

二手车电商尴尬，纯线上交易不到2%

重服务，快速发展线下加盟体系 守诚信，专家呼吁第三方认证车况

借着互联网与资本市场的万丈光芒，二手车电商近年可谓来势汹汹。然而，其交易量却并没想象的那般凶猛。去年二手车电商11%左右的市场占有率，似乎也证明线下车商资源才是二手车消费市场的香饽饽，线下平台才是主战场。

随着政策的给力，去年我国二手车交易量首次突破千万大关；而随着政策的持续发力，2017年二手车市场增速将在20%左右，交易量也有望突破1250万辆。

■记者 胡锐



二手车行业发展重在服务和诚信，第三方认证被寄予厚望。

【前景】
解禁限迁并建立信息平台
二手车市场增长可期

“政策的推动对二手车市场的发展至关重要。”黄智威表示，近年国内二手车市场的发展一方面得益于市场的自发力量，但另一方面与政策的支持分不开。

去年3月25日，国务院出台《关于促进二手车便利交易的若干意见》，正式给二手车的自由流通“松绑”，并要求在行业内建立信息化平台。紧接着9月30日，湖南省《关于促进二手车便利交易的通知》（湖南“省八条”）正式发布，给本地二手车商带来喜讯。今年，商务部再度为落实“解限”下达通令。对于在机动车环保定期检验和安全检验有效期内，并转入地环保检验，符合转入地用车排放标准要求的车辆，各地不得设定其他限制措施。

据统计，在2016年中国新车与二手车的出售比例为3:1，即每卖出三辆新车的同时就会有一辆二手售出。按照《汽车电子商务蓝皮书》预计，到2020年，全国二手车交易量将会超过2000万辆，交易金额超过1万亿元。

“新政对二手车行业的发展，无疑起着重大推动作用。”湖南二手车流通协会副秘书长刘志强告诉记者，不论是解禁限迁还是建立信息平台，都将大大促进本地二手车的流通，及市场的规范运行。刘志强表示，随着政策的持续发力，二手车市场增长可期。

【数据】

今年交易量有望破1250万辆
年轻人是消费主力

“我想买辆几万块钱的二手车，等钱攒足了，车技练熟了再换辆好的。”看到身边开车的朋友越来越多，王启斌也萌发了买车的想法。近年，随着国内汽车保有量的快速增长，二手车市场开始升温，而像王启斌一样购买二手车的人也开始越来越多了起来。

“去年‘国八条’的出台，进一步促进了市场交易量的释放。”湖南省二手车流通协会会长黄智威介绍，仅去年12月，全国二手车市场交易量就达108.12万辆，创下历史高点，并实现交易环比上升8.82%，月度同比增长6.33%。据不完全统计，目前国内已有7个省的二手车限迁政策完全打开，这也在一定程度上导致了去年全国二手车交易首次突破千万大关，达1039万辆，比上年增长10.33%。

不过，黄智威仍期待政策落实得更彻底些，因为按照国务院的要求，各地应该在去年5月底就落实限迁解禁政策，但至今仍有一些地方对外地二手车的迁入有限制条件，以致新政对交易市场的促进作用还不是很明显。

“今年，协会的首要工作目标是推动限迁解禁，力争让‘国八条’规定的非限迁城市80%的市场全部打开。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示。

据此预测，2017年二手车的市场活力增长恢复，今年二手车数据将优于2016年，预计2016年汽车保有量析出率将达到7.3%。若以目前1.9亿的汽车市场保有量计算，今年二手车交易量会有望突破1250万辆，同比增长20%。

此外，相关研究表明，二手车交易用户群体呈现年轻化的趋势，其中25—35岁用户占比56%，36—45岁用户占比24.4%，24岁以下占比10.3%，45岁以上占比9.3%。80后、90后作为新兴消费群体，逐渐在二手车领域占据主要地位。

