

# 中国二手车电子商务行业年度盘点

China Used-car E-commerce Inventory

2015 年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)



海量行研报告免费读

**iResearch**  
艾 瑞 咨 询

## 目录

<b>1. 2015 年中国二手车电子商务行业发展概述 .....</b>	<b>2</b>
<b>2. 2015 年中国二手车电子商务市场发展盘点 .....</b>	<b>6</b>
盘点一：上上上上！广告大混战！ .....	6
盘点二：最不缺的就是砸钱的壕 .....	7
盘点三：巨头开始布局抢占一手车源 .....	9
盘点四：C 端用户才是致胜关键 .....	10
盘点五：汽车金融成为必备一环 .....	12
盘点六：渠道下沉 大势所趋 .....	13
盘点七：找准战略定位才能超车不翻车 .....	15
盘点八：车辆评估标准亟待建立 .....	16
<b>3. 企业案例分析 .....</b>	<b>18</b>
企业案例一：优信集团 .....	18
企业案例二：车易拍 .....	20
<b>法律声明 .....</b>	<b>22</b>
<b>公司介绍 .....</b>	<b>22</b>

## 1. 2015 年中国二手车电子商务行业发展现状

中国汽车行业经历了十多年的快速发展，新车的产销量已连续多年稳居世界第一。而随着居民汽车保有量的迅速攀升，二手车的交易量也呈现出快速增长的情景，消费者购买二手车的习惯也在逐渐养成。而伴随着互联网与移动互联网技术的不断成熟，国内二手车在近些年来涌现出多种新兴电商模式，自 2014 年起，二手车电子商务行业在中国开始了爆发性的增长，创业者、投资方均争先恐后的涌入了这个发展潜力巨大的市场。互联网的介入，极大地提升了整个行业的效率和价值。

### 未来三至五年二手车行业将迎来井喷式爆发增长

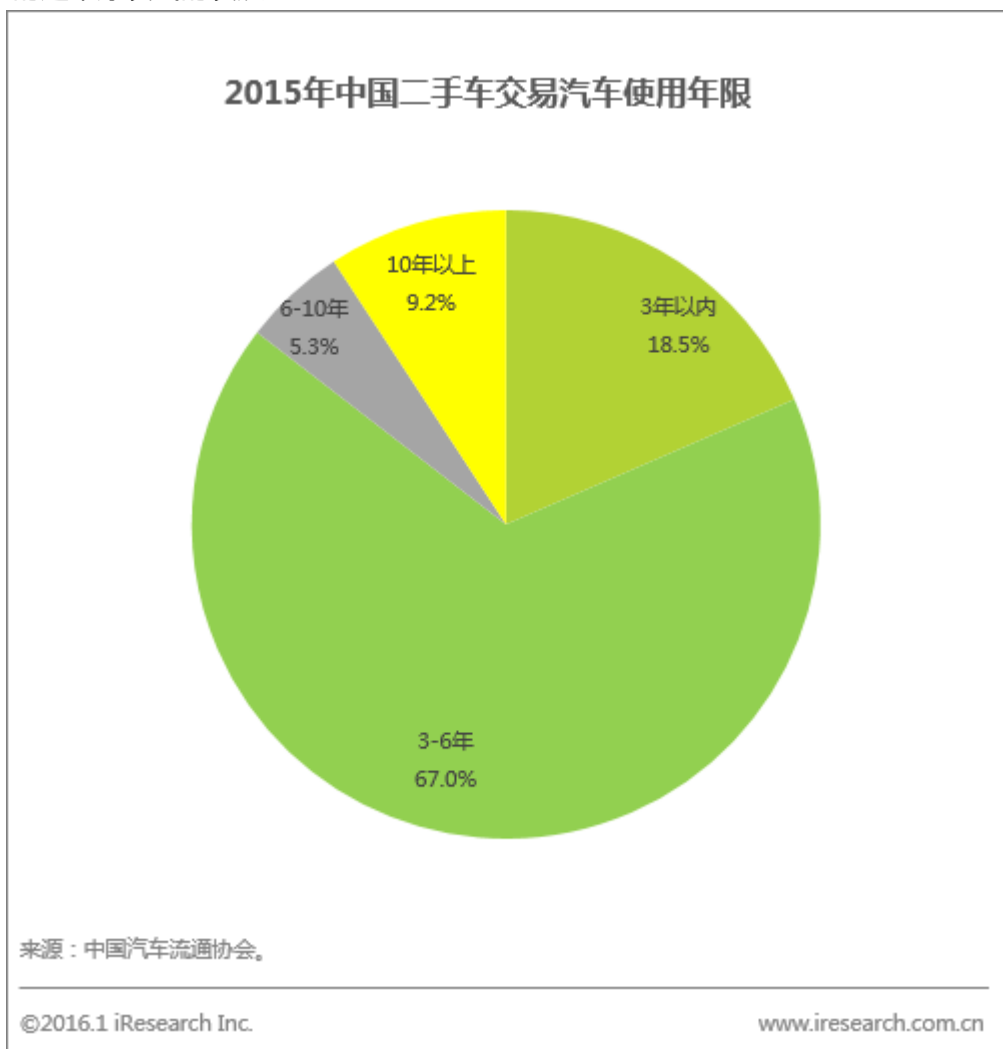
中汽协公布数据显示，2010 年以来中国汽车保有量迅速增加，2010 年同比增幅高达 53.0%，之后持续保持快速增长，年增长率均高于 10%，2015 年全国汽车保有量更是达到了 17210 万辆，再创历史新高。



