

中国二手车电商行业研究报告

2019年



中国二手车行业的数字化需要推动了二手车电商这一细分行业的兴起。从2014年起，艾瑞汽车研究中心就开始关注并持续投入对二手车电商行业的研究，已连续6年按期发布基于上一年度行业发展的研究报告，向电商从业者和外界读者传递价值。

本报告将从整个二手车行业切入，重点分析二手车电商的现有商业模式，同时对二手车电商的行业变化、竞争态势、关联市场和消费者展开研究；而后结合案例分析，提出行业的未来发展趋势。

报告框架一览



行业发展背景

- 乘用车市场概况
- 二手车行业规模
- 二手车行业增长空间
- 二手车交易活跃度
- 二手车市场供需
- 二手车行业融资规模
- 驾驶人群体变化情况
- 二手车行业数字化进程



行业现状分析

- 二手车电商市场规模
- 二手车电商产业图谱
- 二手车电商价值定位
- C2C模式的再思考
- B2C模式的再思考
- 2B模式的再思考
- 全链条模式的比较
- 二手车电商成长路径
- 二手车电商行业集中度
- 外部竞争分析
- 关联市场分析
- 消费者研究



企业案例研究

- 行业发展事件回顾
- 车置宝案例研究
- 优信二手车案例研究
- 瓜子二手车案例研究
- 汽车街案例研究



行业发展趋势

- 二手车行业增长长期到来
- 产业链思维下的业务扩展
- 服务与运营成为经营重心
- 车企主导电动二手车业务
- 行业标准随高集中度到来
- “电商标签”的淡化



行业背景

- 在乘用车“存量时代”的背景下，二手车行业将迎来更多机会；**中国二手车市场交易额在过去8年间实现了超过22%的复合增速，有望于2019年突破万亿大关**
- 汽车价格下调与消费分级刺激置换需求增多，为二手车市场提供大量车源，进而提振二手车交易活跃度
- 二手车市场短期内的供大于求、行业的初步整合以及驾驶人群众体特征的变化对电商从业者提出更多要求
- 二手车电商的本质是对二手车行业的数字化改造，整个行业正向数字化全服务生态发展



市场动态

- 2018年，二手车电商的行业渗透率已达16.8%，未来3年二手车电商交易量将保持25%左右的复合增速**
- 销售压力下，部分新车在低价区间与二手车形成竞争；新能源汽车保值率低，在二手车市场竞争力一般
- 2018年二手车跨区域流通进一步解限，**异地流通量和转籍率分别达到历史最高水平的360.2万辆与26.2%**
- “高性价比”成为消费者购置二手车的主要原因，但消费者对真实车况存在担忧。因此，二手车电商的车辆评估能力成为消费者最为看重的服务
- 在售车端，消费者相对重视服务的便捷性，且青睐电商渠道；在购车端，消费者对异地二手车的抗性极低



行业变化

- 以促进二手车交易为目的，围绕二手车交易链条展开服务是二手车电商行业价值定位与资源基础**
- 二手车电商的早期成长路径多为“先扩张后治理”的模式，**2018年，中国二手车电商行业市场集中度（CR4）已达81%**
- 二手车交易链条的各细分类别存在不同问题：就C2C模式而言，其交易链冗长，盈利问题制约其可持续发展；而B2C模式下，电商处于弱势地位，“存在感”不足。在竞争白热化的市场竞争中，二手车电商的盈利空间被大大压缩，金融服务成为重要盈利点
- 现阶段，电商基本形成了直接参与交易的C2B2C模式和为交易提供服务的C2B+B2C模式两大类**



发展趋势

- 随着乘用车保有量的持续增加、一般置换时间的缩短、平均流转次数的扩大，2019年将开启新的增长波峰
- 产业链思维下，二手车交易将转为电商的基础业务；行业发展瓶颈的到来促使服务和运营成为业务重心
- 车企将主导二手纯电动汽车处置，占据较大份额的头部电商开始推动行业标准的形成
- 二手车电商将主动摆脱“电商”标签，利用数据优势搭建中台，同时涉足以融资租赁为代表的其他业务

