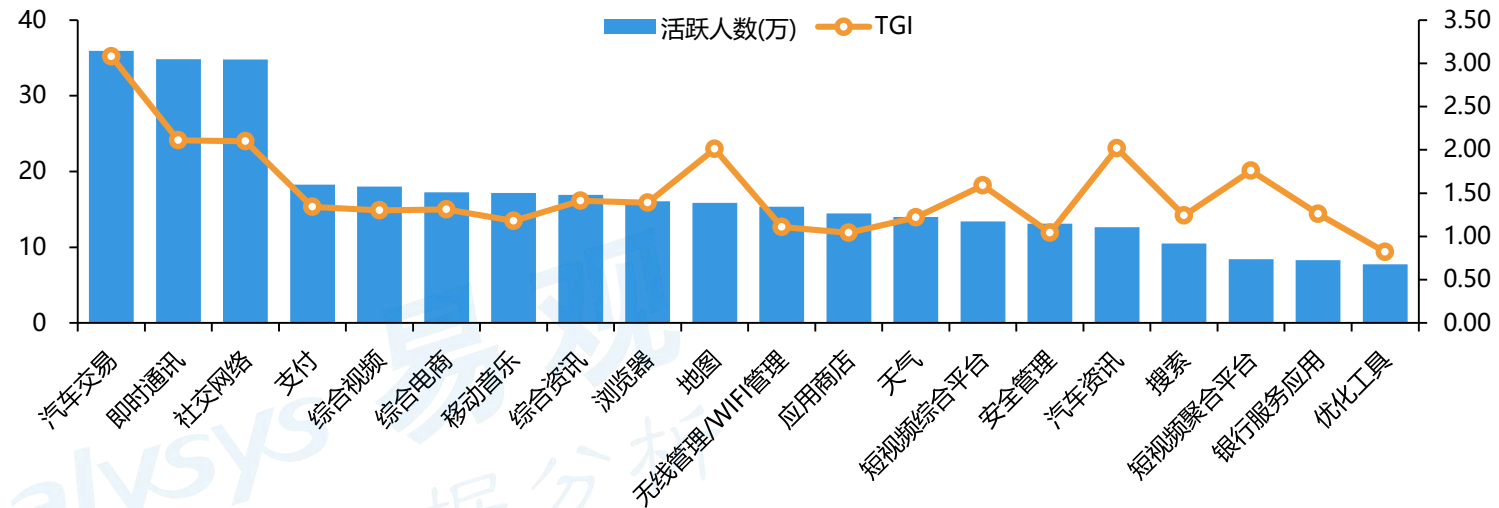
# 中国二手车电商移动端用户消费能力强劲

- 根据Analysys易观万像数据监测显示，中国二手车电商移动端用户的消费能力明显呈现出高端的特点。同时用户对社交通讯、手机地图、汽车资讯、短视频类应用偏好度较高，这些类型的应用更能满足车主的驾驶和碎片化的信息需求。除了二手车交易平台，优酷、高德地图在这一人群拥有很高的渗透率。

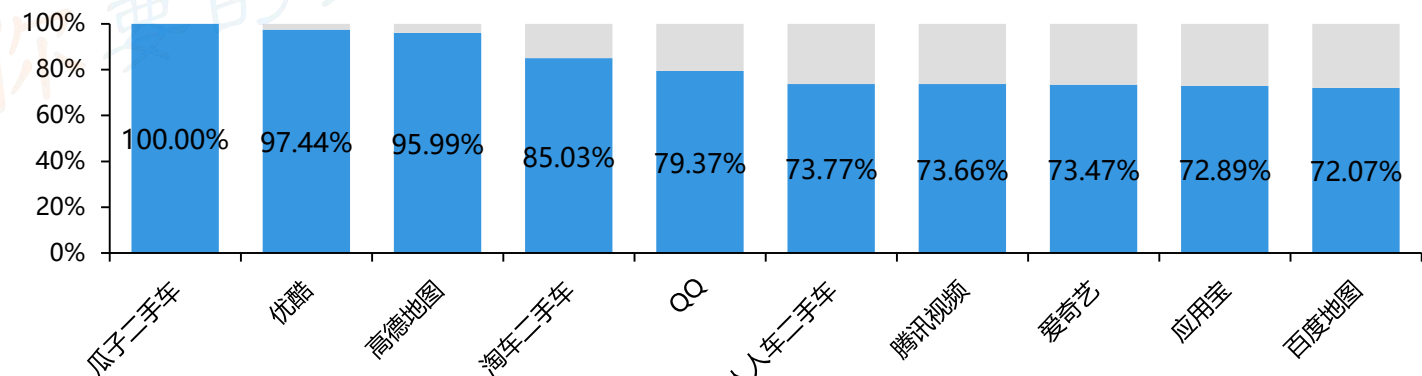
## 2018年1月二手车电商移动端用户消费偏好



## 2018年1月二手车电商移动端用户行业偏好度



## 2018年1月二手车电商移动端用户APP渗透率



数据说明：易观万像只对独立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2018年第1季度易观万像基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿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。

## PART 2



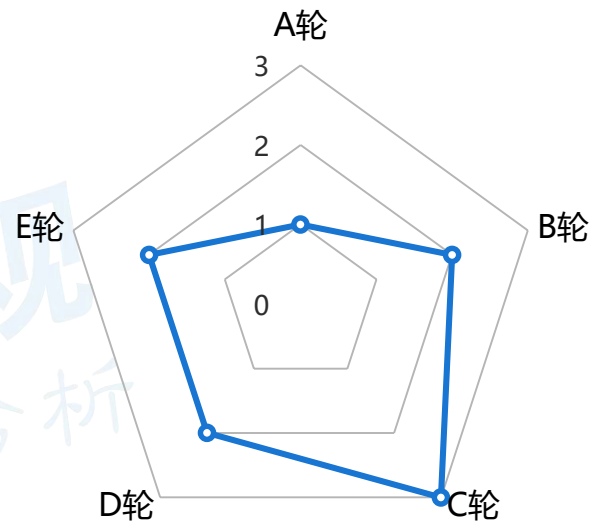
### 中国二手车电商市场热点盘点



# 二手车电商融资事件集中，额度创历史新高

2017年资本市场事件回顾	
1月	优信二手车获得5亿美元D轮融资
3月	车置宝获得1亿美元C轮融资，并收购“又一车”
4月	大搜车获得1.8亿美元D轮融资
6月	瓜子二手车获得4亿美元B轮融资 迈迈车获得2亿元人民币A轮融资 车置宝获得5亿人民币C+轮融资
9月	人人车获得2亿美元E轮融资,投资方为滴滴出行 车来车往宣布进入破产清算程序
10月	车好多集团获得1.8亿美元B+轮融资 天天拍车获得1.8亿美元C轮融资 大搜车全资收购新车B2B交易服务平台“车行168”
11月	大搜车获得3.35亿美元E轮融资 由阿里巴巴领投的易鑫集团在港交所主板正式挂牌

