



中国二手车流通指数报告

2018年



中国二手车流通指数编制背景

1

区域均衡发展亟待解决：2016年中国二手车交易量首次突破1000万，但整体市场增速并未快速提升，市场总量与美国等发达国家仍有较大差距。车源不足、车源流通不畅、地区发展不平衡等问题制约了市场的发展。其中二手车流通对资源合理分配、区域协调快速发展等问题产生重要影响，是影响中国二手车市场发展核心因素之一。

2

国家政策大力支持：二手车限迁是制约国内二手车发展和跨区域流通的主要原因之一。全国各省份对二手车准入标准各不相同，且标准相对较高，直接限制大多数二手车的跨区域流通的可能性。2018年，政府工作报告提出全面取消限迁政策，全国各地也加快落实政策实施，实现二手车全国流通将是大势所趋，进一步加快二手车市场发展。

3

电商平台强势助力：二手车电商是推动二手车快速发展的重要动力之一。一方面，To B端电商平台为二手车经销提供全国车源，极大促进全国车源大规模异地流通；另一方面，To C端电商平台促进消费者关注和购买二手车，且可提供全国范围车源任消费者选择。目前，中国二手车电商处于快速发展阶段，未来将进一步推动国内二手车流通与发展。本次二手车流通指数参考和引用优信集团多年积累数据，优信集团作为中国二手车电商的领军企业，一直致力于推动国内二手车跨区域流通，为车商和用户提供全国车源，其平台数据对二手车市场流通发展具有较强的参考意义。

中国二手车流通指数框架

目标：多指标维度描绘全国及区域二手车流通水平高低程度

中国二手车流通指数主要涉及五个二级指标，从市场实际交易、流通数据层面，以及用户需求、电商与金融助力发展三大层面，描绘出从供给、物流、需求、渠道整个流通过程中各重要环节发展现状。指数越大，表示二手车市场流通水平越高。

以流通协会公布数据、艾瑞研究数据、优信集团数据为基础，并参考互联网公开发布数据，描绘全国东部、中南部、西部、北部四大区域二手车流通发展情况，以期为政策制定者、市场参与者、行业投资者提供有效参考。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

说明：指数越大，表示二手车市场流通水平越高。理论上，指数等于100，表示市场完全成熟。



2017年，全国二手车流通指数为36.5，处于发展初期水平，市场发展空间广阔；从区域发展来看，整体呈现东强西弱的局面，东部地区处于领先地位，西部地区整体相对较弱。



市场车源供给快速提升是二手车流通最大推动力，也是二手车流通的核心基础，全国车源正逐步提升。车源供给基本与区域经济发展水平呈正相关。



电商平台：二手车电商是车辆流通的重要推动力，**实现为车商和消费者提供全国车源可能性，且品牌知名度和接受度达到较高水平。**

金融服务：金融服务刺激消费需求，为车商提供资金支持，获取更多二手车源，促进市场流通。



运输物流：二手车物流暂未形成规模化，零散是典型特征，资源匹配、流程优化是关键。区域大型知名物流企业是未来区域市场的主流。

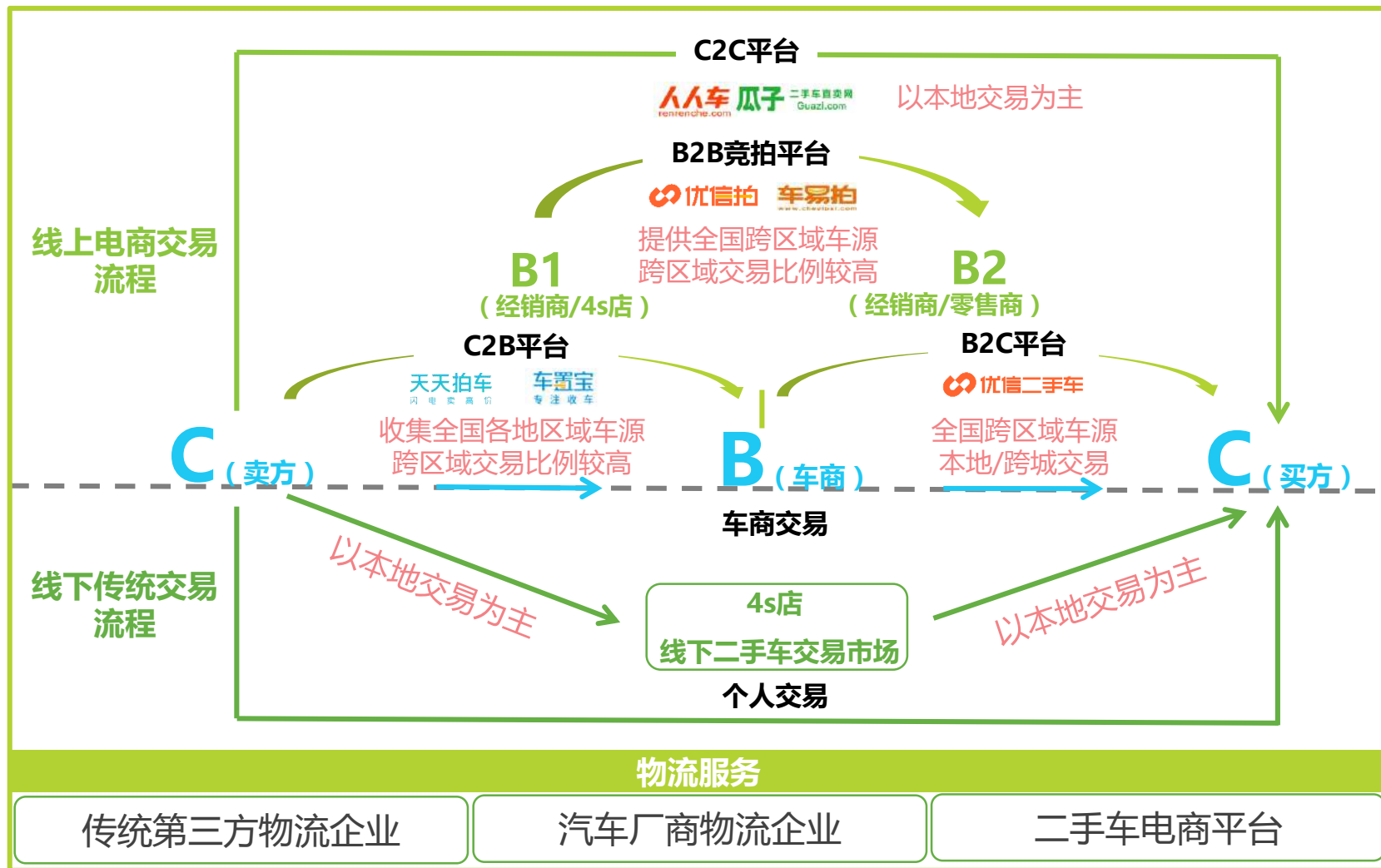
异地车辆需求：消费者对异地车源接受度尚可，车源丰富性、价格优势是主要吸引点，对异地购车方式、车源质量等因素有一定顾虑



未来趋势：破除限迁政策、电商发展程度将深度影响流通发展。全面解除限迁，将会极大促进流通现状，国内二手车市场可能迎来真正的爆发。二手车电商线上全国车源直接购买业务的推广进程可能改变市场现有流通模式和竞争格局，促进全国车源的快速流通。

二手车跨区域交易服务图谱

2018年中国二手车跨区域交易服务图谱



中国二手车流通指数表现	1
中国二手车流通指数解读	2
中国二手车流通总结与展望	3
附录	4

二手车流通整体刻画

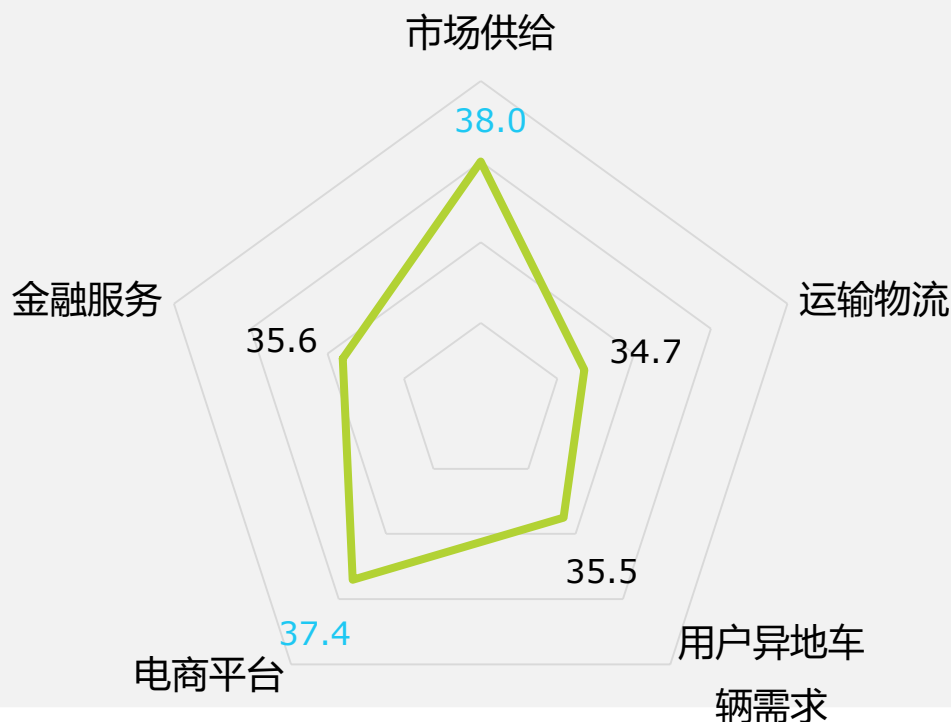
车源供给及电商平台快速发展是二手车流通最大推动力

目前，国内二手车市场仍属于车源供应不足的状态，影响二手车流通主要原因是全国各区域二手车车源供应不平衡，导致多数区域供需不匹配，车辆流转效率较低。随着限迁政策进一步落实，市场车源供给逐渐均衡化，尤其对车源不足的区域，车源供给的快速提升推动二手车整体快速流通。另外，电商平台的快速发展，推动全国范围二手车快速流转，尤其针对车商的二手车拍卖模式，帮助二手车车商快速获取全国车源。同时，对用户而言，电商平台对全国购车概念将产生较强的引导和推动作用。

