

二手车电商 有望率先突破百亿元规模

悄然间,二手车电商开始在中国走红。最新数据显示,2014年是二手车电商的爆发元年,中国二手车电商去年的交易量为60.52万辆,交易金额达到340.3亿元人民币,电商交易量基本已占到二手车交易总量的10%左右。根据中国汽车市场指数研究所预计,到2020年,中国二手车市场交易量有望达到4000万辆,市值将会突破1万亿元。业内普遍认为,互联网传播便利、资源集约性强等特性使得依托于互联网发展的电商平台在二手车市场快速发展过程中逐渐崛起。

二手车进入置换高峰期

中国汽车流通协会近期公布的数据显示,2014年二手车交易量达到605.29万辆,同比增长16.33%;交易额达到了3675.65亿元,同比超过26.03%。中国汽车流通协会副秘书长沈荣表示,二手车即将取代新车市场地位成为汽车消费市场的主体是汽车产业发展的必然趋势。

据了解,美国二手车是新车交易量的3.3倍,德国为2.3倍。即便是二手车交易量不断下滑的日本,二手车也是新车交易量的1.5倍。与发达国家相比,我国二手车与新车交易量的比值还相对较低,不足美国的1/10,德国的1/8,日本和韩国的1/6。因此,保守预测,哪怕我国二手车与新车交易量达到1:1的水平,市场规模也在2000万辆以上。

沈荣告诉北京商报记者,2009年是中国汽车市场井喷式增长的一年,这一年新车销量1360万辆,同比激增48%。按照行业惯例,车主的换车周期在五年左右,以此推算,2015年将是车市爆发之年、购车人群的换车高峰。目前行业内的普遍共识是,最迟到2015年,国内二手车市场的年交易量将超过1000万辆。

“虽然市场很大,但是国内二手车市场的发展却一直处于小农经济状态。”沈荣表示,目前国内二手车经销商的数量在10万家以上,但其中绝大部分每年只能做到100辆左右的规模,能做到每年超过1000辆车的经销商凤毛麟角。

北京卓杰行经纪有限公司副总经理袁兵认为,国内二手车资源都掌握在个体车主手中,车源的碎片化导致难以形成规模化的二手车经销商。“我们现在是收到什么车卖什么车,而在欧美等成熟市场,二手车经销商都是什么车好卖就收什么车。”

此外,据亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉介绍,传统二手车售卖中间环节成本太高,消费者卖出二手车再到二手车卖出去,环节很多。“二手车市场每笔交易至少有3-4个中间商,他们都需要获利,即便是4S店置换也最终是将车转手给二手车商,因此整个成本都会转嫁给消费者。”颜景辉说,“但二手车电商的出现解决了上述问题。”

资本介入二手车行业

“互联网最大的优势就是信息整合能力强、扁平化。”车易拍联合创始人兼副总裁蔡旭表示,目前二手车交易平台,无论是像车易拍、优信拍这样的B2B企业,还是像人人车、大搜车这样的C2C创业者,都希望通过互联网有效地减少二手车交易的中间环节,让买卖双方都得到最好的价格。

此外,二手车电商受到追捧也有着更为现实的原因。随着越来越多城市限购政策的出台,新车销售的增量市场被人为抑制,置换销售成为了限购城市4S店销售的新引擎。4S店想要吸引那些有置换需求的车主,就要为他们

手头的车辆找到好出路。而各地越发严格的限迁政策又挤压了二手车的流通渠道,于是,如何高效准确地对接供求双方成为了经销商们最头疼的事情,而就在这个时候,二手车电商的出现解决了他们的燃眉之急。

据不完全统计,过去两年,二手车电商领域迅速进入大量新兵。除了车易拍和优信拍,其他形式各异的二手车电商还包括大搜车(有线上网站和线下卖场的二手车交易平台)、273二手车交易网(线下二手车连锁店)以及91拍车等。