2017年二手车电商融资轮次分布



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

- Analysys易观统计分析，2017年中国二手车电商融资事件不足2016年的一半，但总融资金额超过了100亿元人民币，达到了历史最高。二手车电商行业在经过洗牌之后，投融资活动变得更加集中，70%的融资都为C及以后。同时市场上出现了兼并收购、破产清算以及IPO等一系列事件，充分说明了这一市场日趋走向成熟。

# 解限政策在各地落实，跨区域成交率上升

□ 国务院发布《关于促进二手车便利交易的若干意见》。

□ 环保部、商务部两办公厅联合发出《关于加强二手车环保达标监管工作的通知》，要求“各地不得设定其他限制措施”，对二手车的解限做了说明。

□ 商务部、公安部、环境保护部三部委就二手车限制迁入问题首次联合发函，再次要求落实取消二手车限制迁入政策，期限是4月14日之前。对于取消政策推进缓慢的省市，三部委将提请国务院开展适时督察。

□ 商务部市场体系建设司副巡视员胡剑萍披露，对各省份二手车流通情况，商务部开展了实地督查。截至2017年上半年，共有13个省份涉及135个城市发布了全面取消二手车限迁的相关文件。

2016年3月

1

根据中国汽车流通协会数据，上海市2017年上半年二手车转往市外数量达到12573辆，同比增长达到45.05%。

2016年12月

2

根据车置宝发布的《中国二手车经销商产业报告》，随着限迁解除范围的进一步扩大，车置宝平台2017年1-7月经销商跨区域交易的占比已经高达62%。

2017年3月

3

2017年6月15日，受到限迁政策推动，优信宣布启动“全国直购”，消费者在购买二手车时可以突破地域限制，在全国范围内比价、买车。

2017年9月

4

根据中国汽车流通协会数据，2017年全年二手车外迁区域的前五名为：北京、浙江、天津、上海、安徽。

# 政府颁布一系列政策拉动消费者购车信心

1

《汽车销售管理办法》于2017年7月1日起实行，要求供应商必须保证在旗下品牌车辆停售之后的10年内，继续为消费者提供配件供应以及相应的售后服务。《办法》极大的鼓励了消费者购买二手车的信心。

2

《汽车延长保修规范》于2017年9月1日起实行。汽车延长保修服务在车辆交易时可以转让，也有助于二手车的保值。这一政策为二手车主提供更多用车保障，成为促进二手车市场发展的一个新亮点。

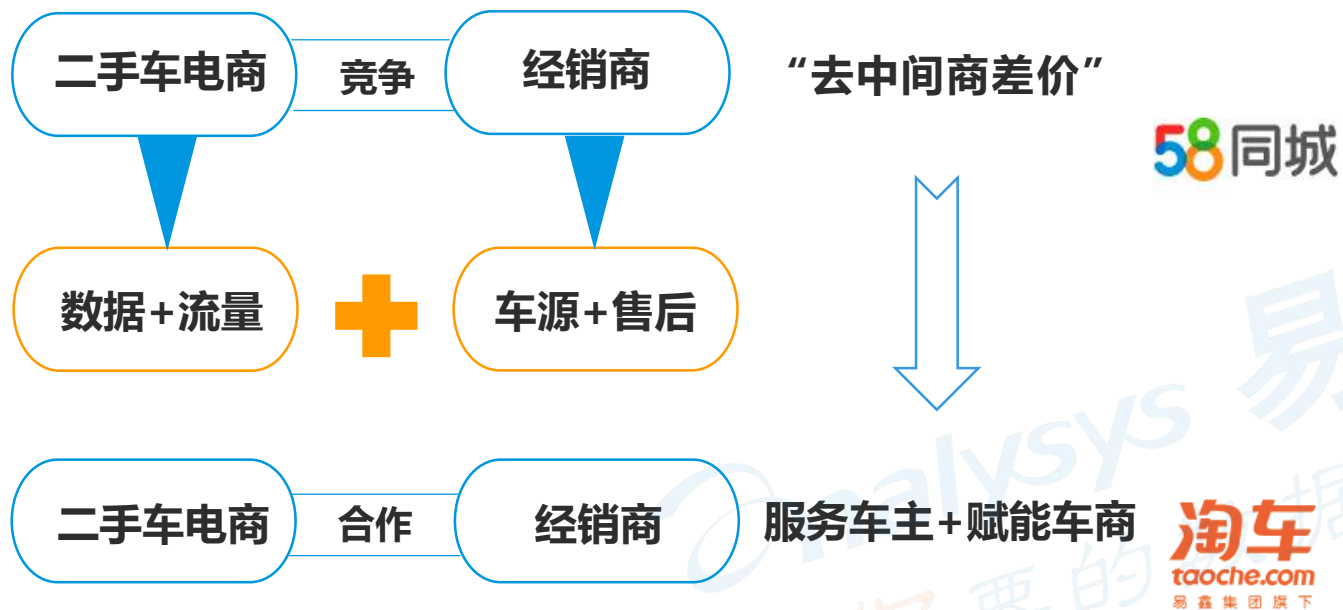
3

2017年9月1日，商务部组织开发的业务系统统一平台——全国汽车流通信息管理系统**的二手车交易信息采集功能**正式上线运行。这一功能的上线在未来将大大提升车况信息管理的标准化和公开化，消费者在购车时能得到更权威的信息。