2018年中国二手车流通全国综合指数

全国综合指数

36.5



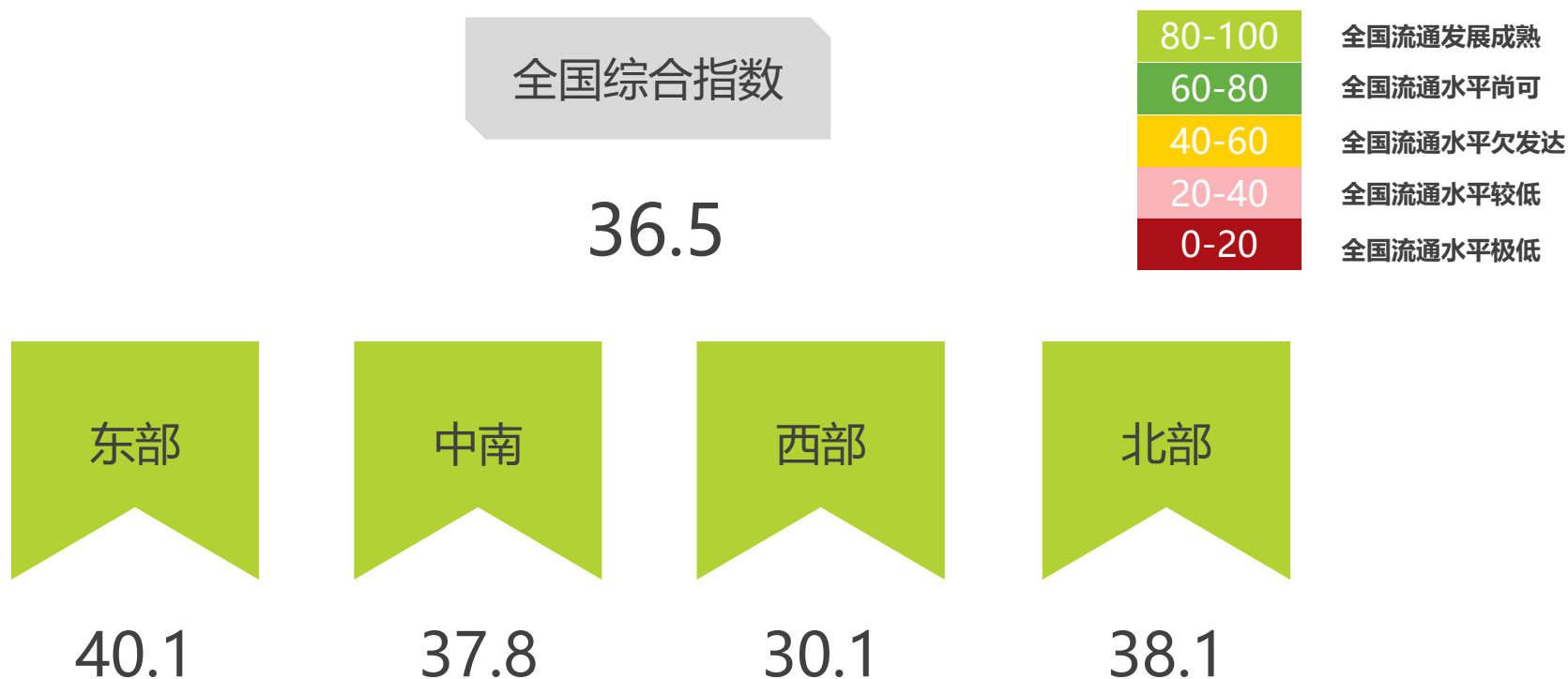
来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。
说明：指数越大，表示二手车市场流通水平越高。理论上，指数等于100，表示市场完全成熟。

二手车流通区域刻画

全国二手车流通指数处于较低水平，东部地区整体相对活跃

综合分析二手车供给侧、需求端、物流端、电商平台以及金融服务五大主要影响因素，2017年全国二手车流通综合指数为36.5，二手车流通处于欠发达水平。就区域而言，东部地区市场流通相对活跃，高于全国其他地区，流通指数达到40.1。西部地区市场流通较弱，仅有30.1。总体而言，二手车流通市场发展呈现“东强西弱”的特征。

2018年中国二手车流通全国综合指数

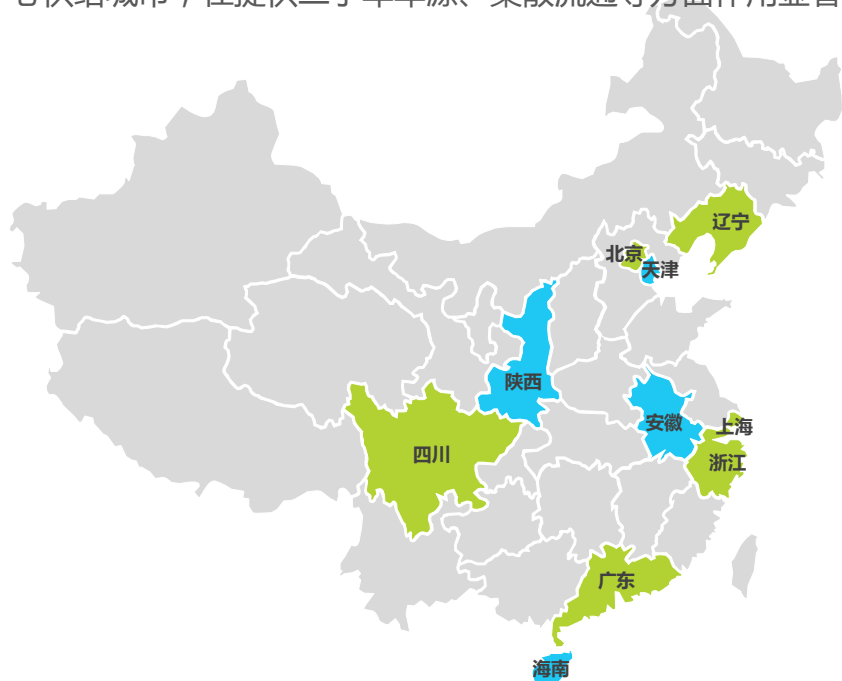


来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。
说明：指数越大，表示二手车市场流通水平越高。理论上，指数等于100，表示市场完全成熟。

市场供给指数

东部地区整体经济相对发达，车源供应最为充足，四大区域核心省市突出，供应及流转作用显著

就市场供给侧发展而言，东部地区总体经济更加活跃，汽车保有量、二手车交易量处于领先地位，二手车供给侧指数最高，达到46.8，浙江、上海、安徽二手车外迁比例排名全国前十。在全国四大区域中，广东、四川、北京是其所在区域核心供给城市，在提供二手车车源、集散流通等方面作用显著。



市场供给指数

38.0

46.8

东部

36.6

中南

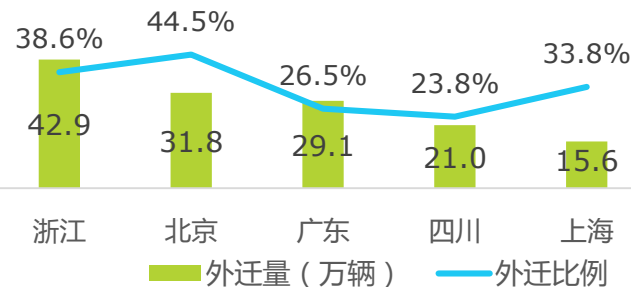
30.3

西部

38.3

北部

2017年二手车外迁数量TOP5省份



指数定义：综合分析二手车交易量、外迁量、二手车经销商经营数据，描绘整体供给侧发展程度。
来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。

运输物流指数

北部、东部地区交通物流发达，西部地广人稀，物流成本高

针对二手车运输物流，北部、东部地区交通更加发达，尤其整车厂商数量较多，整车运输物流也更加发达，物流成本和时间均展现一定优势；而西部地区由于地域广阔，与多数二手车发展区域距离较远，其物流成本、运输时间均较长，同时导致物流的准时率、满意度、推荐度等核心指标评价相对较低。



