

中国B2B模式新车电商行业 研究报告

2017年



海量行研报告免费读

报告摘要

行业背景

2017年汽车行业产销量保持**稳定增长**，预计2全年销量将达**2931.7**万辆，增长率为4.6%；经销商库存指数持续位于警戒线**50%**以上，经销商经营**压力增大**；从居民消费需求分析，汽车消费市场依然拥有较大的发展潜力。

发展环境

从汽车产业环境、行业电商化及**新零售**等环境下分析，汽车销售**电商化**已经逐渐落地，B2C及B2B模式新车电商正逐步融合于整个行业发展之中。调研数据显示，潜在购车消费者线上购车意愿高达**29.5%**，电商**渗透率**逐步**提升**；在资本市场，B2B新车电商逐渐成为**投融资新宠**。

发展历程

新车电商发展历程走过十年，从信息查询到销售导流到参与交易再到**场景化、服务化、重体验的常态化**电商，根据服务模式及服务对象的不同，B2B模式新车电商逐步在市场中占据一席之地。

发展现状

B2B模式新车电商发展模式也经历了1.0阶段、2.0阶段到**3.0阶段**；通过对经销商日常电商平台使用习惯的分析，经销商使用电商平台比例较高，**车源寻找、售卖、金融及物流服务**是经销商最主要的功能需求。

企业研究

B2B模式新车电商典型企业如：卖好车、行圆汽车、牛牛汽车等的存在，为汽车交易信息传递效率、**行业交易效率、金融服务的渗透率**以及**行业价值数据**的积累做出了一定的引导示范作用，推动了整个行业的快速发展与成熟。

发展趋势

未来，B2B模式新车电商企业将快速完善自身在金融、物流仓储、经销商运营等方面的业务布局及拓展，持续为经销商**赋能**，构建覆盖中国**二三线、四五线**城市高需求消费者的**新型汽车销售渠道**；推动**汽车产业互联网**的进程。

来源：艾瑞咨询根据中国汽车工业协会数据、行业综合访谈及艾瑞统计模式核算，艾瑞研究院自主绘制所得。
样本：N=500，于2017年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