4

2017年11月，央行、银监会发布了《关于调整汽车贷款有关政策的通知》，自2018年起，**二手车最高发放贷款比例提升到70%**。这一政策的颁布，有利于进一步提升消费者购买二手车的能力与信心，并促进汽车金融行业的发展。

# 经销商在二手车电商行业中的市场地位不断提升



2017年8月，**58同城二手车**宣布启动**二手车商扶持计划**第二期，为广大二手车商全方位解决营销难题。12月，58同城宣布与**成都宏盟二手车**正式启动战略合作，宣布双方合作的首个落地项目“58放心车线下服务中心”正式营业。

2017年8月，**淘车“开走吧”**正面向全国招募分销商和代理商。易鑫集团张序安CEO提出，集团要**赋能车商**，通过‘车销通’产品后台帮助4S店经销商以及独立经销商等，从B2B的角度进行互通。

- Analysys易观分析认为，过去以“去中间商差价”为口号的二手车电商的快速发展，对传统的二手车商形成了巨大冲击。但由于车源这一核心资源仍然掌握在线下车商手中，同时线下经销商售后服务体系完善。而二手车电商则拥有数据定价能力和流量资源，因此二者的合作能起到很强的互补效应。2017年，许多二手车电商平台与经销商开始建立更多的合作，二者由单一竞争关系逐渐走向竞合关系。

2017年3月，**人人车**宣布同经销商**庞大集团**达成战略合作，由庞大养车为**人人车**用户提供**售后保养服务**，用户将在各网点享受购车后的用车和养车的售后服务，首批合作产品将在北京上线。



# 二手车电商转型新零售，建设数字化线下门店

自动收银技术

自动识别技术

无人技术

- Analysys易观分析认为，二手车交易线下渠道仍占绝大多数比例。因此二手车电商进军线下是必然的趋势，二手车电商或与车商合作对其门店进行数字化改造，或自建数字化体验店。