运输物流指数

34.7

39.8

东部

34.6

中南

21.1

西部

43.3

北部

二手车运输特征

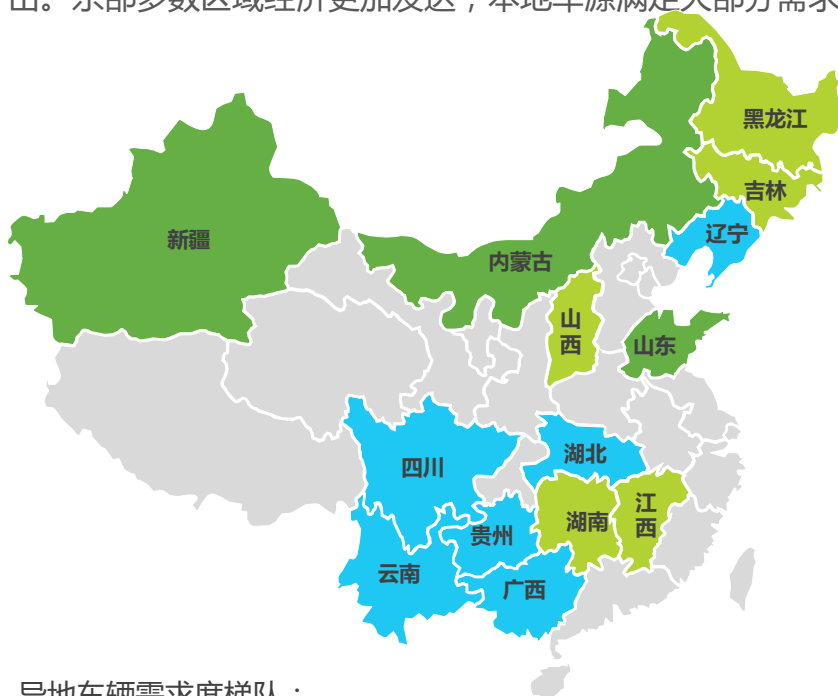
1. 运量小，且分散
2. 运输线路不固定
3. 临时性强，无计划性
4. 配载时间较长
5. 费用较高，不透明
6. 无标准化服务流程

指数定义：综合分析二手车物流需求、时间、价格等多维度数据，描绘整体二手车运输物流发展程度。
来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。

用户异地车辆需求指数

中南、西部区域需求突出，车源不足、价格较高是核心特征

针对异地车辆需求，中南和西部对异地车辆需求度较高，指数分别高达42.5和38.3。其中多数省份汽车消费是以首购为主，还未进入大规模车辆更替与升级阶段，二手车车源不足以满足当地需求。尤其以山东、四川、湖北三大需求量较大省份为例，虽然区域经济发展水平较高，汽车交易量较大，但二手车市场需求更加突出，而且多元化的车型需求也愈发突出。东部多数区域经济更加发达，本地车源满足大部分需求，以输出车源为主。



用户异地车辆需求指数 35.5

26.5

东部

42.5

中南

38.3

西部

34.6

北部

异地车辆需求度梯队：



第一梯队



第三梯队



第二梯队

异地车辆
需求特征

1. 本地车源无法满足市场需求：一方面车源数量不足，另一方面，车源类型不够丰富
2. 周边地区/省份车源丰富，且价格相对较低

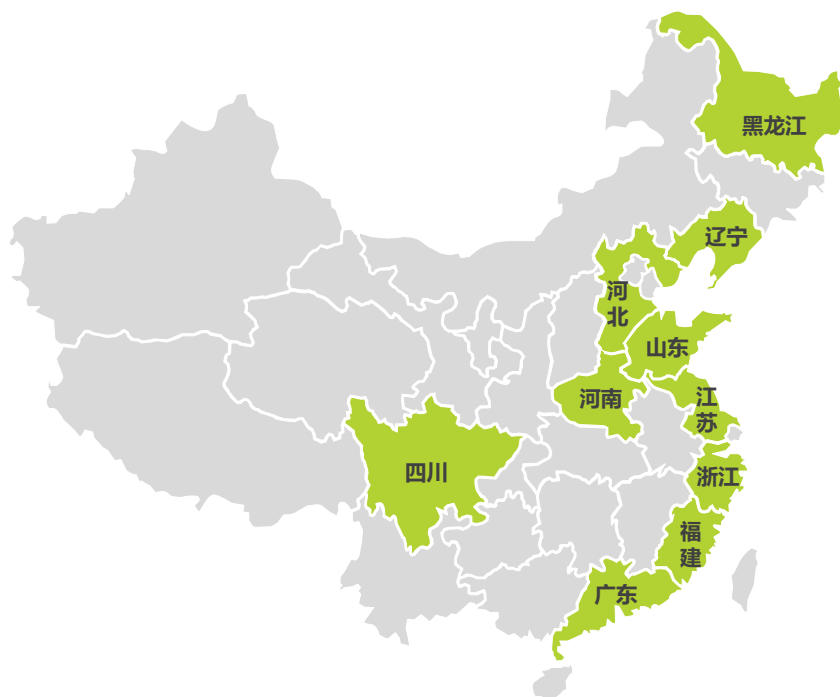
指数定义：综合分析消费者对异地车辆接受度、接受条件等多维度数据，描绘整体异地车辆需求发展程度。

来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。

电商平台指数

东部地区电商发展更为成熟，市场接受度与渗透率高

针对二手车电商平台，互联网发展程度更深的经济强省，例如浙江、广东、山东、江苏，其二手车电商平台发展更为成熟，车商、消费者对二手车电商的接受度和使用率更高。尤其东部地区，电商平台发展尤为突出，其次北部和中南地区部分省市电商发展成熟，但整体相对东部较弱。而对西部地区，四川二手车电商平台发展较好。



2017年二手车网络发布量省市Top 10

电商平台指数

37.4

45.9

东部

34.5

中南

29.6

西部

39.6

北部

电商平台
特征

1. B端车商服务稳定发展，促进车源全国批量流通
2. C端零售服务接受度显著提升，平台效率、品牌、服务等优势凸显，全国范围异地购车成为现实

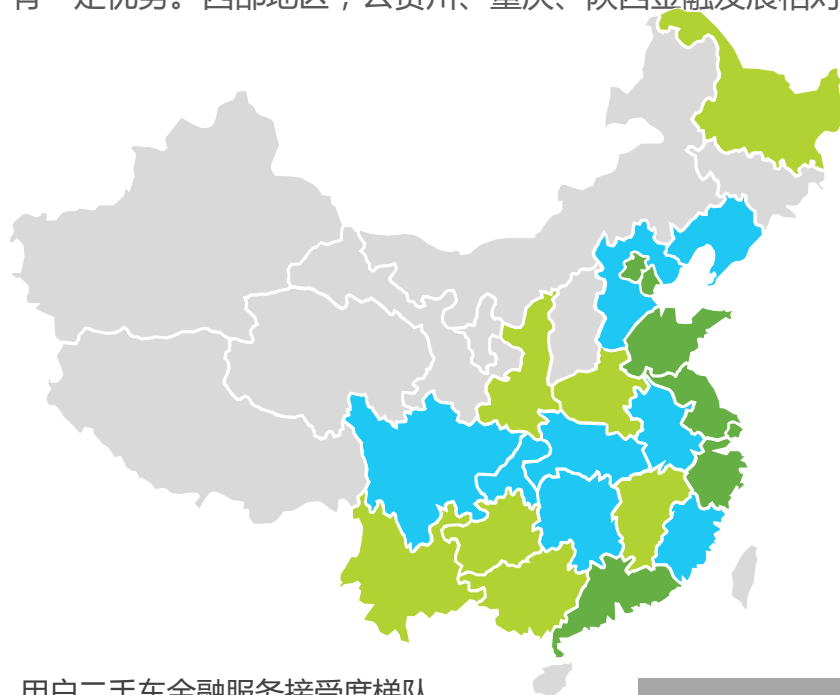
指数定义：综合分析二手车网络平台、电商平台交易量、知名度、接受度等多维度数据，描绘整体二手车电商平台发展程度。

来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。2017年二手车网络发布量省市Top 10来源公平价大数据中心。

金融服务指数

东部金融服务接受度、金融产品和服务普及率更高

针对金融服务，以上海、浙江、江苏为代表的东部地区金融产品和服务发展程度处于全国领先水平，用户更习惯和接受金融产品和服务。另外，现阶段二手车金融产品提供方主要集中于二手车电商、新兴二手车金融服务平台与少数传统银行，其线下服务网络布局在经济发达区域更为成熟。在二手车金融起步发展阶段，东部、中南区域在金融产品和服务普及方面有一定优势。西部地区，云贵川、重庆、陕西金融发展相对较好。



金融服务指数

35.6

42.9

东部

41.3

中南

23.6

西部

34.8

北部

金融服务
特征

1. 二手车金融产品逐渐丰富，消费信贷、融资租赁等多种服务模式协同发展，满足多元化、各层次用户需求
2. 众多金融服务提供方开始布局二手车金融业务，市场竞争与普及程度将进一步提升

指数定义：综合分析金融产品普及率、产品接受度等多维度数据，描绘整体二手车金融服务发展程度。
来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。

典型省市分析——北京

车源丰富，持续输出，形成高效、完善的二手车输出体系，
为北方地区乃至全国提供大量优质车源

车源供给

2017年，**北京汽车保有量超过550万辆，位居全国首位**。庞大的保有量是二手车车源提供的基础。
2017年，**北京二手车外迁比例高达44.54%，排名全国首位**。另外，北京对老旧车辆的限行政策也加速车辆进入二手车市场。

01

02

北京作为首都，交通物流体系非常发达，是**北方最重要的物流枢纽之一**，通往东北、华北、华东、西北、华中各区域交通路线众多。

北京提供整车物流企业数量较多，而且拥有大型整车厂商——北京汽车、北京现代、北汽奔驰等，**整车物流需求和频率较高，异地运输时间和效率能够有效保障**。

交通物流

用户需求

对于大多数市场主流车型，北京车源基本可以满足本地需求；加之，北京对外地迁入车辆有较高的排放标准要求，所以，**北京异地车源需求量不高**。

北京作为国内高资产人群最多的城市之一，对于**部分高端车型，例如超豪华品牌跑车、高端商务车、高端SUV等，需求量旺盛**，全国各区域豪华车均可能流向北京。

03

04

北京是二手车电商发展最为成熟的城市之一，二手车电商在B端和C端渗透率较高，优信、车易拍等多家二手车电商平台总部位于北京。
二手车金融产品丰富，线下交易场景渗透率高，提供金融服务主体众多，市场竞争激烈。