图表1-1 2009-2015年中国汽车保有量

同时据中国汽车流通协会发布数据显示，2015 年中国二手车交易市场整体成交二手车

中约有 67.0% 的车龄集中在 3-6 年，这反映中国汽车用户更换汽车的频率较高。中国从 2010 年开始大幅增长的汽车保有量将在未来三至六年内为二手车市场提供大量的二手车源，车源的快速增长将助推二手车市场井喷式的爆发。中国汽车流通协会预计到 2020 年，中国二手车交易规模将达到 2920 万辆，新车与二手车交易规模比例将接近 1:1，中国二手车市场将真正的迎来爆发式的发展。



图表1-2 2015年中国二手车交易汽车使用年限

### 整体来说中国二手车电子商务行业仍属于初期发展阶段，电商渗透率仍旧偏低

二手车电商行业在 2015 年巨额融资动作频频，天价广告赚足眼球，引爆了整个二手车行业，彰显出二手车市场的巨大潜力，但整体来说当前中国二手车电商行业仍处于起步期向快速发展期过渡的初期发展阶段。现阶段的主要特点有：二手车电商渗透率和市场集中度依旧很低，但电商发拍量、成交量、成交率增长迅速，市场及企业的发展空间巨大；同时 C 端买方市场还处于用户培育的早期阶段，二手车产业链尚未完全打通，车源成为各方争夺的重点资源。部分电商平台开始探索新的商业模式，并逐步打造自己的二手车产业生态圈、尝试推出金融业务及金融产品，探索新的盈利模式。



图表1-3 2011-2015年中国二手车交易量

汽车流通协会发布数据显示：从2011年到2015年的5年间，二手车市场的交易量从681.9万辆上升到941.7万辆，而2015年相比2014年有21.3万的增量，增速略有放缓；据艾瑞咨询汽车研究中心数据显示，2015年电商平台的二手车交易量约为**84.6**万辆，二手车电商渗透率为**9.0%**左右（注：电商平台二手车交易量是艾瑞根据企业公开运营数据、行业访谈结合艾瑞统计预测模型估算，具体数据将在3月份发布的行业报告中详细解读）随着2C业务如火如荼地开展，下半年的电商渗透率有所提升，但与其他成熟的电商行业相比，仍处于较低水平。低渗透的背后显示二手车行业电商化的困境：车辆信息不透明、价格不透明、交易效率低及服务质量难以保证是目前用户最关注和担心的问题，如何消除用户疑虑提升二手车电商接受认可程度，需要更有效的用户培养及二手车电商自身服务质量的提升。随着中国二手车市场的发展及二手车电商渗透率的提升，二手车市场即将迎来真正的大爆发。

#### 中国二手车电子商务行业产业链长，电商切入点较多，发展潜力大

汽车行业将近70%的利润都是由流通及售后服务环节贡献。二手车作为汽车流通及后市场服务价值链上最为重要的一环，潜力巨大，因此长期以来二手车行业整个产业链上都布满了冗杂的参与者，电子商务的兴起不仅给二手车行业带来更高效、透明、便捷的交易渠道，而且二手车电商结合传统二手车庞大复杂的产业链催生了二手车电商行业的多种交易模式。



图表1-4 中国二手车电商行业产业链

现阶段二手车电商平台运营模式主要包括：针对上游收车环节的C2B竞拍模式、C2R竞拍模式（Retail：终端零售商），针对车辆流通环节的B2B竞拍模式，针对线上信息发布+线下门店撮合交易环节的C2C寄售模式，针对线上信息发布+线下撮合交易环节的C2C虚拟寄售模式，针对经销商和下游用户的B2C模式、二手车信息资讯平台模式。各模式分别聚焦于二手车电商交易的资源对接、收车、流通、销售环节。