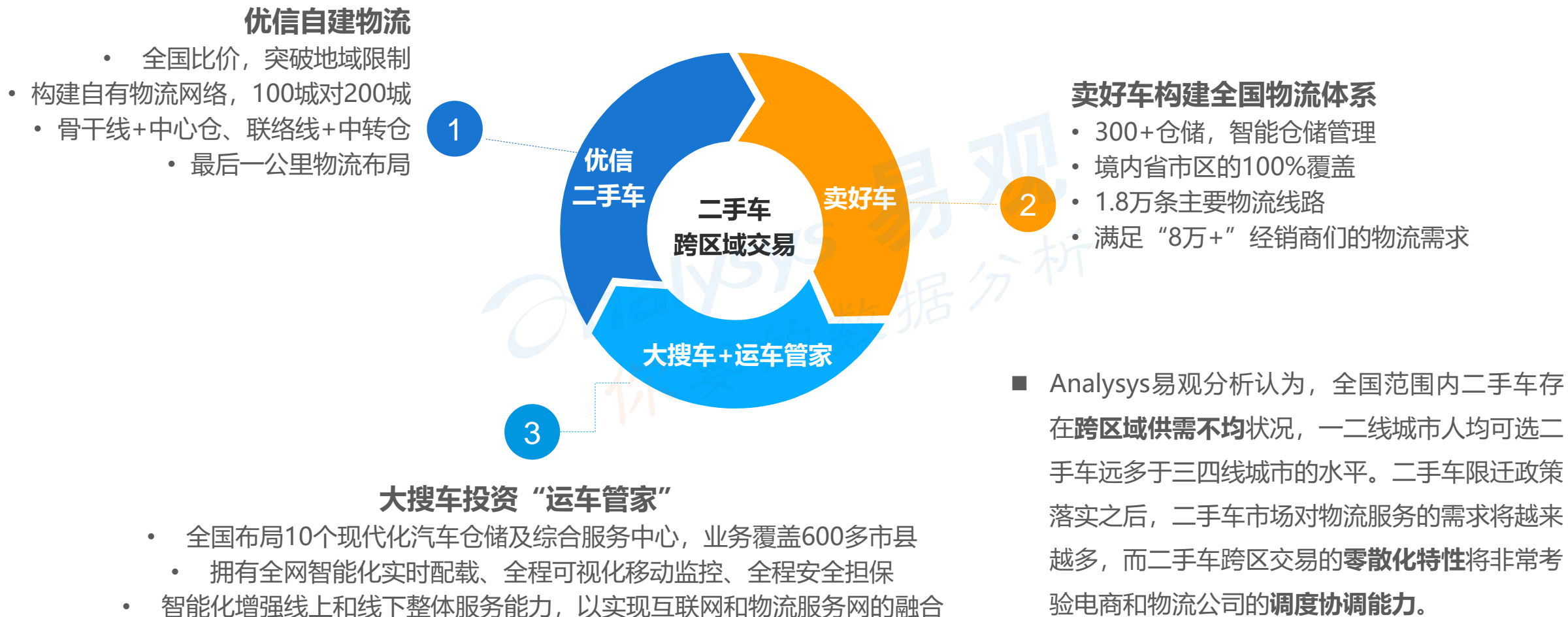
强化增值服务

提升转化率

增加客流量



# 建设二手车物流体系，助力跨区域交易



# 第三方检测评估升级促进车辆征信体系建设

精真估  
jingzhengu.com

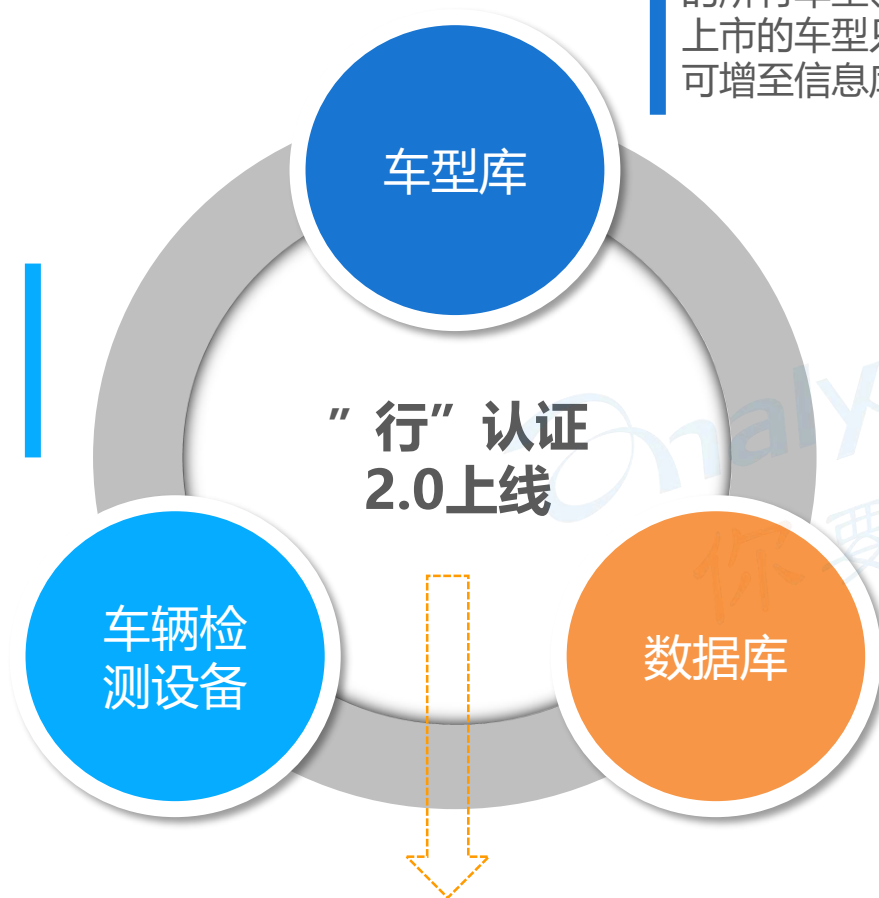
9月，精真估首发专业版APP，接入了“精准估值”和“车史定价”功能。并开通了“车架号识别”、“维修保养记录查询”、“保险理赔查询”、“违章查询”、“限迁查询”等功能。

公平价  
独立第三方二手车估值

5月，公平价发布“公平千万亿”战略，致力于联合更多二手车车商、检测平台、拍卖平台，以线上大数据估值为核心和入口，通过线下优质的服务能力增加交易转化。

数据库会不断检索数据库中新采集到的数据，并对比新老数据的差异区间，计算出数据合理的标准值。

- Analysys易观分析认为，绝大部分消费者希望在购买二手车时有专业有资质的第三方验车机构进行评估检测。因此建立一个行业性的公开的“车辆征信”平台，同时提升车辆检测和估值技术，是提升二手车交易效率的关键。



2.0系统涵盖了自1999年起的所有车型、批次信息，新上市的车型只需10分钟便可增至信息库。

目前，“行”认证正式授权机构已达到30多家，其中16家授权机构已经更新至“行”认证2.0。

车辆检测设备带有蓝牙传输功能，标准化的检测操作指引配合线上云端数据库。

# 布局新车销售，以新车拉动汽车金融业务

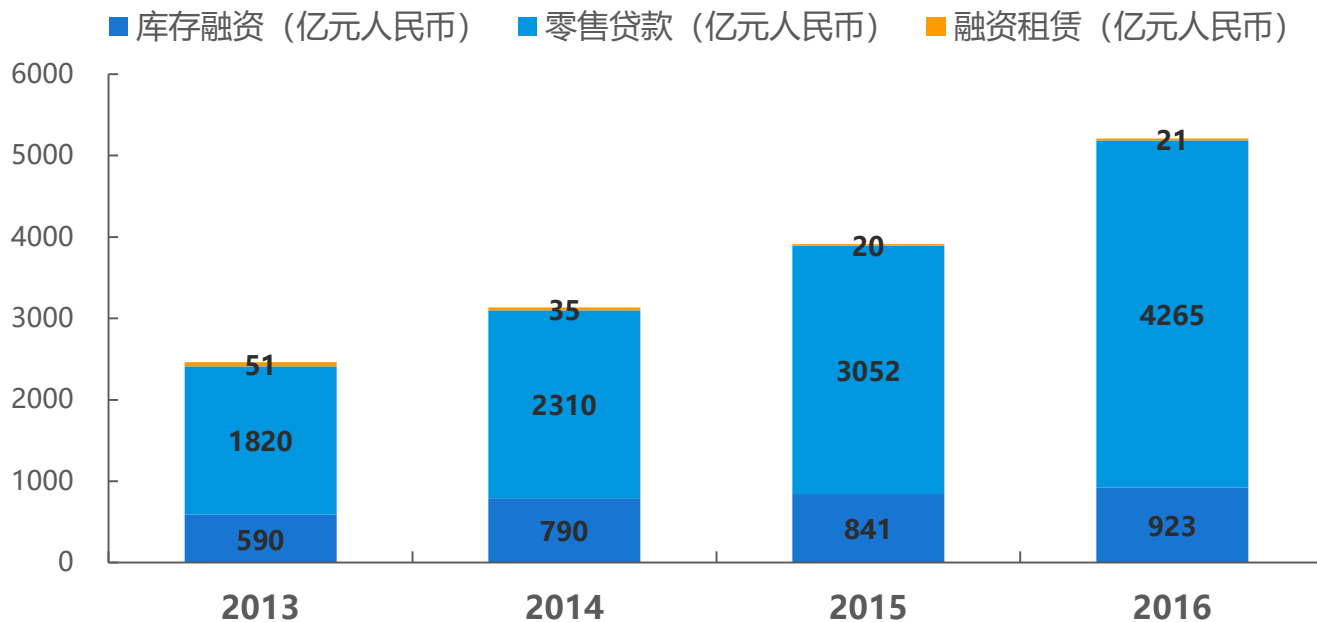


- Analysys易观分析认为，二手车电商纷纷进入新车电商市场，开展新车融资租赁业务，以一成首付吸引用户，与传统厂家形成了差异化的竞争。对于二手车电商卖家来说，其用户置换新车的需求量大，同时标准化新车业务也更简单。但是在一二线城市中，主机厂及4S店掌握着大量优质车源，因此对于二手车电商来说，三四线城市是他们新车业务的主要目标市场，融资租赁更符合这部分潜在消费者的需求。