外驱动力

典型省市分析——浙江

加速政策落实，取消省内限迁，促进旧车更新，结合互联网发展，进一步加快二手车市场发展

车源供给

2017年，**浙江省二手车交易量达到111.22万辆**，位居全国首位，同时，二手车外迁数量同样位居全国首位，**全年外迁量达到42.94万辆**。浙江已经成为全国最大二手车车源地。

01

02

浙江作为东部沿海重要省份，其交通运输体系也是十分发达，其整车运输物流核心覆盖华东、华中、华南三大区域。2017年，**广东、江苏、江西**是浙江二手车流向最多区域。

交通物流

用户需求

浙江省内二手车流通效率较高，**杭州、宁波等经济更发达区域二手车需求偏高端化，中小城市二手车主要来自杭州、宁波等发达城市**，形成比较健康二手车流转规律。

03

04

浙江最为中国互联网最发达的省份之一，互联网平台渗透率较高。**2017年，杭州互联网平台二手车成交量达到2万台**，电商平台对二手车流通起到较好推动作用。

外驱动力

典型省市分析——广东

珠三角区域是车源与交易核心区域，低级别城市限迁逐步取消，推动省内车源快速流通

车源供给

2017年，广东省**二手车交易量达到109.46万辆**，位居全国第二。同时，全省二手车外迁比例达到26.54%，**外迁二手车总量为29.05万辆，排名全国第三。**

01

02

广东一直是国内经济、贸易最大发达省份之一，整车厂商、汽车生产线数量众多，使其整车物流能力和需求非常强劲。2017年，**广西、江西、湖南**是广东二手车流向最多区域。

交通物流

用户需求

广东省内城市限迁情况差异较大，**发达城市迁入门槛高，本地车源丰富，基本满足需求；对于低级别城市，省内发达城市车源需求量大。**

03

04

广州、深圳、佛山等发达城市的二手车电商平台的认知度和渗透率高，电商平台成交量也位居全国前列。

外驱动力

典型省市分析——四川

西部地区二手车集散中心，既迁入大量车源，同时也输出大量车源至西部各个省份

车源供给

2017年，**四川省二手车交易量达到88.21万辆**，位居全国第四，同时，**全年外迁量达到21.03万辆**。可见，四川省内二手车需求旺盛，也是重要车源输出地。

01

02

四川，作为西部地区经济最发达以及二手车交易规模最大区域，已然成为西部地区二手车的发展 centers。**整体西部地区与其他发达二手车地区距离遥远，物流时间、成本相对较高**。四川作为西部地区的集散中心，较好解决西部二手车流通的问题。

交通物流

用户需求

现阶段，**四川基本打破二手车迁入门槛**，车商与用户对更优质、更低价的车源有较高的需求，尤其经济更发达区域的优质车源需求明显。另外，由于地理位置因素，云贵地区部分优质车源也大量流入四川。

03

04

成都已经成为西部最重要的互联网、信息技术产业核心发展城市之一，成都二手车电商交易量位居全国前列。

外驱动力

中国二手车流通指数表现

1

中国二手车流通指数解读

2

中国二手车流通总结与展望

3

附录

4

解读一： 全国二手车流通市场前景广阔

全面解限进程加速，全国跨区域流通需求显著

限迁政策是制约国内二手车跨区域流通的最主要因素之一，虽然许多城市已经发布的解除限迁政策文件，但实际落实效果不佳，二手车流通仍受到诸多制约。但从最新的政府工作报告以及商务部对解除二手车限迁的态度来看，2018年二手车跨区域流通将可能取得突破。另外，国内部分二手车电商平台致力于拓展跨区域交易服务，将会进一步促进市场流通发展。

211个城市发布文件，18年持续扩大

2017年，全国各地限迁政策开始逐步落实，2018年**商务部将持续重点推动取消二手车限迁政策，山西、安徽、吉林等省份和城市即将全面解除限迁**。2018年有望成为真正大面积落实解除二手车限迁的元年。

2017年二手车外迁比例暂未出现快速增长

2017年全国二手车外迁比例为21.81%，较2016年**仅提升0.4%**，可见**跨区域流通还未迎来爆发**，随着解除限迁的逐步落实，未来跨区域流通比例将会明显提升。

全国流通指数
36.5
成熟度低

电商平台拓展跨区域交易、物流等服务

2017年二手车电商平台**渗透率达到12.5%**，车商、用户对平台需求不断提升，**电商平台覆盖全国主要城市，将会成为二手车跨区域流通天然的载体**。

指数定义：综合分析金融产品普及率、产品接受度等多维度数据，描绘整体二手车金融服务发展程度。
来源：以汽车流通协会公开发布数据、优信集团数据、艾瑞调研数据为基础，根据艾瑞咨询建模计算。

解读二： 车源为王，供给主导市场发展

庞大的汽车保有量是供给基础，车源供需不匹配刺激跨区域流通需求

汽车保有量 稳步增长

2017年，**中国汽车保有量达到2.17亿辆**，且从2011年开始，中国新车年销量维持1800万辆以上，巨大的保有量为二手车市场提供充分供给基础。



国内平均换车 周期较短

2017年国内交易的二手车车辆主要集中在**6年以内，占比高达78.19%**，与2016年基本持平。可见，**国内平均换车周期较短**。另外，由于消费升级，加速了许多一二线城市进入**车辆更替周期**，产生大量车源。



市场 供需不匹配

一二线经济发达城市二手车供应充足，超过或者不符合城市需求，使得发达地区二手车供大于求；而对**经济欠发达地区，二手车源本身较少，但需求明显**。



解读三：


物流是辅助，专业性服务亟待出现

二手车物流暂未形成规模化，需求零散是典型特征，资源匹配、流程优化是关键



二手车物流 规模和需求不足

2017年，**二手车转籍车辆为270.47万辆**，与新车物流2000万辆相比差距甚远。且**二手车物流需求、路线均非常分散，单次运输体量较小，所以较难形成规模化**，从而影响二手车物流快速发展。



二手车物流 时间、价格、服务 表现一般

目前，**市场配载时间平均在3天左右，配载时间较长**；另外，运输费用相对不透明，运输安全存在一定风险。目前，**车商一般选择1-2家车商长期合作**，以保证物流时间和安全。



资源匹配、流程优化 亟待解决

运输资源不足是影响物流发展最关键因素，二手车分散的属性**要求物流与车源能有高效匹配**。**汽车电商平台以及专业第三方物流平台**能够较好连接两方，进行解决资源匹配和中间流程优化问题。

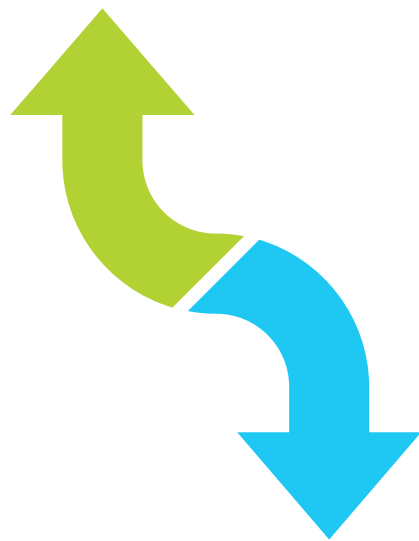
解读四： 用户对异地车源需求及接受度尚可

车源丰富性、价格是吸引用户的主要因素，但对异地购车方式、车源质量等因素有一定顾虑

- 异地车辆价格显著低于本地
- 车源信息真实可靠，有明确的检测报告，且有一定质保周期
- 车源具有独特性，本地市场无法提供所需车源

接受异地车源主要原因：

异地车源接受度尚可
价格、质量是影响关键因素



对实车质量、运输费用等因素
有一定顾虑

异地车源顾虑因素：

- 传统交易模式中，消费者无法判断车源归属地问题，也较难了解其他区域二手车行情，异地车源需求未被激发，异地车源市场发展空间大
- 车源质量、真实性仍是最主要顾虑因素
- 交易方式、是否需要交纳押金、运输费用等问题比较突出