新车电商发展背景及定义

1

B2B模式新车电商发展现状

2

B2B模式新车电商典型企业研究

3

B2B模式新车电商行业发展趋势

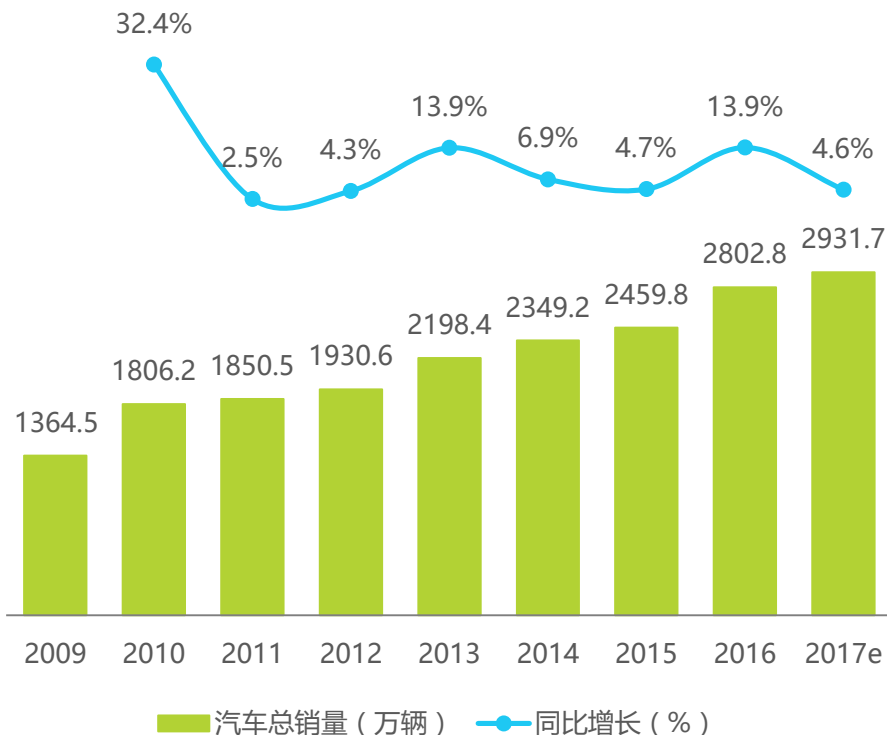
4

中国汽车行业背景

新车销量低速增长，行业在运营压力下酝酿变革

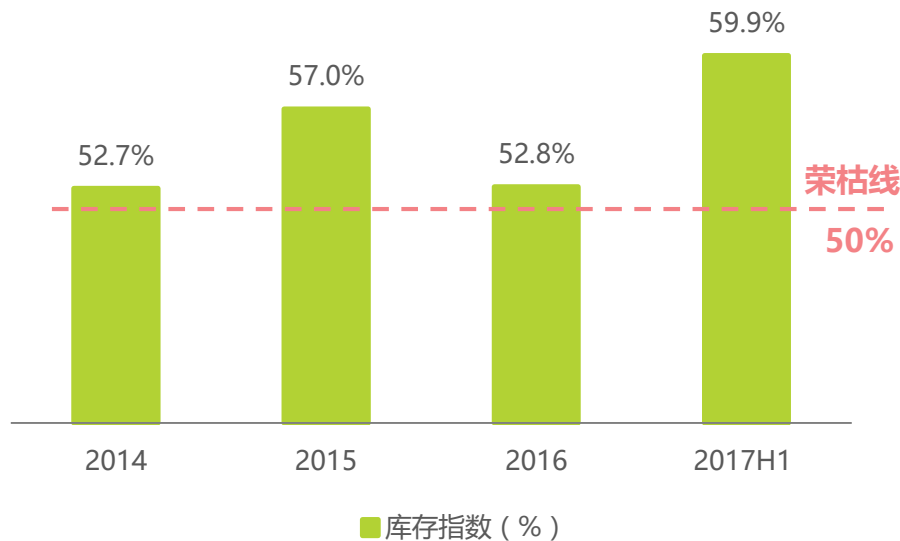
中汽协数据显示，2009年以来，中国汽车销量保持低增速增长趋势，艾瑞预计，2017年新车销售持续放缓，增长率为4.6%，销量将达2931.7万辆；同时4S店及经销商面临的库存压力持续走高；艾瑞分析认为，在多项税收政策及环保政策调整的导向下新车销量告别了爆发式增长的阶段；经销商集团在不断优胜劣汰的大环境下面临着较大的经营压力，汽车行业整体面临着结构调整的机遇。

2009-2017年中国汽车销量



2014-2017年中国汽车经销商库存

预警指数



来源：艾瑞咨询根据中国汽车工业协会数据、行业综合访谈及艾瑞统计模式核算所得。

来源：中国汽车流通协会。

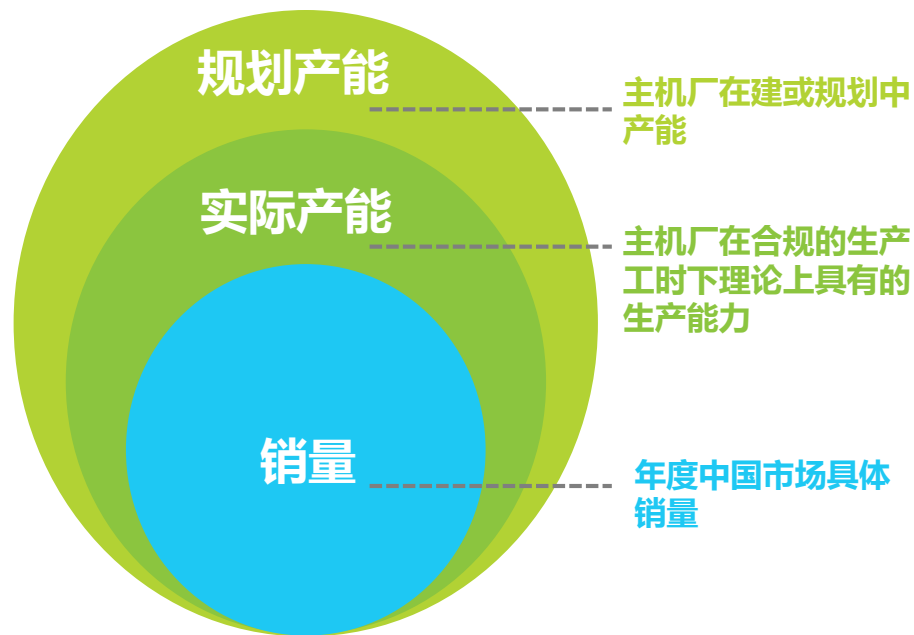
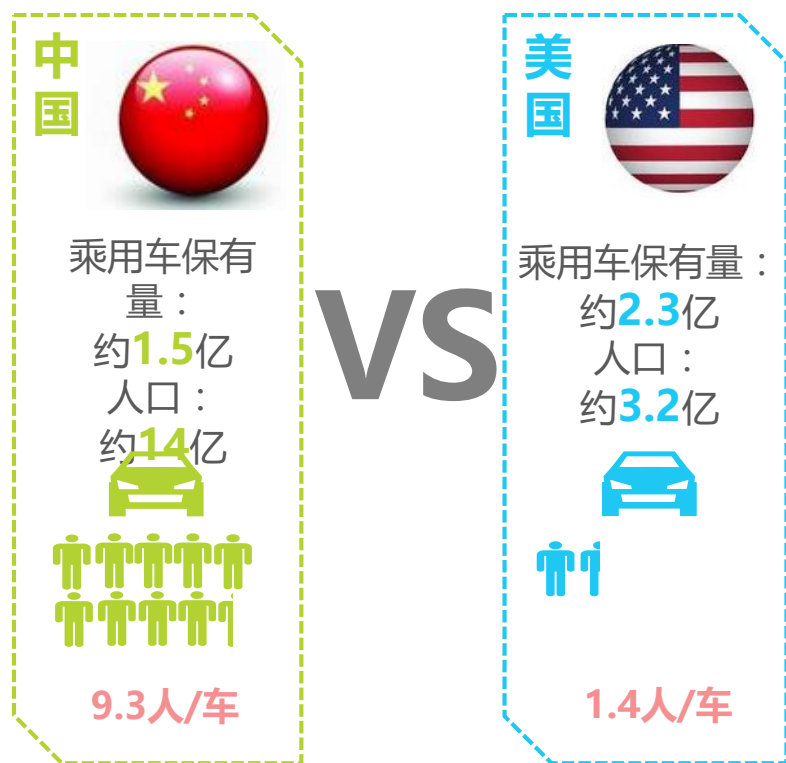
中国汽车行业背景