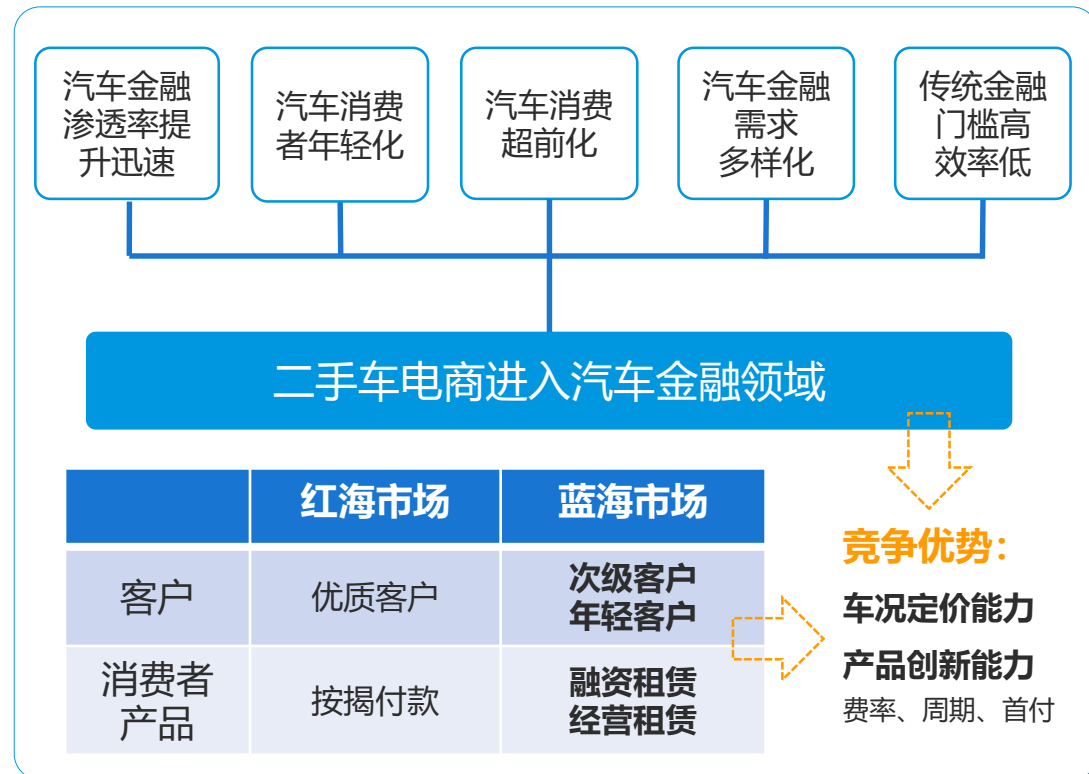
# 二手车电商布局消费金融，大力发展融资租赁业务

国内汽车金融公司各业务增长情况



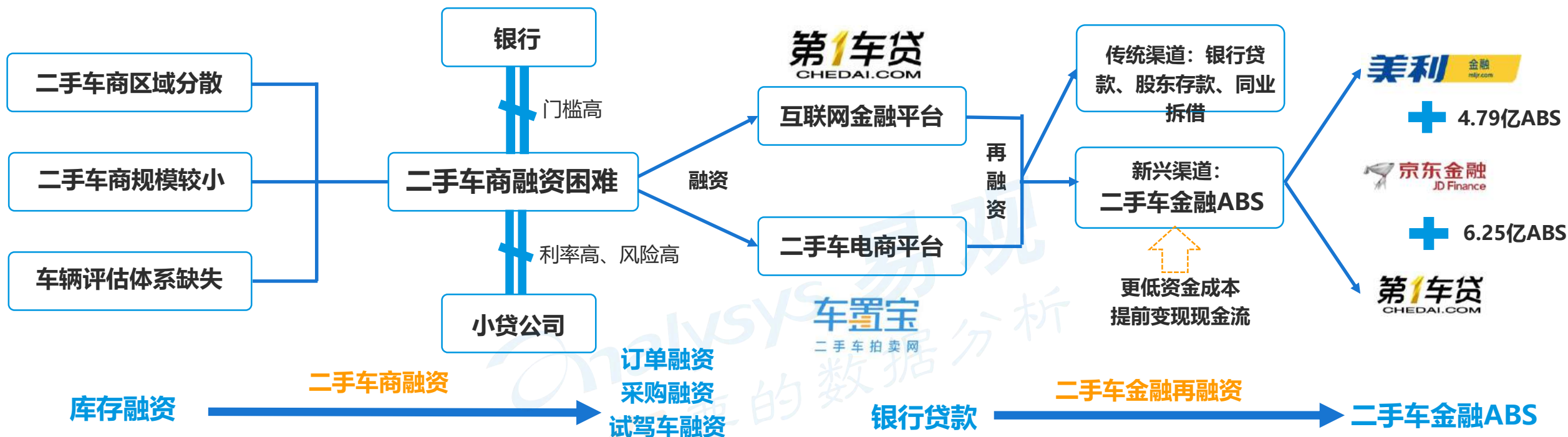
© Analysys 易观 中国银监会

www.analysys.cn



- 根据德勤中国的研究显示，汽车金融市场到2020预计将达到2万亿的规模。同时根据银监会的数据显示，汽车金融市场中零售贷款的占比不断提升，到2016年已经超过了80%。相比于经销商贷款而言，汽车消费金融的利率和收益率更高。根据奇瑞金融财报数据显示，**零售贷款的平均收益率在13%左右**，因此预计未来二手车消费金融业务将成为二手车电商利润的重要来源。
- 2017年各家二手车电商纷纷主打**融资租赁**的业务，相比于贷款业务，融资租赁业务的产品设计更加灵活，能突破首付比例、还款期限的限制，因此能与传统金融公司形成差异化竞争，聚焦服务于年轻的次级客户，预计未来二手车融资租赁将继续成为市场的热点。融资租赁业务具有高风险的特征，而二手车电商积累的大量交易数据有利于构建更完善的金融风控体系，提高预期收益。