目录

中国二手车电商行业发展背景 1

中国二手车电商行业发展现状 2

中国二手车电商企业案例 3

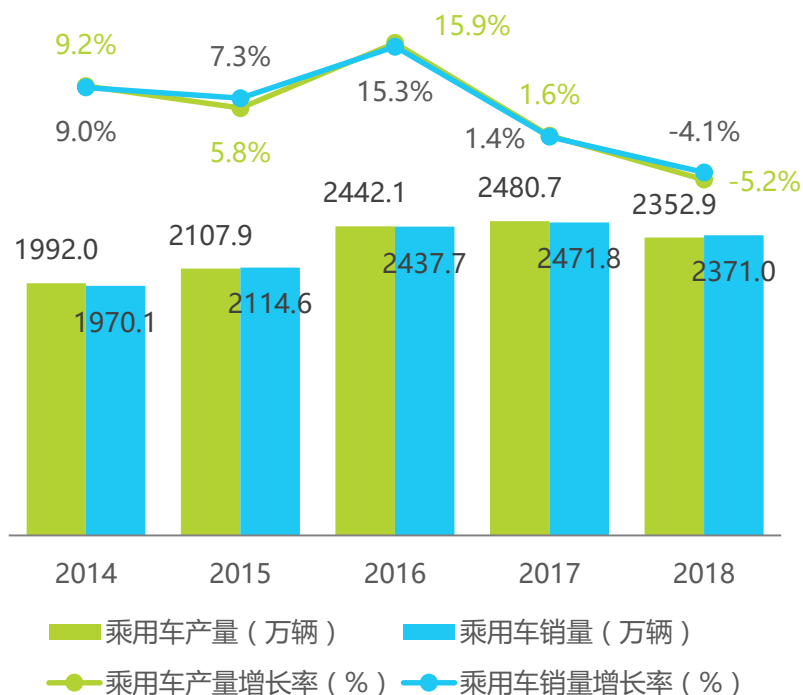
中国二手车电商行业发展趋势 4

乘用车市场整体概况

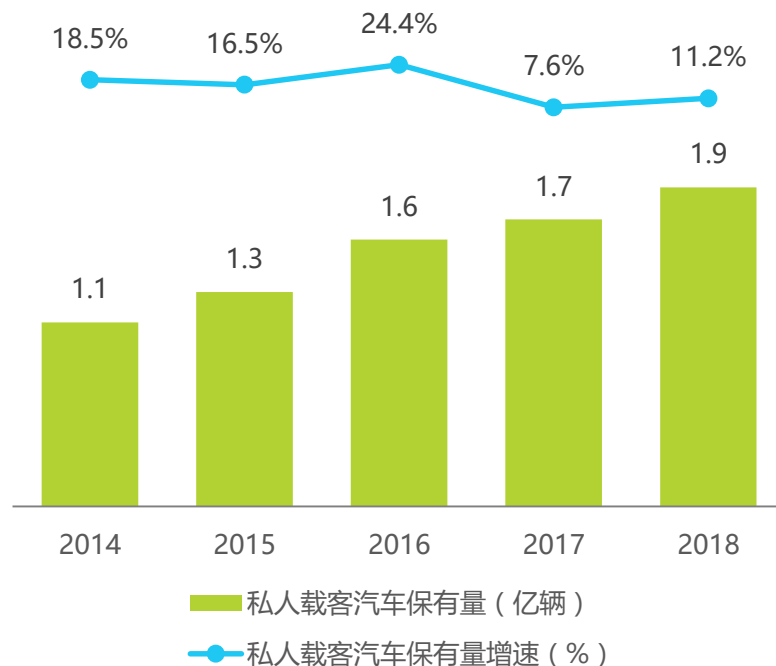
乘用车“存量时代”背景下，二手车行业将迎来更多机会

乘用车是二手车市场的最主要交易车型。2017年起，受宏观经济环境与多种市场因素的叠加影响，中国乘用车市场呈现出三个明显的变化：1.乘用车产销量增速骤降，甚至出现负增长；2.新车销售占汽车行业总利润的比例持续下降；3.私家车保有量在新车销量不振的情况下有所回调，但仍保持了较高增速。上述变化释放出乘用车市场开始由“增量市场”向“存量市场”过渡的信号，也意味着二手车市场主体将获得充分的增长条件——更多的车源供给与更成熟的交易参与者。