“目前风投对二手车电商非常热衷,很多资本都希望涌进来。”车易拍CEO杨雪剑表示,只要有潜力,眼下二手车电商融资并不是什么难事。

公开资料显示,车易拍于2011年完成A轮融资,获得晨兴创投融资500万美元,并在2013年4月获得B轮2000万美元的融资。车易拍的竞争对手优信拍同样在2013年4月完成了3000万美元的A轮融资,由联想控股旗下的君联资本领投,联手DCM、贝塔斯曼(BAI)和腾讯产业基金三家机构共同投资,成为当时二手车交易领域最大的一笔融资。

不过,由于以线下交易为主,优信拍在业务扩张的野心不断膨胀的同时,对资本的需求也前所未有的迫切。2014年9月18日,优信拍宣布,公司完成新一轮约2.6亿美元的融资,投资方包括华平投资集团、老虎环球基金等多家投资机构。相比之下,车易拍更加按部就班,2014年2月14日,车易拍获得红杉资本领投,晨兴创投、经纬中国和中信资本等跟进的C轮融资金额超过5000万美元。

数据显示,仅2014年,中国市场就有约30亿美元的投资和汽车O2O有关。在易观智库近日发布的一份报告中称,2014年国内关于二手车电商的投融资超过10起,其中有近五成的投融资额度超过1000万美元。据粗略统计,2011年至今,二手车电商融资额度已近百亿元人民币。沈荣预计,未来将有可能出现1-2家最具实力的二手车电商企业实现IPO,其交易规模也将达到几百亿元级别。

行业期待出现领军者

伴随市场不断发展以及在政策的综合作用下,二手车电商平台的产业链日趋精细化,运营模式从最初的C2B、B2C两类平台逐步细分为C2B、B2B、B2C、C2C几大类平台。

优信拍、车易拍等企业是B2B平台的典型代表。据了解,2010年,凭借独创的268V检测设备和标准,以亚运村汽车交易市场起家的车易拍在线交易平台正式上线,一辆红色的标致206在车易拍网络竞价平台上胜利成交,开创了国内二手车交易史上“只看报告不看车”的创新交易模式。而成立于2011年的优信拍,是一家专业提供二手车电子化竞价平台的供应商,最近几年来已经在包括北京、上海、广州、天津、成都、杭州六大中心城市成立二手车服务中心。

官方数据显示,从2010年完成车况标准化工作以来,

仅用三年时间,车易拍的交易量就从年交易700辆增长到2013年的10万辆;而在去年,优信拍平台单月成交量达到了1.2万辆,并以15%的速度逐月增长。

作为后起之秀,平安好车已经在过去一年迅速完成了第一阶段的全国布局,进入了全国12座城市,虽然目前平安好车的交易量尚且微不足道,但是由于有平安集团的金字招牌以及庞大的车险客户资源,这让行业的对手们都不敢对它掉以轻心。

神州二手车则是个不太一样的玩家,租车公司进入二手车市场有着许多天然的优势,其中最大的优势当属可以提供稳定、成规模的车源,除此之外,租车公司遍及全国的线下网络也可以助二手车业务一臂之力。据悉,去年一年,神州的二手车交易量已经达到1.5万辆。当然,神州二手车的短板也很明显,那就是车型比较单一,而且车况会差一些。

从目前来看,大部分二手车电商网站的商业模式都非常简单,一方面向卖车人收取几百元的检测费用,另一方面,每笔交易成功后向车商收取3%左右的交易佣金。“不过,在二手车的产业链条里,蕴藏着众多新的商业机会。”沈荣说。

以平安好车为例,平安好车CTO陈申峰表示,“除了O2O落地,更重要的是要把交易服务平台和平安提供的一些其他金融相关服务嫁接在一起,在经销商、贷款融资、C端客户等几个环节上推出一些新的项目”。

沈荣认为,未来中国的二手车一定会像美国市场一样,年交易量达到新车销售的两倍以上,但随着国内二手车市场的快速发展,规则和玩法都在迅速变化,所以未来哪家公司把握了市场的发展方向,就将成为二手车电商的领军者。

北京商报记者 钱瑜/文 贾丛丛/制图