解读五： 电商平台促进全国市场联动

电商平台解决用户痛点，提升车商运营效率，其全国资源整合与服务能力有效推动二手车全国流通，影响作用突出



来源：行业专家访谈、经销商和用户研究整理而得，艾瑞研究院自主研究绘制。

二手车电商价值—— 综合性电商平台积极推动市场流通

以优信为代表的综合性电商平台，不断致力于为车商和用户提供全国车源及物流服务，积极推动二手车跨区域流通

优信集团行业价值

- ◆ 优信构建更透明、更真实的车辆价格、车况体系

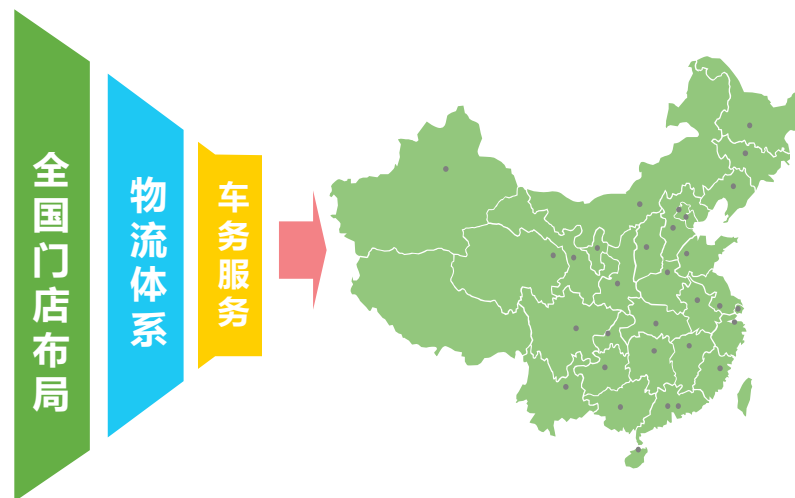


- ◆ 车商提供资金、车源、营销、物流等服务，满足车商交易需求，提升车商交易效率

- ◆ “5天内交付” 优信致力于提升中国二手车交易效率及车辆健康流通，为行业发展繁荣贡献自身价值

- ◆ 优信布局全国线下门店及全国物流服务，构建二手车新零售模式

优信集团二手车跨区域购车服务布局



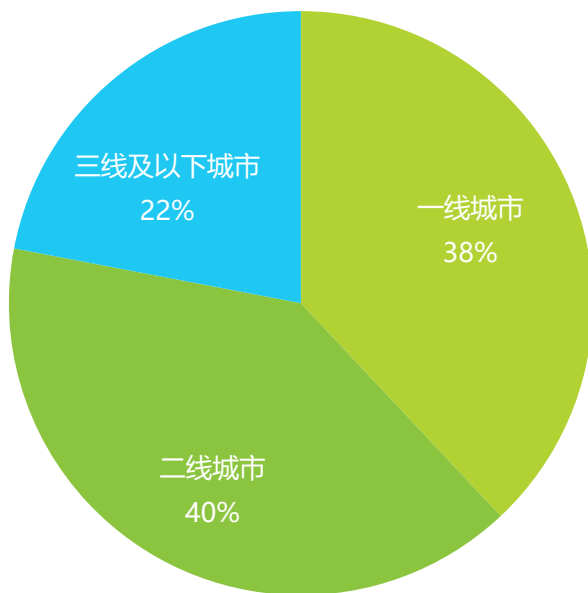
优信物流网络包括7个区域性的交易中心以及670个服务中心，物流线路覆盖全国357个城市，布局全国跨地域购车服务，积极推动二手车跨区域流通

来源：行业专家访谈、经销商和用户研究整理而得，艾瑞研究院自主研究绘制。

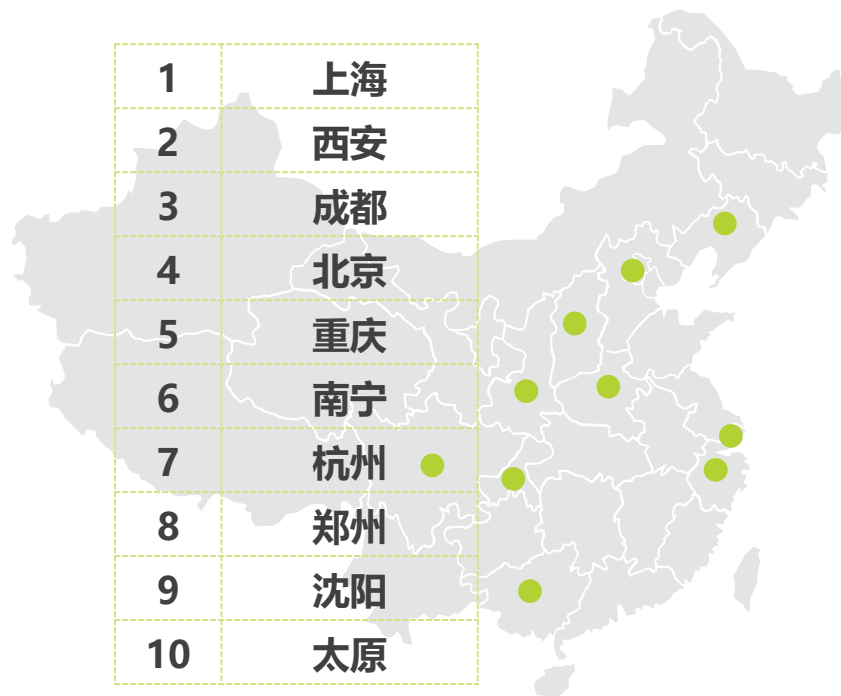
二手车平台车源分布特征—— 一二线城市是优信平台重要车源地

优信平台车源分布特征非常显著，TOP 50城市中一二城市占比达到78%，其中车源TOP10城市全部是一二线城市，且分布全国各个区域，起到全国各区域车源流通核心、枢纽作用

2017年优信平台车源TOP50城市等级分布



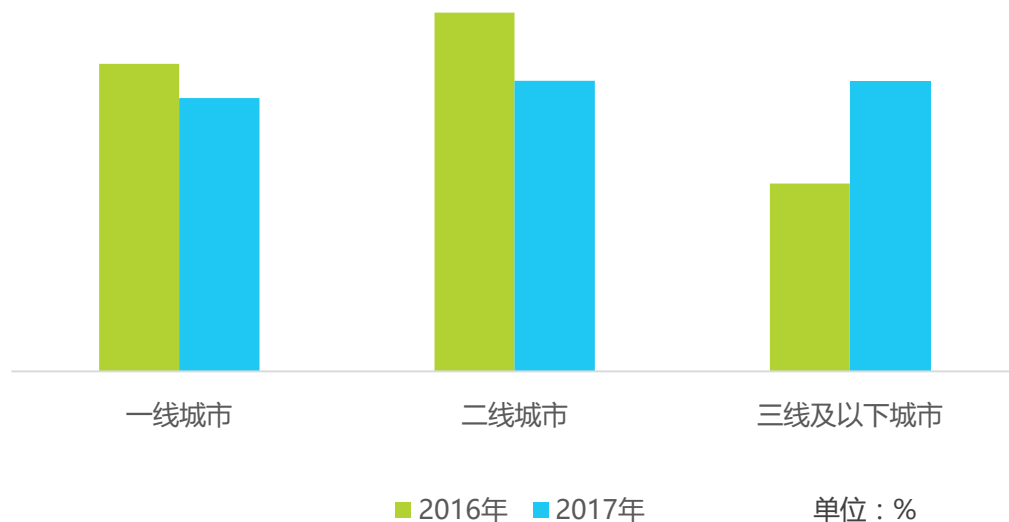
2017年优信平台车源TOP10城市



二手车平台车源分布特征—— 三线及以下城市是消费需求突出

优信平台用户遍布全国各级城市，2017年三线以下城市销量比例显著提升，展现出低级别城市旺盛的二手车需求，优信平台服务下沉及跨区域服务效果将会逐步凸显

2017年二手车消费城市等级分布变化



优信平台成交量TOP10城市

	2016年	2017年
1	上海	上海
2	北京	西安
3	成都	成都
4	西安	北京
5	南宁	重庆
6	杭州	南宁
7	重庆	杭州
8	太原	郑州
9	宁波	沈阳
10	武汉	太原

二手车平台车源分布特征—— 优信异地购车业务促进跨区域流通

优信平台为车商与用户提供异地购车业务，促进车源流向市场需求地区，实现不同区域二手车供求平衡，促进全国二手车大流通；一二线城市是主要二手车迁出地，部分典型二线城市，重庆、天津、成都同时对二手车需求也相对旺盛



解读六：

金融刺激消费需求与供应链流转

消费金融产品逐步呈现低门槛、多元化特征，契合信用消费趋势，对一部分消费群体作用显著；供应链金融帮助车商扩大业务规模，加速车源流转

2018年中国二手车金融服务特征

- 二手车供应链金融市场需求非常显著，目前金融提供主体相对较少，但车商对资金需求迫切，市场需求大于供应。

- 二手车消费金融参与主体众多，线上和线下产品逐渐丰富，满足各类消费者需求。



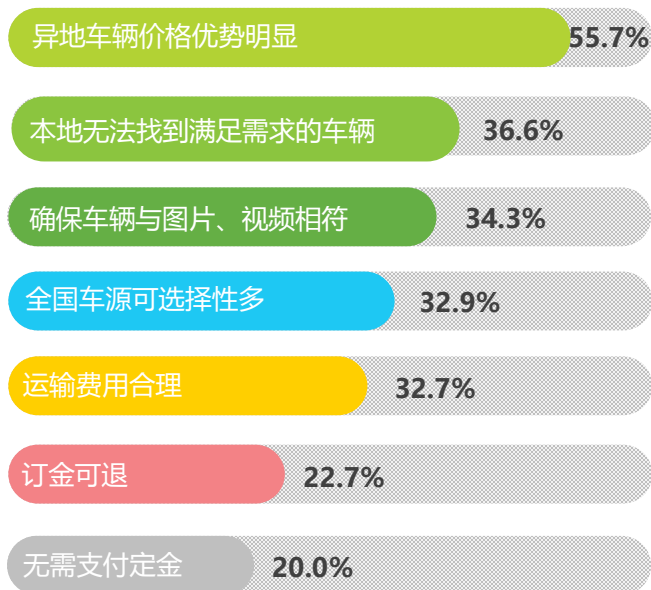
- 信用消费已经涉及生活的方方面面，消费者习惯信用消费模式。
- 中国汽车金融渗透率在30%左右，远低于发达国家，金融业务市场广阔。