# 融资难是二手车商的痛点，二手车金融平台尝试ABS



- Analysys易观分析认为，对于经销商而言，传统4S店融资渠道比较成熟，而二手车商因为区域分散、规模小、非标化等特征难以从银行拿到贷款。互联网汽车金融平台和二手车电商平台凭借其在时间效率、手续流程、贷款门槛等方面的优势逐渐得到二手车经销商的认可和接受。预计未来随着二手车的持续性高速增长，二手车商的融资需求将持续增加，能提供优质、灵活服务的金融平台将大有可为。
- ABS作为一种资产证券化手段，不仅能帮助二手车金融激活现有二手车资产，同时还能降低资金端获取成本。2017年，京东金融研发了ABS云，并与美利金融、第一车贷联合发行了两份ABS，预计未来会有更多互联网金融平台通过ABS手段进行再融资。
- 汽车消费金融、车商金融以及二手车金融ABS使得个人买家、车商以及汽车金融机构的资金获取渠道更加多元化，同时增加了各方交易的意愿、能力和效率，增强了整个二手车电商行业的活力。

# | 2017年行业热点着力解决三大行业痛点

## 行业痛点

■ **车源不足。**二手车市场有着典型的供给与需求的跨区域不匹配性，三四线城市需要的二手车往往来自一二线城市。同时经销商控制着绝大部分的车源，也导致了车源不足成为二手车电商的一个痛点。

■ **消费者信任度不足。**二手车具有非标性，一车一况导致了交易双方的信息不对称。中国二手车市场没有一个公开透明的车辆信息公布平台，因此消费者在购买二手车时面临的风险高，大大拖慢了交易效率。

■ **盈利困难，利润渠道单一。**二手车交易线上渠道占比仍然很小，同时二手车交易的低频性和低附加值使得其占总体二手车市场规模的比例小。二手车电商仅仅依赖线上交易的佣金收入，将很难实现盈利。

## 行业热点

- **限迁政策落实。**国家颁布的限迁政策在全国各省份逐渐得到落实，车辆的跨区域成交率得到提升。
- **与经销商合作。**二手车电商与经销商达成合作，大大提高了电商平台车源端的供给。
- **建设物流体系。**对车辆物流体系的建设提升了车辆跨区域流通的效率。

- **延保和贷款政策。**国家颁布延保政策，并提高二手车贷款比例，有利于消费者提升对二手车购买的信心。
- **大数据平台。**第三方和电商进一步利用其交易大数据实现车辆检测评估的标准化，同时全国统一的二手车交易信息采集已经上线。
- **汽车金融。**更加灵活的、低利率和低门槛的贷款和融资租赁业务能够鼓励更多消费者进入二手车交易。

- **新零售。**电商纷纷布局线下门店，转型新零售模式，实现将线上和线下体验的高度融合。
- **新车市场。**多家电商从二手车交易进军到新车交易业务，满足二手车卖家的新车购买需求。
- **汽车金融。**电商继续大力发展其汽车金融业务，汽车金融市场规模巨大而且利润率相比于交易业务也更高。