2014-2018年中国乘用车产销量



2014-2018年中国私家车保有量



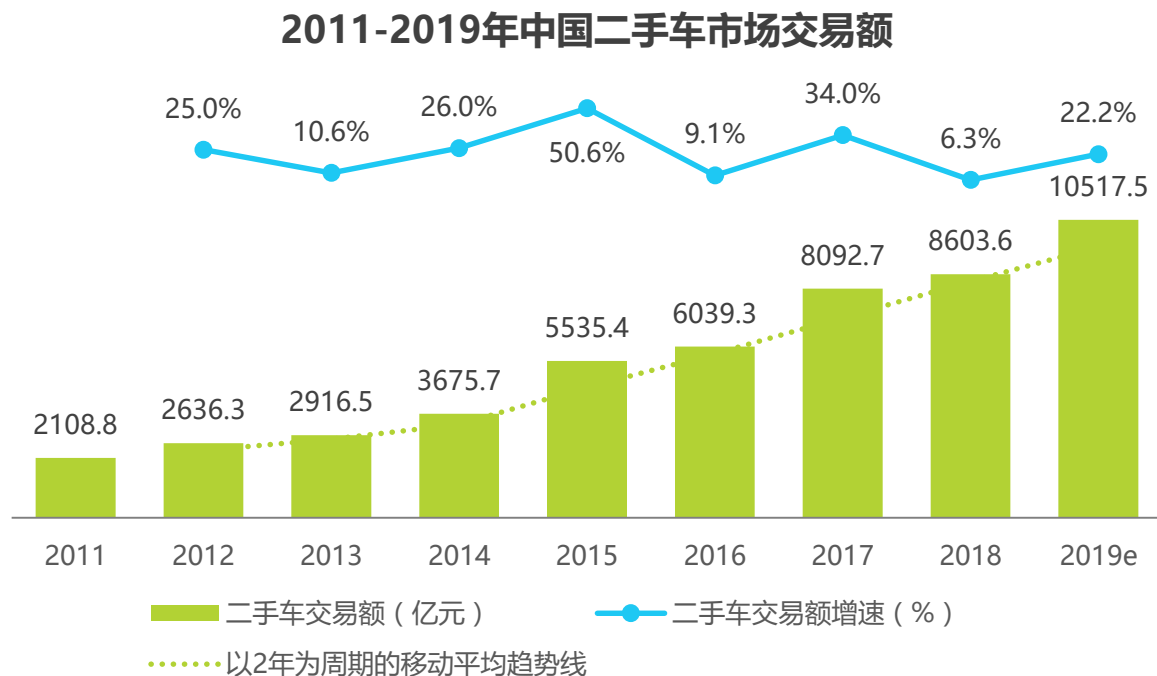
来源：汽车工业协会，经艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：公安部，经艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

二手车行业市场规模

二手车市场交易额有望于2019年突破万亿大关

中国二手车市场交易额在过去8年间实现了超过22%的年复合增长率。尽管交易额基数的扩大将带来增速的下滑，但随着行业结构的优化，电商渠道的加速渗透，限迁及产权制度影响的淡化和购车人群消费观念与认知的转变，二手车交易额仍将持续扩大。另外，政策的积极作用在未来依旧可期：回溯2017年，在迁政策开始解除后二手车市场交易额即迎来34%的涨幅。艾瑞认为，随着整体车市回归理性并趋稳，二手车行业也将更好地适应日益规范的市场环境，交易额有望在2019年扩大至万亿量级。



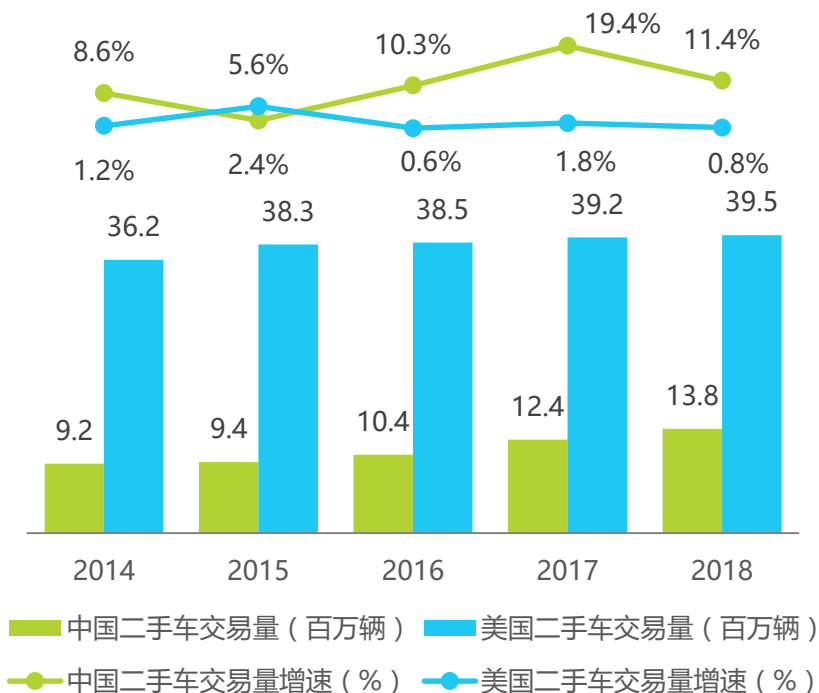
来源：艾瑞统计模型核算，经艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