- 消费金融产品门槛降低，尽量满足更多类型用户群体对金融服务的需求。

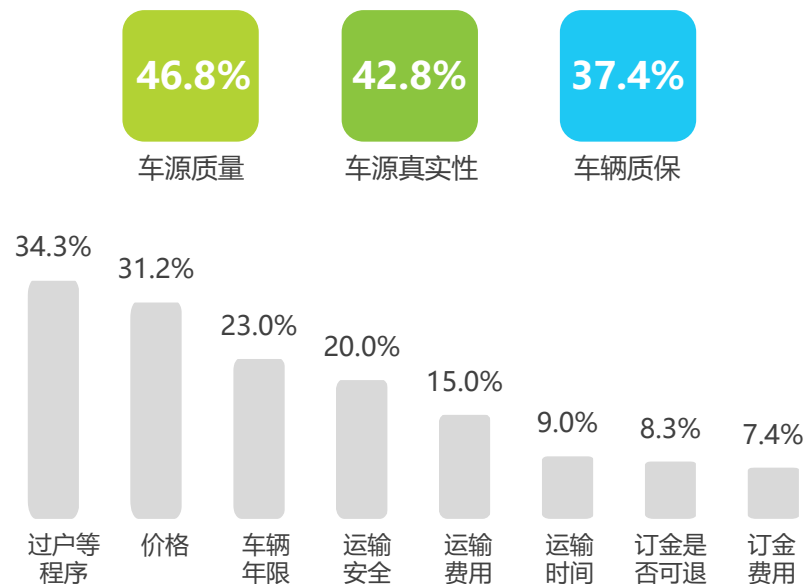
用户异地需求—— 驱动及关注因素

价格优势是最核心驱动因素，本地车源无法满足需求也是重要驱动因素之一；车源质量、真实性以及质保情况是核心关注因素

2018年中国用户异地购车的驱动因素



2018年中国用户异地购车的关注因素



来源：通过线上、线下相结合，对全国二三线城市二手车用户调研，N=921。

来源：通过线上、线下相结合，对全国二三线城市二手车用户调研，N=921。

用户异地需求—— 阻碍因素及提升方式

无法看到实车、担心车况问题是最主要阻碍因素；而增强车辆质保、降低车辆价格是最有效提升用户异地购车意愿的方式；可见，质保与价格对于二手车流通起到至关重要的作用

2018年中国用户异地购车的阻碍因素

无法看到实车，感觉没有保障



异地城市不了解，担心车况问题



流程复杂，担心过户等手续问题



物流时间问题，运输途中可能出现问题



会产生物流费用



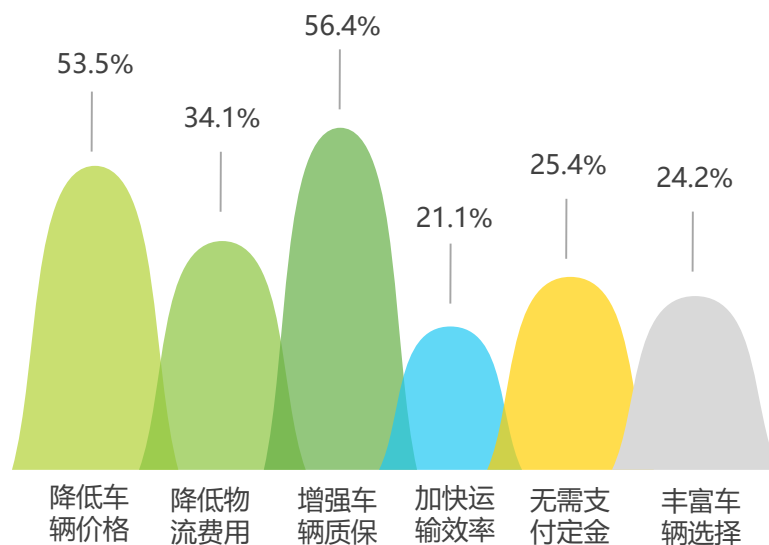
由于限迁政策，买不了异地二手车



需要支付订金



2018年中国用户可能提升异地购车意愿的方式



用户异地需求—— 支付订金愿意与金额

72.2%用户愿意通过电商平台支付订金，愿意支付金额主要集中在1001-3000元。高比例支付订金意愿表明用户对已经产生较高信任度，且能够接受支付订金而非免费理念

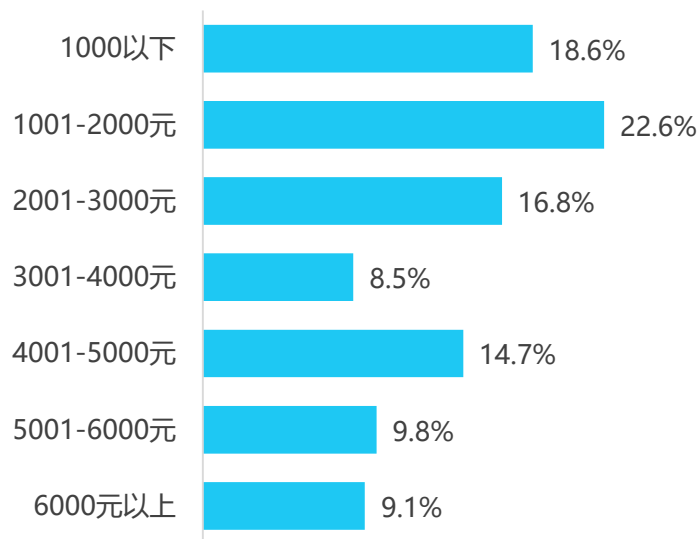
2018年中国用户是否愿意通过电商平台支付订金



YES

愿意通过电商平台支付订金的用户达**72.2%**

2018年中国用户对于10万元车辆，能接受的最高订金



用户异地需求—— 车源倾向/平台能力/物流

对于异地购车，用户更青睐车商车源，比例达到66.8%；平台质保、全国车源获取及全国物流服务能力是用户感知电商平台最需具备的三大能力；物流方面，安全性和价格是两大最主要关注因素

2018年中国用户
异地车源倾向

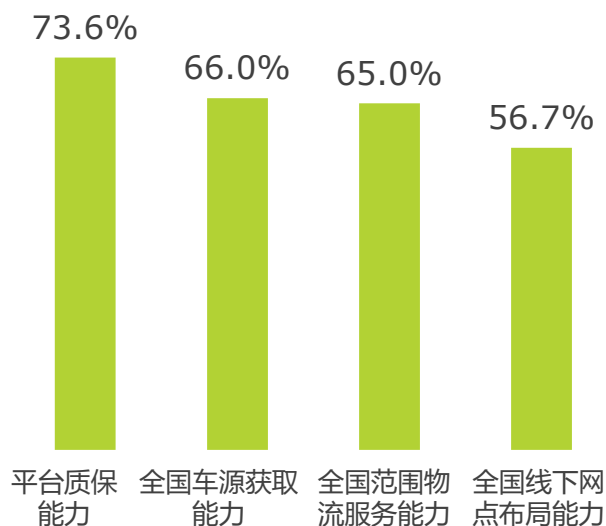


66.8%
二手车商车源

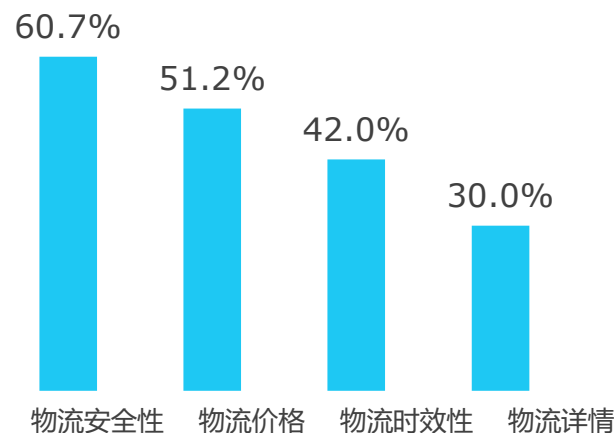


33.1%
个人车源

2018年中国用户感知
电商平台应具备能力



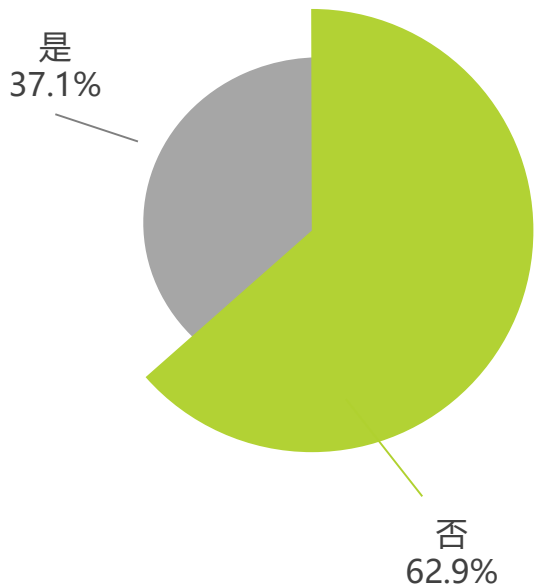
2018年中国用户对
物流关注因素



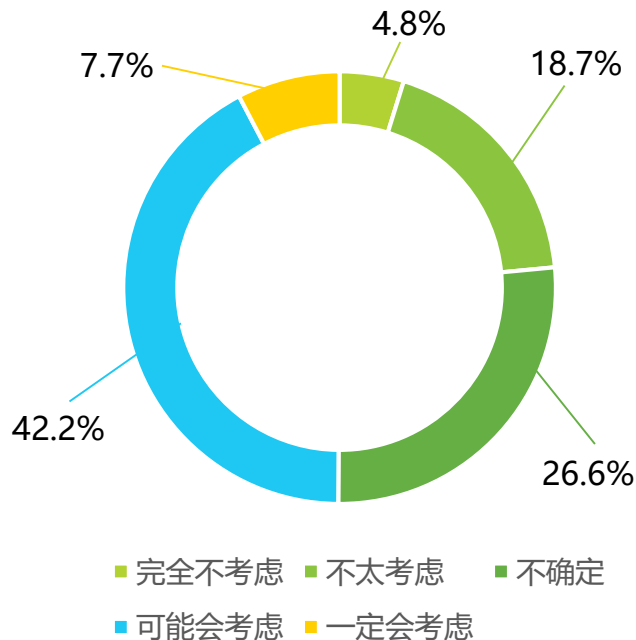
用户异地需求—— 限迁政策影响

超过6成用户不了解二手车限迁政策，若取消限迁，有超过50%的用户会考虑异地二手车

2018年中国用户
是否了解“限迁政策”