## PART 3

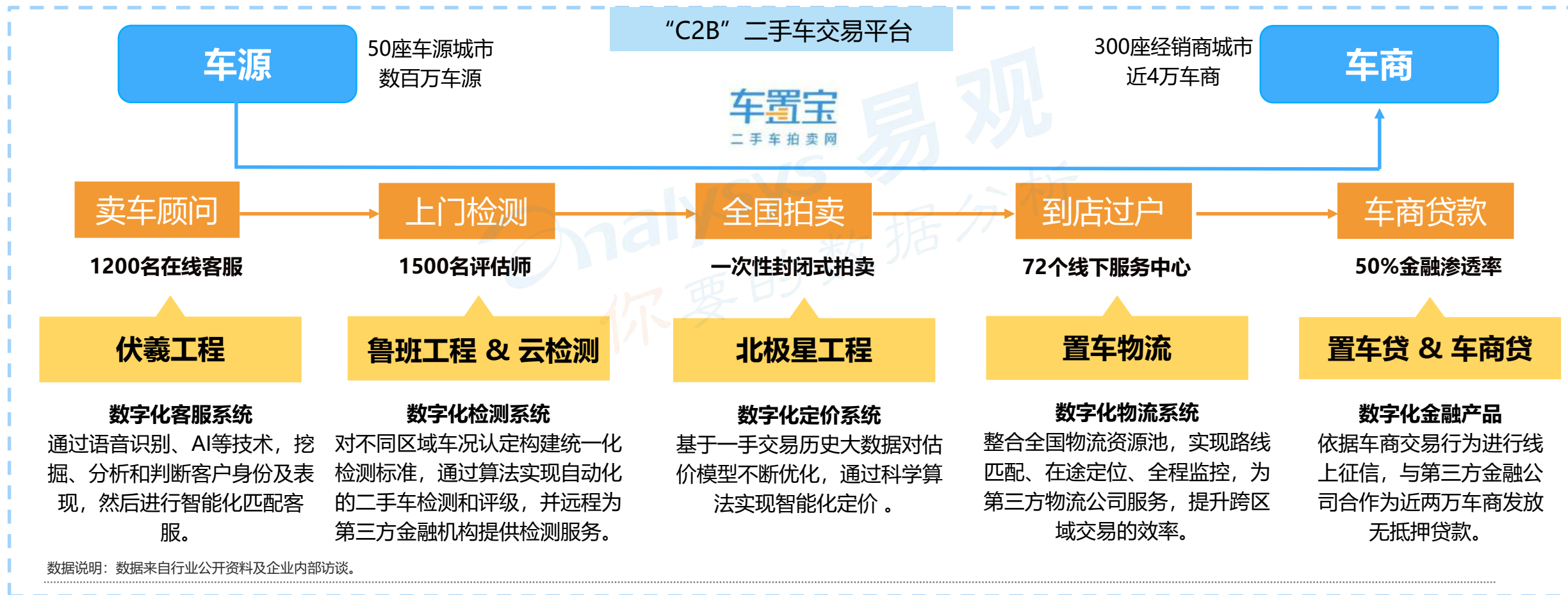


### 中国二手车电商市场典型厂商



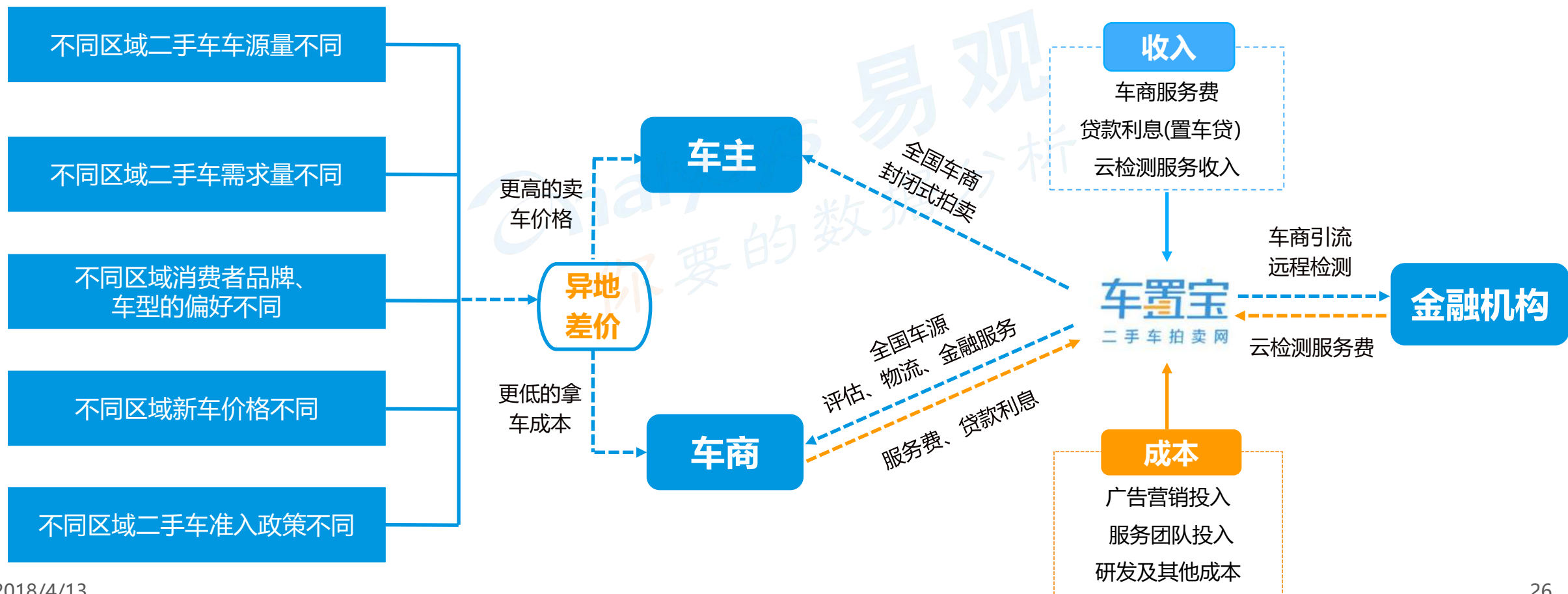
# 车置宝：围绕交易构建服务体系，大数据打造技术壁垒

- 车置宝成立于2012年，是二手车电商C2B领域的标杆企业。围绕着交易这个核心环节，车置宝打造了一套全流程服务体系，在全国各主要城市构建了线下检测评估和服务团队，物流与金融服务则进一步提升了跨区域成交和金融渗透率。在服务体系的基础上，车置宝将其核心竞争力放在大数据与算法的研发上。在客户服务、检测定价、物流和金融等多个领域中，其数据产品对运营和交易效率的提升都起到了关键性的作用。



