

中国二手车电子商务行业研究报告

China Second-Hand Car E-commerce Report

2015 年

www.iresearch.com.cn

iResearch
艾瑞咨询



海量行研报告免费读

目录

序言.....	3
I.研究方法.....	4
II.概念定义.....	5
III.报告摘要.....	6
IV.报告正文.....	7
1. 二手车电子商务市场概述.....	7
1.1. 中国二手车电子商务市场概述.....	7
1.2. 中国二手车电子商务产业链概述.....	9
1.3. 中国二手车电子商务核心运营模式.....	10
1.4. 中国二手车电子商务 PEST 分析.....	12
2. 中国二手车电子商务市场发展现状.....	20
2.1 中国二手车电子商务交易规模——平台发拍量.....	20
2.2 中国二手车电子商务交易规模——车辆成交量.....	21
2.3 中国二手车电子商务交易规模——交易金额.....	23
2.4 中国二手车电子商务交易类别——热销品牌.....	24
2.5 中国二手车电子商务交易类别——热销车型.....	24
2.6 中国二手车电子商务交易类别——热销属性.....	25
3. 中国二手车电子商务市场竞争格局.....	27
3.1 二手车竞拍模式核心企业横向对比.....	27
3.2 中国二手车电商竞拍模式核心企业对比.....	29
4. 中国二手车电子商务市场核心代表企业分析.....	37
4.1 优信拍.....	37
4.2 车易拍.....	38
4.3 开新帮卖.....	39
4.4 大搜车.....	40
4.5 易车二手车.....	41
4.6 二手车之家.....	42
4.7 CHE101.....	43
5. 中国二手车电子商务发展趋势.....	44
趋势一：二手车电商交易量将持续稳定增长.....	44
趋势二：来自资本市场的融资增多，二手车电商竞争加剧.....	44
趋势三：二手车线上业务离不开线下服务质量的提升.....	44
趋势四：未来竞拍模式仍将是二手车电商的主要交易模式.....	45
趋势五：整个汽车电商市场，将从垂直深耕逐渐向横向扩张发展.....	45

法律声明.....46
公司介绍.....46

序言

本报告旨在探索中国二手车行业与互联网结合创新和高效交易服务的新兴模式,并总结了 2014 年下半年行业的最新动态。在本报告中,广义的二手车电商指借助互联网与移动互联网,以二手车为营销对象,参与二手车的营销、交易、评估、消费服务等各环节中信息及交易活动的企业;狭义的二手车电商是指专注于将二手车传统交易与互联网相结合,深入参与二手车交易,并提供交易服务的电子商务平台。

汽车生产环节将近 70%的利润都是由流通和售后服务环节贡献。二手车作为汽车流通价值链上最为重要的一环,中国二手车市场潜力巨大,前景空前。从 2000 年到 2014 年的 15 年间,二手车市场的交易量从 25.17 万辆上升到 605.30 万辆,增长了约 24 倍,交易金额已达到 3675.65 亿元的规模,较 2000 年增长了近 58 倍。中国汽车流通协会预计,到 2020 年中国同期二手车交易规模达到 2920 万辆。新车与二手车交易规模比例将接近 1:1,中国汽车市场将更加体现成熟市场的基本特征。二手车流通规模的快速增长,将促进循环消费,推动汽车工业健康发展,在引导生产、扩大消费、带动就业、促进经济平稳较快发展、提高人民生活水平等方面将起到重要作用。

伴随互联网与移动互联网技术的成熟,国内二手车在近 3 年间涌现多种新兴电商模式,备受业内外及资本关注,二手车电商的发展更是对汽车工业和汽车流通业带来巨大的牵动力。

艾瑞一直专注于广告、网络媒体、电子商务、网络游戏、无线增值等互联网经济研究,本报告致力于研究汽车流通市场的创新,探索包括 C/B2B 竞拍模式、C2C 寄售模式、C2C 虚拟寄售模式、B2C 卖场模式、第三方估值模式、垂直搜索以及交易资讯平台模式在内的二手车主要新兴模式在中国的发展。艾瑞希望借此二手车电商行业报告,能够帮助读者更深入地了解当前中国二手车市场的主要参与者及其商业模式,并以此洞悉中国二手车行业的发展现状及未来发展趋势,继而为推动中国二手车市场不断壮大、有序的飞跃式发展贡献力量。

I.研究方法

本报告数据搜集和分析主要采用行业深度访谈、用户在线定量调研、桌面研究等研究方法，并结合艾瑞自有的数据监测系统以及相关的数据资料来进行分析。

- 通过对二手车产业链各细分行业专家、代表性企业的负责人员进行深入访谈，对相关行业的主要情况进行了解，获得目前中国二手车电子商务行业的商业模式、竞争现状以及发展趋势等方面第一手资料。
- 桌面研究，大量收集行业公开信息。艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