2018年，取消限迁政策对购买
异地的二手车意愿的影响

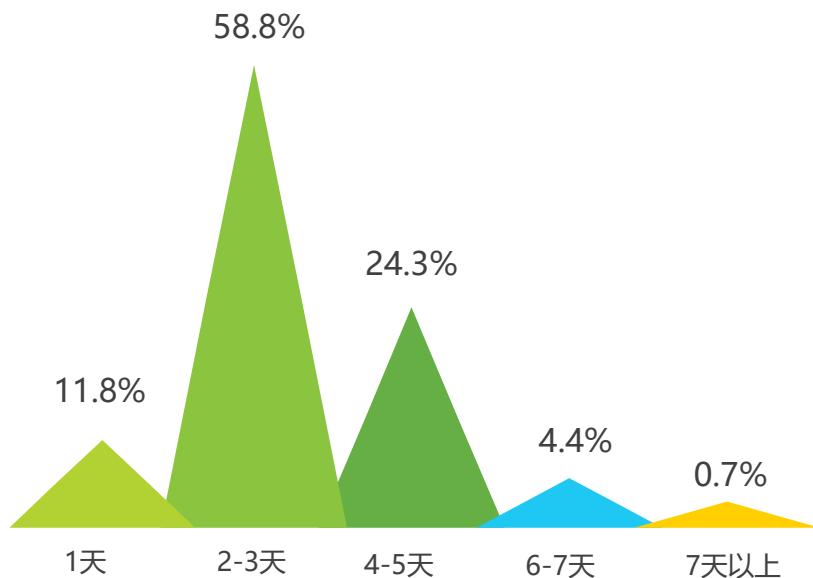


车商运营现状—— 异地配载及运输时间

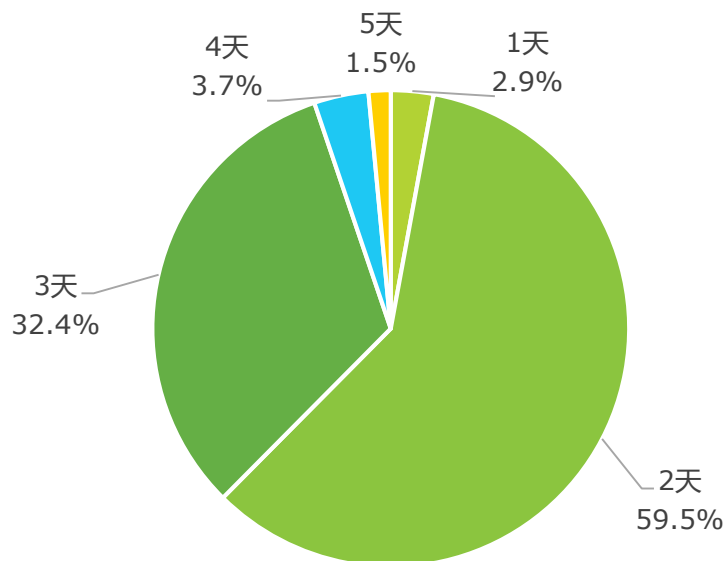
异地车源配载时间主要集中在2-3天，比例达到58.8%；另外，4-5天配置时间比例也达到24.3%

对于运输时间，1000公里的距离运输途中基本需要2-3天，从配载到运输一般需要5-7天时间

2018年，在中国提出需求到车辆
开始运输，所需配载时间



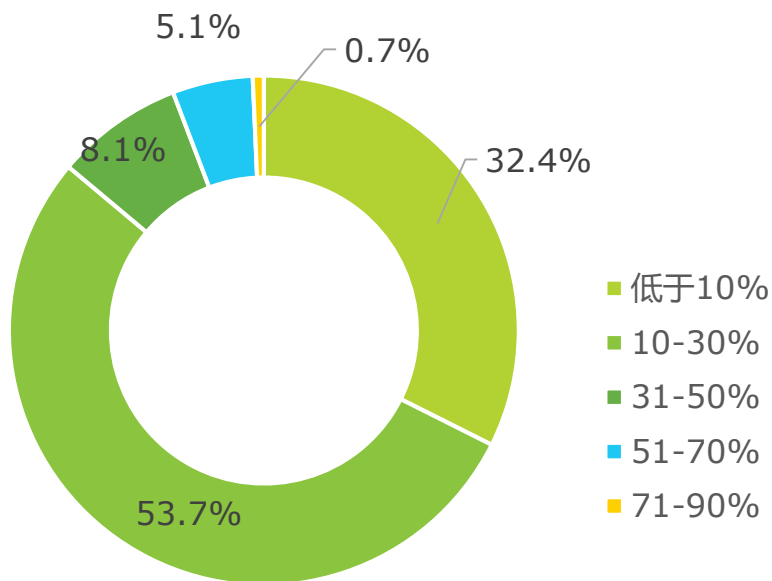
2018年，在中国1000公里的
距离所需运输时间



车商运营现状—— 异地车源情况

超过85%的车商异地车源占比在30%以内，10-30%左右比例最高，超过50%；从异地车源的分布来看，以周边省份区域车源为主，这与运输成本和时间效率紧密相关

2018年，中国二手车经销商
异地车源占比情况



2018年，中国典型城市异地
车源分布区域



90%以上来自西南
地区



90%以上来自华东
地区

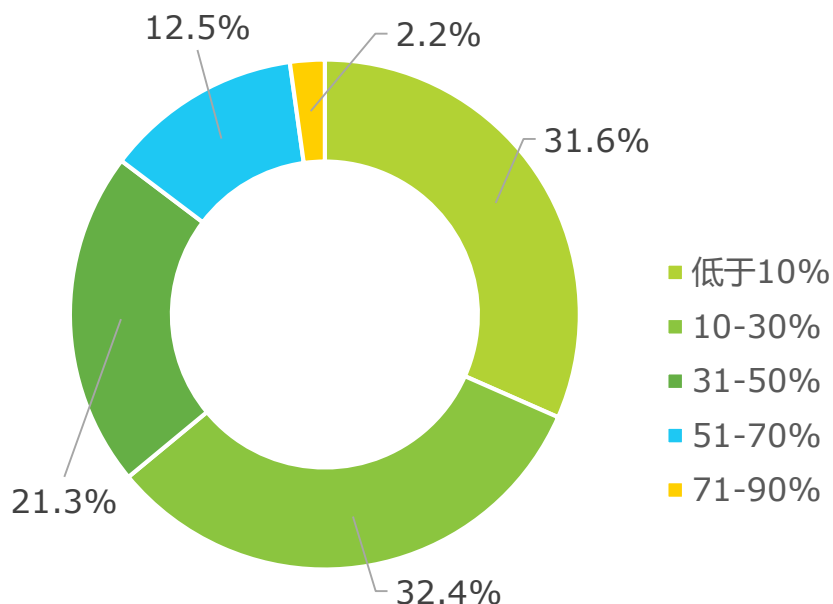


50%左右来自华中地区
各25%左右来自华南与华东

车商运营现状—— 异地客户情况

对于一二线城市车商，异地客户占比大于10%的车商比例接近70%，尤其异地客户占比为31-50%的车商比例达到21.3%，可见一二城市车辆主要向其他城市输出；输出区域来看，客户基本上来自周边城市和省份