分析市场供给与需求，我国汽车行业仍有较大的发展潜力

数据显示，我国人车比为9.3：1，相比拥有成熟汽车行业的美国人车比1.4：1，我国汽车市场距离饱和度仍有较大差距；同时，我国汽车产能连年提升，目前实际产能已经完全满足年度销售需求，我国汽车消费市场仍具备巨大的可提升潜力。

2017年中美车均人口比例

2017年中国汽车行业产能概况



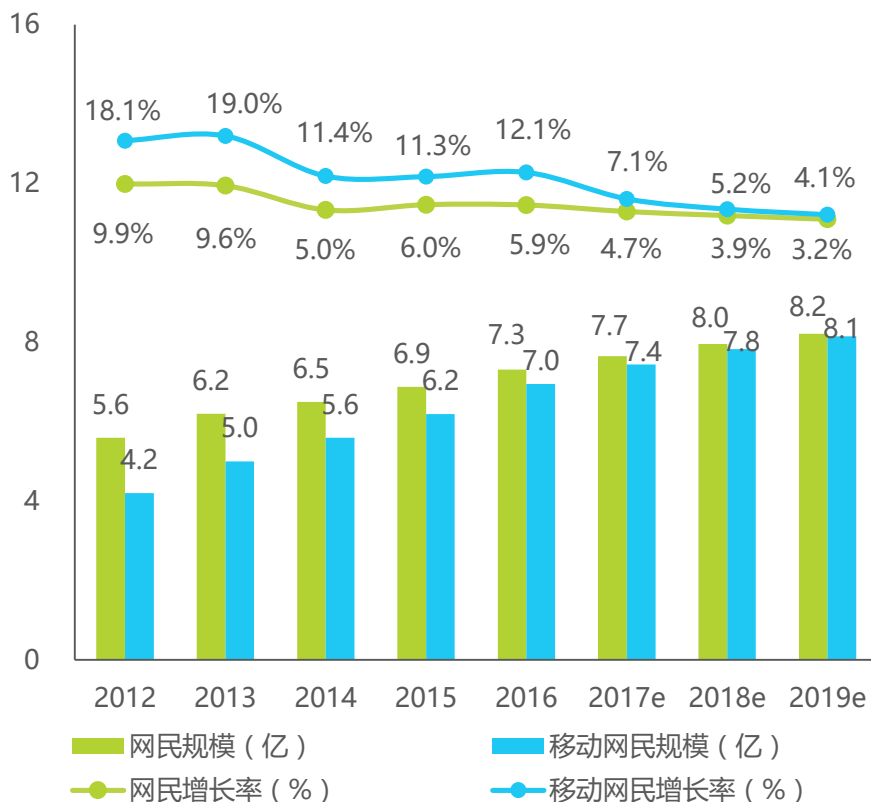
来源：中国国家统计局数据、美国国家交通部、美国国家统计局，艾瑞研究院自主绘制所得。