II.概念定义

目前,二手车电子商务交易市场的各项系数统计方法多种多样,艾瑞咨询根据多家机构访谈结果,将在报告中出现的计算方法做以下梳理,如没有特殊说明,本报告将按照二手车电子商务的产业链各环节进行研究。

➤ 二手车电商交易平台

本报告中涉及的二手车电商交易平台包括 C/B2B 竞拍模式、C2C 寄售模式、C2C 虚拟寄售模式、B2C 卖场模式、第三方估值模式、垂直搜索以及交易资讯平台模式。本报告中涉及到的二手车电商交易数据仅统计竞拍模式平台交易数据。

➤ 二手车电商交易平台发拍量

通过二手车电商交易平台发布的车辆的数量(不包括线下竞拍发拍量)。同一笔交易中,车辆发布多次记为一次。此项指标,反映了二手车电商交易平台吸引和聚集车源的能力,是本报告体现行业核心企业水平的重要指标。

➤ 二手车电商交易平台成交量

通过二手车电商交易平台真实交易成功的车辆的数量。通过线下渠道成交(如大客户直接线下交易、现场竞拍等)的车辆不计入成交量。此项指标,反映了二手车电商交易平台实际参与流通的车辆情况,是本报告体现行业核心企业水平的重要指标。

➤ 成交率

成交率=二手车电商交易平台成交量/二手车电商交易平台发拍量*100%

➤ 二手车电商交易平台交易总金额

交易规模即二手车电商交易平台的总交易金额,是各平台成交车辆单价的总和。

➤ 平均成交价格

平均成交价格=二手车电商交易平台交易总规模/二手车电商交易平台成交量

➤ 日均发拍量

日均发拍量=月发拍量总和/本月天数

➤ 日均成交量

日均成交量=月成交量总和/本月天数

III. 报告摘要

- 二手车电子商务指的是以二手车为营销对象，互联网为营销环境，达成二手车交易的过程。形式主要有 C/B2B 竞拍模式、C2C 寄售模式、C2C 虚拟寄售模式、B2C 卖场模式、第三方估值模式、垂直搜索以及交易资讯平台模式等。
- 截止 2014 年 12 月，中国二手车交易量达到 605.3 万辆，同比增长 16.3%。近几年，中国二手车市场交易量一直保持稳定增长态势。
- 2014 年下半年，二手车电商交易规模达 72.9 亿元，发拍规模约为 464383 辆，成交规模约为 176930 辆，成交率 38.1%。
- 竞拍模式是二手车电商的主要模式，优信拍、车易拍领跑二手车竞拍模式。2014 年下半年，二者成交量共占据 69.2% 的市场份额。竞拍模式短期内仍占主导地位。
- 同 2014 年上半年相比，下半年国四准入的城市有所增多，给二手车的流通造成了一定影响。但未来《二手车流通管理规范》的出台以及限购城市数量的增加，对于二手车外迁需求的提升和改善二手车交易环境都将是利好消息。
- 与二手车销量相比，二手车电商渗透率不到 10%，但随着人们车辆置换需求的增多以及消费观念的改变，二手车电商未来发展前景广阔。
- 随着资本市场的不断融资，越来越多的电商将会参与到二手车市场的竞争当中，行业竞争加剧。

IV.报告正文

1. 二手车电子商务市场概述

近年来,随着经济的发展和人们消费观念的转变,二手车市场得到了迅速发展。但传统的二手车销售模式存在诸多问题,市场较为分散,阻碍了二手车买卖双方交易的达成,二手车市场发展受限。

如今,电子商务的蓬勃发展,互联网已经渗透到了经济生活的各个领域,为传统二手车营销模式向电商模式的转变提供了良好的发展基础。基于互联网的二手车营销模式的兴起,一定程度上改善了传统二手车销售的信息不透明、诚信度低、漫天要价等弊端,转变为以客户为中心的营销方式,促进了二手车的交易流通。

1.1. 中国二手车电子商务市场概述

1.1.1. 二手车电子商务概念

二手车电子商务是通过互联网或其他数字化媒介渠道,进行二手车资讯传播及交易的形式。它充分利用现代信息技术所提供的条件,打破时间和空间的限制,借助丰富的二手车资源,形成在线的二手车资讯交互机制,实现了有别于传统二手车检测、销售的全新方式。

1.1.2. 二手车电子商务特点

➤ 广泛性

二手车电子商务继承了互联网的发展基因,拥有广泛的目标用户群。且突破了传统的二手车交易的地域局限,通过互联网实现信息广泛覆盖;通过汽车检测、在线支付、汽车物流,及积极的线下业务网络布局,实现了二手车全国范围内的广泛流通,让中国二手车拥有更广阔的市场。

➤ 真实性

二手车“一车一况”的特殊性,让传统二手车市场的检测和定价较为困难。二手车电商的检测让车况、车价真实透明。建立二手车销售市场的信誉、获得消费者的信任。

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_21764