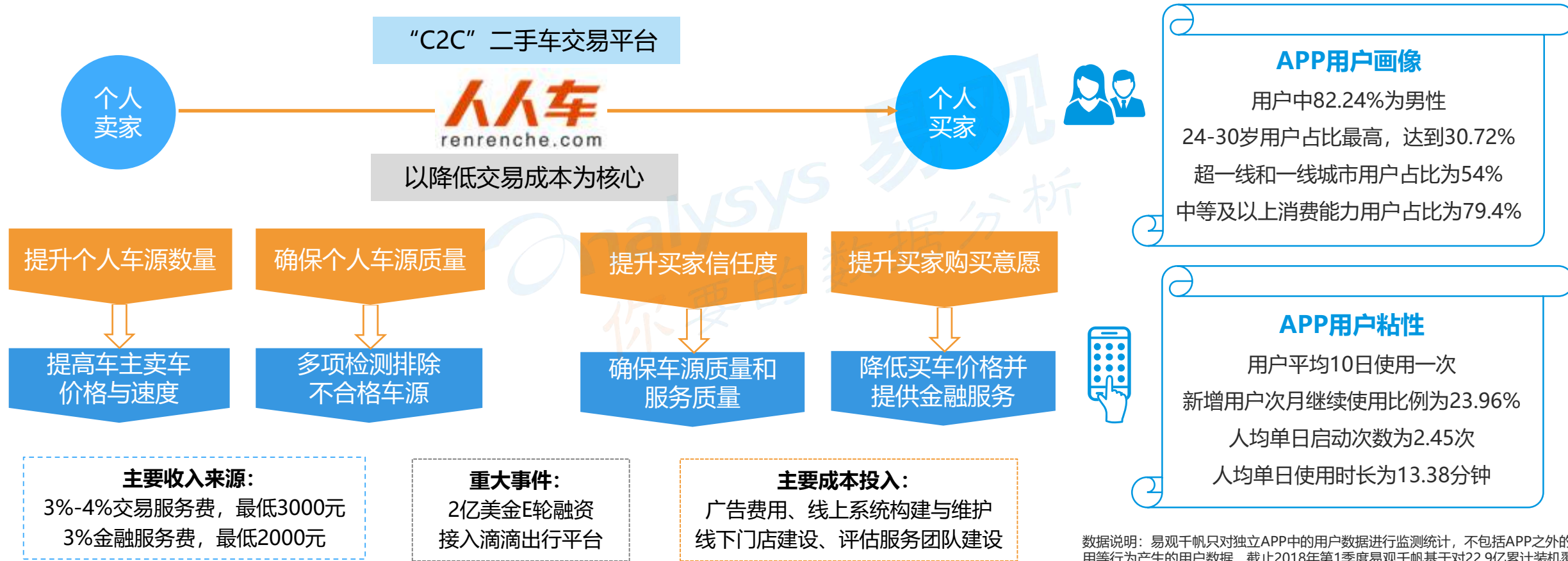
# 车置宝：专注跨区域流通服务，实现车主和车商的利益最大化

- 二手车行业存在车源供需不匹配的痛点，不同区域的价格会出现明显的差异，因此二手车经销商需要借助平台实现对全国一手车源的快速提取。二手车行业本质是流通服务业，车置宝整合了全国车源，同时搭建了跨区域流通的基础设施和落地服务体系，使得平台的跨区域成交占比持续增长并超过60%，远高于二手车行业25%的平均水平。在向车商收取服务费用之外，车置宝还积极扩展业务范围，开发面向车商的金融业务和面向金融机构的检测业务，这些增值服务收入也逐渐成为平台的重要利润来源。



# 人人车：降低二手车交易成本，提升交易效率

- 人人车成立于2014年，是中国二手车市场C2C领域的代表企业。人人车专注于降低二手车交易的成本，为卖家与买家提供更加优质的交易体验、更加合理的交易价格和更快的交易效率。人人车的商业逻辑在于以前期的巨额投入与利润的压低而迅速占领市场份额，构建车源、流量、技术和服务等多项竞争壁垒。Analysys易观认为，在交易服务费用以外，金融与车后服务等将可能成为其未来利润的重要来源。



数据说明：数据来自行业公开资料及企业内部访谈。

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2018年第一季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿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。

# 人人车：滴滴出行的投资带来战略性机遇

- 人人车在二手车电商市场激烈的竞争中形成了品牌、车源、检测技术和金融服务等关键性的竞争优势。2017年，滴滴出行的投资在带来资金的同时，滴滴庞大的车主和用户规模也可能成为人人车平台上的买家与卖家。未来人人车除了继续深耕汽车交易领域的服务外，也将利用其流量优势进行更多元化的业务经营，将线上与线下的交易、金融、维保等服务进行充分融合，提升平台用户粘性并拓宽盈利的渠道。





## PART 4



### 中国二手车电商市场发展趋势



# 渠道下沉到三、四线城市，线上与线下服务走向融合



## 三、四线城市的需求增长迅速 跨区域成交率不断提升

- 2017年，各家二手车电商或自建门店，或与经销商合作在线下打造销售与服务中心。二手车作为大宗耐用消费品，单纯依赖线上渠道销售很难实现渗透率的快速增长，因此线下门店的布局在提升交易效率和服务体验上显得至关重要。
- **Analysys易观分析认为**，二手车电商需要与传统经销商需要在线下形成差异化竞争，要充分利用其线上流量和数据优势，打造智慧型新型门店。二手车服务的关键环节如标准化评估、仓储物流、金融和售后服务等都会依赖线下网点的布局，因此利用技术对线下服务效率与体验进行升级是未来竞争的关键点。

- 2017年7月1日，商务部公布的新《汽车管理销售办法》开始实施。新《办法》降低了汽车销售公司的门槛，三、四线城市的消费者将拥有更多品牌与服务的选择。2017年根据各家二手车发布数据，三四线城市的二手车销量成为增长的主要来源。
- **Analysys易观分析认为**，二手车市场的车源供给集中在一、二线城市，而三、四线城市的二手车需求量巨大但购买渠道非常有限，因此三、四线城市是一个巨大的蓝海市场。各大电商平台需要推动渠道下沉，同时要重点打造物流体系来实现跨区域的车辆配送，提供异地看车、送车上门等服务。

## 二手车电商布局线下门店 新零售成为行业趋势



# 大数据提升交易效率，多项布局构建汽车生态圈

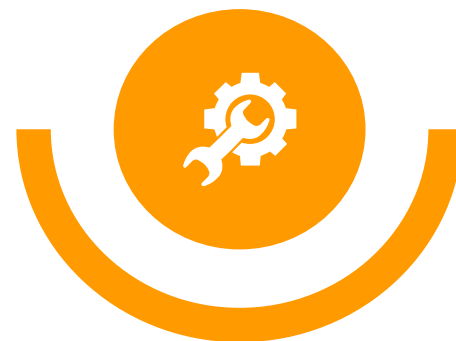


数据资产是核心竞争力  
实现交易流程的智能化

- 二手车电商在交易过程中积累了关于交易双方以及车况车价的大量数据。这些数据具体包括消费者人口地域特征以及偏好，车商的规模和历史交易数据，同时还有各种车辆状况与交易价格的数据，这些数据价值的挖掘是未来竞争中的焦点。
- **Analysys易观分析认为**，从消费者需求的挖掘和匹配到车辆的评估定价，从车辆的跨区域调配到贷款发放的风险管控，大数据在二手车电商竞争中的每一个关键环节都将扮演关键角色。二手车电商行业从商业模式竞争转变到精细化运营的比拼，未来交易流程的智能化将是提升效率的核心。

- 2017年，国家发布二手车的延保政策并降低了二手车购车贷款的最低首付比例，这些政策大大增强了消费者的信心，同时金融与后市场也逐渐成为二手车电商竞争的重要板块。对比发达国家汽车市场，未来中国的汽车金融与汽车后市场服务的规模与占比将会保持快速增长，同时金融与车后服务的毛利率远高于汽车交易，因此未来将可能成为二手车电商的重要利润来源。
- **Analysys易观分析认为**，二手车的交易涉及到了贷款、租赁、维修和保养等多种服务，因此一站式服务能力是消费者选择平台的一个重要因素。无论是从盈利的角度，还是从构建生态圈体系壁垒的角度来说，金融与后市场都将成为必争之地。

金融与售后服务是广阔市场  
生态圈的构建打造竞争壁垒



# 数据分析驱动业务升级

- 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