2018年，中国二手车
经销商异地客户占比情况



2018年，中国典型城市
异地客户分布区域

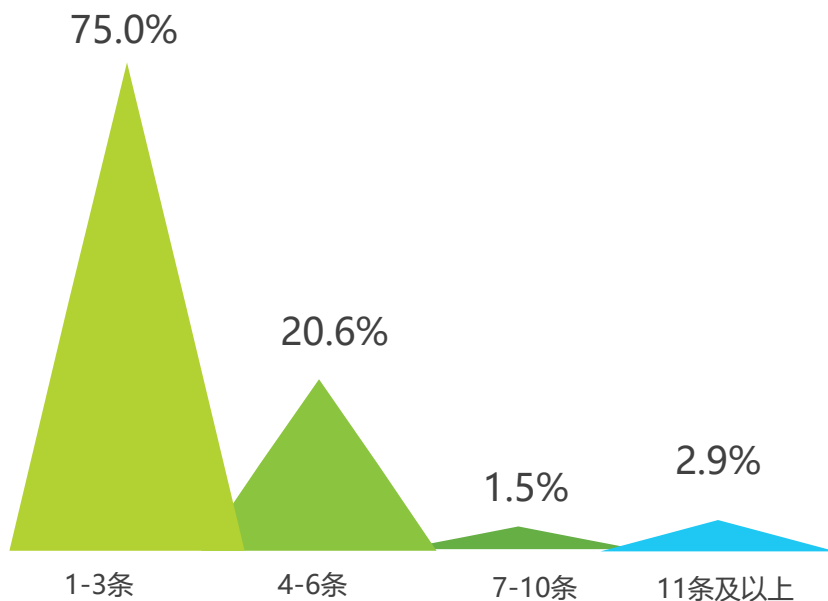


来源：通过线下调研，对全国一二线城市二手车经销商调研，N=136。

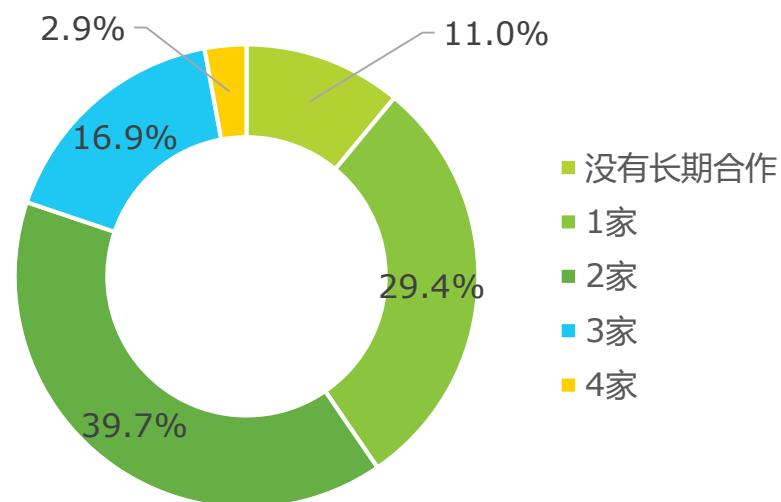
车商运营现状—— 物流线路与合作

75%的车商有1-3条主要跨城运输路线，可见车商的车源和客户群体基本来源几个固定区域；近60%的车商有1-2家长期合作物流企，同时11%的车商没有长期合作伙伴

2018年，中国二手车经销商
跨城运输的主要线路数量



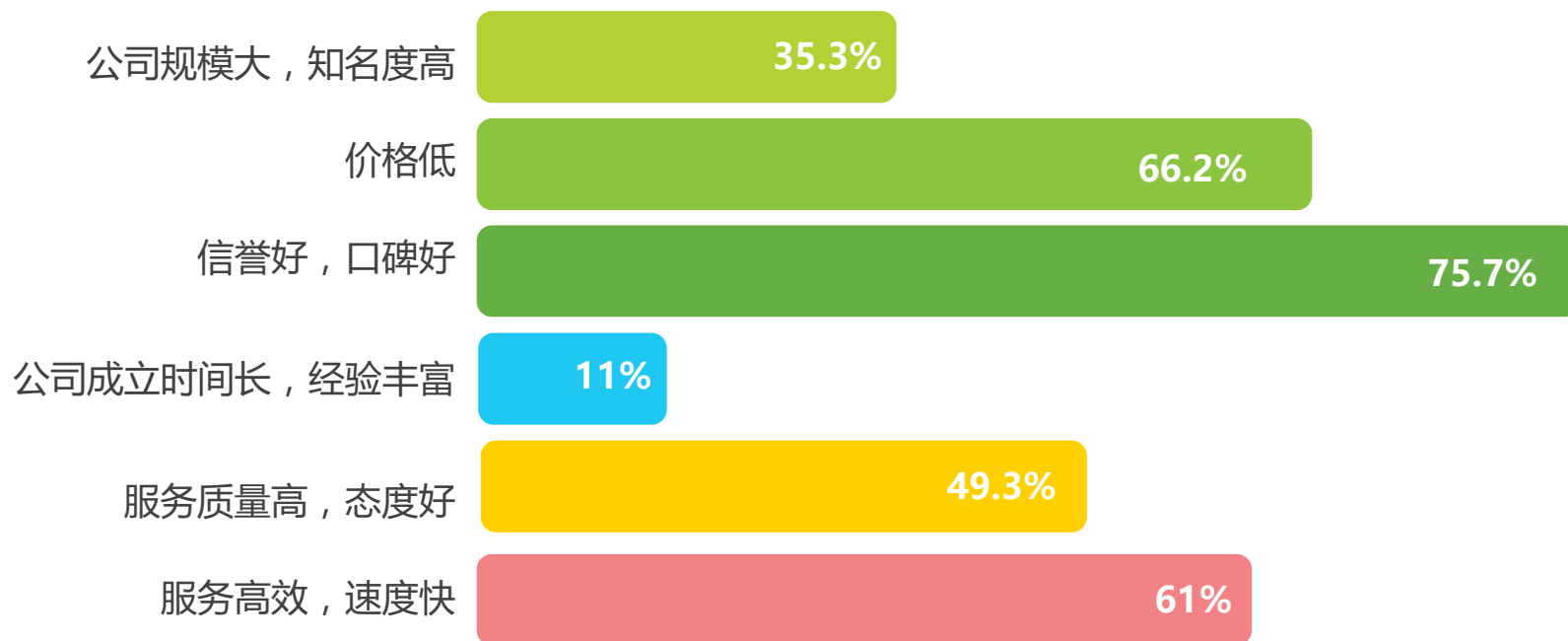
2018年，中国二手车经销商
长期合作物流企业数量



车商运营现状—— 对物流企业看重因素

信誉和口碑是车商选择物流企业最看重因素，其次价格和效率也重要考虑因素；
与车商合作的电商平台有良好的合作基础，其信誉和口碑有先天优势

2018年，中国二手车经销商
选择跨城物流企业的看重因素



中国二手车流通指数表现

1

中国二手车流通指数解读

2

中国二手车流通总结与展望

3

附录

4

总结与展望

车源供给是核心，政策落实是通道，市场需求是动力，电商、金融是助力，五者协同发展，加速二手车市场流通与发展

现状：中国二手车流通水平处于发展初期，发展空间广阔

- 车源供给是二手车流通的核心与基础，车源数量决定流通的方向和可能性。东部地区是二手车流通发展处于领先水平。
- 二手车电商是车辆流通的重要推动力，实现为车商和消费者提供全国车源可能性，且品牌知名度和接受度达到较高水平。
- 二手车流通发展程度基本与区域经济发展水平呈正相关，发达区域车源数量、电商水平、消费需求等各方面相对领先

未来：破除限迁政策、电商发展程度将深度影响流通发展

- 破除限迁政策的落实进度，将会对国内二手车流通发展产生至关重要的影响；全面解除限迁，将会极大促进流通现状，国内二手车市场可能迎来真正的爆发。
- 二手车电商，一方面能否提升为车商提供更多批量车源能力、运输服务能力，将决定车源批量流转；另一方面，吸引消费者线上购买全国车源，将成为二手车全国流通重要增长点。

中国二手车流通指数表现

1

中国二手车流通指数解读

2

中国二手车流通总结与展望

3

附录

4

指标体系与方法论介绍

二手车流通指数从供给、物流、需求、电商、金融五个二级指标量化，共涉及15个三级指标及多个细节指标

基础数据	汽车流通协会公开数据+优信平台大数据+艾瑞调研数据		
指标体系	市场供给指数	运输物流指数	异地车辆需求指数
	行业总体交易量 经销商车辆规模及车源比例 经销商车辆流转周期	物流配载及运输时间 物流整体表现（费用、时效等） 物流整体及细节满意度	异地车源需求度 异地车源接受条件 异地车源属性偏好度
	电商平台指数	金融服务指数	
	电商平台交易规模 电商平台认知与接受度 电商平台市场渗透率	二手车金融市场规模 二手车金融企业及产品数量 二手车金融接受度	
方法论	<ul style="list-style-type: none">➢ 指数值采用线性赋值法，三级指标下限取表现差区域值，上限取表现最优区域值；指数区域根据专家访谈及参考发达国家流通情况赋值；再根据专家打分法及指标重要性，对三级指标分配权重，进而得出最终指数。➢ 本次指标体系的搭建，从市场实际交易、流通数据层面，以及用户需求、电商与金融助力发展三大层面，描绘出二手车市场流通从供给、物流、需求、渠道整个过程发展现状。➢ 指数越大，表示二手车市场流通水平越高。理论上，指数等于100，表示市场完全成熟。		

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

指数定义

以大数据+调研数据为支撑，从二手车流通五大核心影响因素描绘中国二手车流通现状的指标体系

市场供给指数

通过宏观层面二手车市场整体交易及微观层面二手车经销商经营情况，描绘二手车市场车辆供给状况的指数。

由二手车整体交易量、经销商车辆库存、流转等数据分配加权计算得出

运输物流指数

通过二手车实际物流的时间、费用、满意度等指标，描绘二手车物流市场发展程度的指数。

由二手车经销商、物流企业物流现状、满意度等数据分配加权计算而得，

异地车辆需求指数

通过经销商及用户对异地二手车的购买意愿、要求、偏好等情况，描绘二手车异地需求程度的指数。

由经销商与消费者需求打分、时间/费用等细节要求指标、价格车龄偏好等数据分配加权计算得出

电商平台指数

通过二手车电商平台在市场流通过程的参与度、接受度、服务功能等情况，描绘二手车电商发展的指数。

由二手车电商企业数量、渗透率、交易规模等数据分配加权计算得出

金融服务指数

通过二手车金融产品、市场规模，以及市场对金融产品需求等情况，描绘二手车市场金融服务发展的指数。

由二手车金融市场规模、渗透率、用户接受度等数据分配加权计算得出

关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