网民&电商行业规模持续扩大

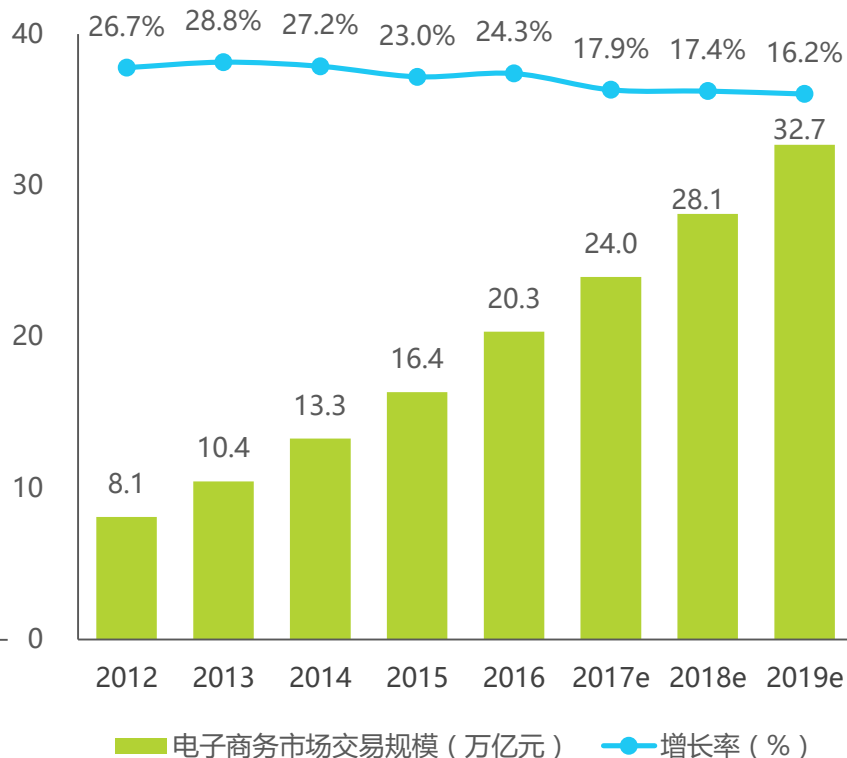
消费者线上消费习惯逐渐养成

CNNIC数据显示，我国网民数量保持快速增长的趋势，2016年，我国网民及移动网民分别达到7.3亿和7.0亿；艾瑞数据显示，2016年中国电子商务市场交易规模达20.3万亿元，保持高速增长；消费者正逐渐习惯于线上购物，未来电商市场规模将持续扩大。

2012-2019年中国网民及移动网民规模



2012-2019年中国电子商务市场交易规模



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

政策利好汽车电商落地

国家推行从生产到销售一系列政策重视汽车工业发展

汽车工业作为国家制造业的支柱之一，是衡量国家工业水平的基本指标。长期以来，国家一直重视鼓励汽车行业发展，在各个发展阶段，均有多种不同政策法规颁布实施，不断完善汽车工业整体行业规范，促进汽车工业更稳定更健康的发展，提升汽车工业的经济作用及影响力。

2009-2017年中国汽车行业主要政策法规

2009年

《汽车产业调整
与振兴规划》

主要作用：

稳定汽车消费，加快结构调整，增强自主创新能力和产业升级，促进我国汽车产业持续、健康、稳定发展

主要作用：

贯彻国家节能减排的重大战略，同时解决国家税负，拓展税基，增加国家和地方财政收入，引导汽车消费向节能减排方向发展

2012年

《中华人民共和国
车船税法》

2015年

《车辆购置税征
收管理办法》

主要作用：

刺激市场需求的释放，对于鼓励我国汽车消费及汽车生产企业产能投放起到了重大推进作用

2016年

《机动车维修管理
规定》

主要作用：

明确规定汽车用户可自由选择车辆维修保养店面，促进汽车售后服务领域的充分竞争，将维修费用控制在合理范围内

2017年

《汽车销售管理
办法》

主要作用：

供应商/经销商可以通过多种方式、多种渠道进行销售，可以同时经营多个品牌产品、为多个品牌汽车提供售后服务，消费者可以从多种渠道购买汽车、享受服务

技术创新推动新车电商行业发展

汽车及电商行业技术的不断突破是汽车电商行业的发展基础

技术是创新发展的驱动力，从汽车生产制造技术的电气化，到汽车物流、仓储的智能化，到汽车产品营销的精准与高效，再到电商交易技术的完善与安全保障等，都为汽车电商行业的发展打下了坚实的基础，保障了电商交易的顺利实现。

2017年中国汽车电商行业主要技术现状



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_21370