二手车行业市场增长空间

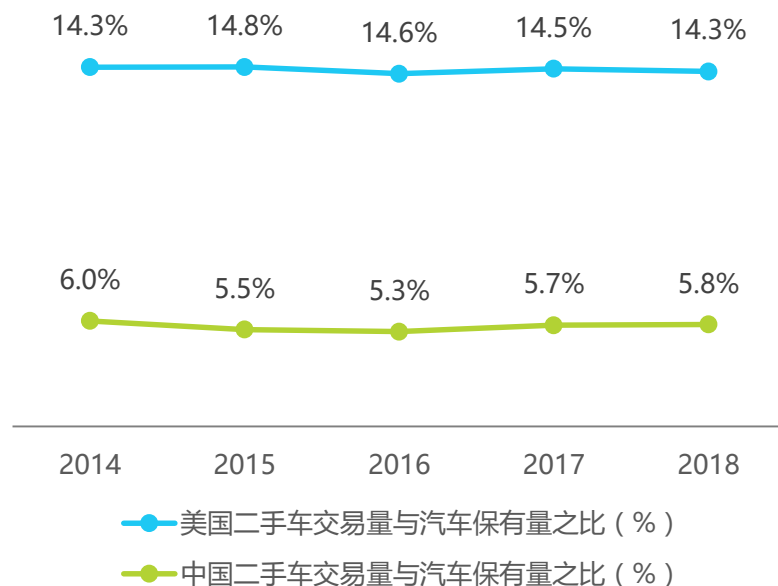
实际交易增长情况未达预期，仍有超过2倍于今的增长空间

尽管2018年中国二手车交易量已达1382万辆，在创历史新高的同时保持了较快增速，但相比成熟市场，中国市场有两大指标差强人意。以美国市场为对照，其新车销量与二手车交易量之比长期维持在1:2.3以上，中国尚不足1:0.5。更重要的是，美国二手车交易量与汽车保有量之比稳定在14%以上，而中国仅为5.8%，且这一指标在2018年甚至低于2014年水平。若以2018年数据为基准，中国二手车行业仍有至少2倍于今的增长空间等待各类行业主体开发。

2014-2018年中美两国二手车交易量



2014-2018年中美两国二手车交易量于汽车保有量中的占比



来源：汽车流通协会、Edmunds，经艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

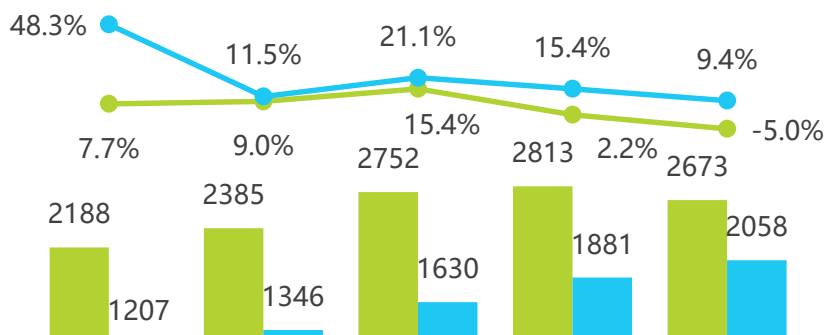
来源：公安部、汽车流通协会、Edmunds，经艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

二手车市场交易活跃度情况

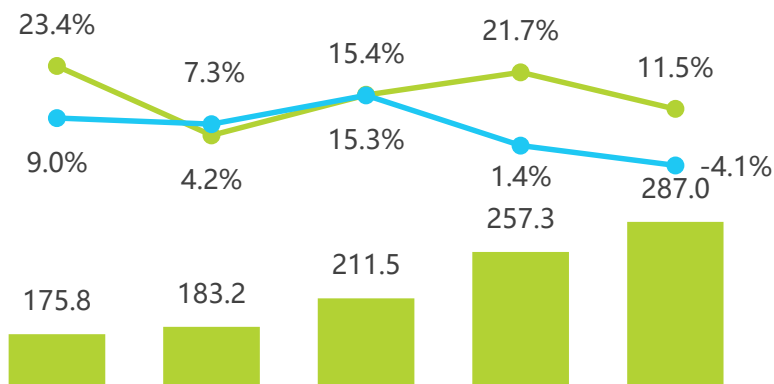
转移登记量趋近上牌量，置换需求激增提振二手交易活跃度

中国汽车新注册登记业务量（上牌量）增速正逐渐趋缓。2018年，新注册登记业务量出现负增长，而汽车转移登记业务量则保持相对平稳增速，二者业务量之比已从5年前的0.55增至0.77。即使是中国汽车史上产销量最大的2017年，上牌量增速亦低于上年水平5.7个百分点。在这一变化的背后，置换已成为新车市场的核心驱动力之一。结合新车市场上的消费分级，置换行为将带来更多的二手车供给，导致一般市场条件下的二手车交易价格下滑，从而引发更为活跃的交易行为。

2014-2018年中国汽车新注册登记与转移登记业务量



2014-2018年中国豪华品牌汽车销量



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21129