整体来说,过去的2015年整个汽车电商行业取得了较大的发展,也发生了较多对行业有较大影响的突出事件,艾瑞以年度盘点的形式对此进行了详细梳理。希望通过此次年度盘点,能够帮助读者深入地了解2015中国二手车市场的重要的格局变化及主要参与者的市场动态,并以此洞悉中国二手车行业的发展现状及未来发展趋势。

## 2. 2015 年中国二手车电子商务市场发展盘点

### 盘点一：上上上上！广告大混战！

#### 热点事件回顾：

2015年10月7日，优信二手车凭借“上上上上，上优信二手车”一句广告语成功抢走第四季《中国好声音》总决赛的风头，其病毒式广告的传播力和穿透力达到了极佳的宣传效果，优信二手车也迅速被大量用户熟知。而这也拉开了二手车电商企业广告大战的帷幕，继而瓜子二手车、人人车也纷纷跟进，瓜子铺天盖地的楼宇、地铁公交广告席卷而来，人人车请来“六十亿”影帝黄渤前来助阵，仿佛一夜之间到处都是二手车电商广告，都在讨论二手车市场，二手车市场瞬间火爆起来。

#### 事件分析：

优信二手车是优信集团旗下B2C的业务板块，在3000万60秒的“史上最贵”广告投放之前，还曾以1.8亿元人民币的价格冠名爱奇艺《奔跑吧，兄弟》网络首播，连续的大手笔广告投入迅速引起二手车其他电商平台的广告投放跟进。此轮的广告混战中，瓜子二手车宣称拿出2亿元人民币进行广告宣传，人人车宣称广告费用5000万元人民币。天价广告投入的背后，凸显出中国二手车电商市场这一风口之上的激烈竞争，二手车市场迅速升温。



图表2-1 优信广告图

优信二手车的广告策略属于经典的“ADIA”模式。简单来说，消费者从看到广告到购买行动的一个流程，即“Attention”注意到广告讯息、“Interest”消费者对产品感到有兴趣、“Desire”是这个广告讯息触及到消费者的需求与欲望、“Action”消费者最后的购买行动，通过具有超强洗脑冲击性的广告形式，大规模地迅速投放，短时间内达到大量用户认知效果的广告行为。此次优信二手车突出的广告端表现将带来极高的行业的知名度和用户的认知度，对于初期的市场占领有较明显的优势。

优信二手车及其他二手车电商连续快速的广告战打法所达到的效果对缺乏标准化服务支撑的二手车市场而言，是在为其诚信形象背书。优信二手车豪掷千金开启了二手车商明星代言的新模式，而大笔的广告投入也让二手车电商不断在公众媒体上出境，客观上为二手车消费文化的普及做出了一定的贡献。



而从市场反应来看，二手车电商的宣传效果及消费者认知度得到了显著提升，起到了初步培养用户消费习惯，迅速聚拢用户的作用，鉴于汽车消费高额低频特点，想要用户的消费习惯及消费理念真正得到转变，接受并习惯于购买二手车，还需要长期持续的市场教育。需要持续的市场宣传、提升行业及品牌企业的知名度，因此可以预见2016年广告战将会持续升级。

## 盘点二：最不缺的就是砸钱的壕

### 热点事件回顾：

从2015年年初开始，二手车市场在资本追逐之中显得异常热闹，2月份车易拍获得由人人网领投的D轮1.1亿美金的融资；3月，优信集团获得由百度领投，KKR、Coatue跟投的C轮1.7亿美金的融资；与此同时其他各模式二手车电商平台也纷纷获得资本市场的青睐，均获得巨额融资，车猫获由浙富控股旗下投资基金领投的12亿人民币融资；天天拍车获A+B轮总计7300万美元融资，投资方包括软银中国、易车网、腾讯等；人人车获腾讯、小米8000万美元融资。

### 事件分析：

2015年众多“互联网+”浪潮下诞生的“O2O”企业失去了背后金主的支持，遭遇所谓的“资本寒冬”，而同样“O2O”模式的多数二手车电商企业却均获得了巨额的融资，优信集团、车易拍等二手车电商平台相继宣布完成新一轮融资，巨额融资的背后是资本扎堆二手车电商行业、布局二手车电商市场的真实写照，同时资本的支持也成就了2015年二手车电商的集体爆发。

序号	企业名称	融资时间	融资金额	融资阶段	投资方
1	优信集团	2015.03	1.7 亿美元	C 轮	百度领投，KKR、Coatue 等投资
2	车易拍	2015.02	1.1 亿美元	D 轮	人人网领投

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\\_21626](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21626)