【现象】 来势凶猛的电商交易仅占11%，线下仍是主战场

近年，随着互联网经济的大行其道，二手车行业也没逃过电商化的袭击。一时间，瓜子二手车、人人车、优信二手车等各种二手车电商平台如雨后春笋般涌现；资本市场也对之格外青睐，一笔笔巨额融资也被相继爆出。一场来势汹汹的二手车电商革命扑面而来。

去年9月，瓜子二手车发布消息称，公司完成A轮融资共超2.5亿美元；同时人人车也宣称，截至去年9月，已经完成D轮系列的首轮融资1.5亿美元，自成立以来融资额达2.6亿美元；今年1月，优信二手车宣布，完成新一轮5亿美元融资……

在二手车电商业界，除了不断上演着融资额一山高过一山的大戏外，还渲染出交易量地爆发式增长的气氛，似乎在预示天下，未来的二手车市场终将属于电商企业。瓜子二手车宣布去年12月单月销售额突破30亿，持续保持月增幅超过20%的高速增长，完美收

官2016年；人人车称，截止到去年7月，单月交易量突破1.8万辆，历史累计交易量超过20万辆；优信二手车表示，2016年上半年，其成交量达到28.3万辆，占2C模式整体成交量的70.3%。

在电商的冲击下，二手车有形市场不断传来被洗盘和转型的声音。只是在交易量上，这来势汹汹的二手车电商并没想象中的那般凶猛。

“去年电商的交易量只占整个市场的11%左右，其中有大概9%是由线下引流，而纯电商交易量则不到2%。”近日，湖南中南二手车工程机械交易管理有限公司副总经理蒋智群在湖南二手车流通协会峰会上介绍，二手车是一个重服务的行业，很多交易需要场景才能达成，单纯的线上无法实现，而且现阶段的线下流量要多于线上流量。

“单纯的电商平台，虽然拥有巨大的流量，但其成交量不高。”车猫创始人、CEO

黄巍也认为，纯粹通过“线上运营”这一模式去获取交易和收入，是很难取得较高的运营效率的。所以，利用现有的线下经营者，提高他们的效益，与之形成共同品牌、共享客户、共享资源，对彼此来说是双赢。因此车猫从去年开始就在进行转型，快速发展线下加盟体系。“启动15天，发展了50家加盟商。”

其实作为二手车电商但转攻线下业务的并非车猫网一家，越来越多的线上平台开始注重对线下资源的抢占和把控。电商人人车也早就在建线下交易服务中心，目前其在全国拥有线下合作店120家，可为用户提供完善便捷的售后服务；同时人人车还与大型汽车营销企业庞大汽贸集团达成战略合作。

“大数据、信息技术是电商的最大优势，但还有服务、现场体验等重要消费环节需要线下来完成。”黄智威表示，所以线下车商资源才是二手车行业的“香饽饽”。

观察

产品标准化或解决诚信问题，第三方认证被寄予厚望

“说好的只跑了2万多公里的车，却变成了6万多公里。”说起自己购买二手车的经历，谢海表示很失望。他在中南汽车世界二手车市场选了辆二手车，谈好价格交了定金后，却查出汽车的里程表被人动了手脚。谢海果断取消了订单，却遭遇车商迟迟不肯退还定金，而且对方还说“调表是很正常的事。”

其实在二手车市场，像谢海一样遭遇消费不透明的消费者还不少。由于二手车产品具有“车况不确定”和“一车一价”的特性，国内二手车行业普遍存在价格、车况、交易过程等不透明的问题。这也直接导致了二手车消费的诚信问题。

如何解决好二手车市场诚信问题，使得二手车市场实现

高速增长？“产品标准化是关键。”刘志强认为，解决诚信问题光靠商家的自律是远远不够的，但通过制定相应的行业标准，产品标准化，则容易多了。湖南省二手车流通协会培训中心主任潘国强对此也表示认同。

潘国强还提出，非标准特性决定了在二手车产品良莠不

齐的现状，这也是消费者望而却步的最大原因。长期以来国内二手车市场完全是野蛮状态，普通消费者想买到一辆好的二手车要么靠眼力，要么撞运气。通过第三方标准化的车况检测对预出售二手车进行认证，正是为二手车市场实现公平、公正、透明、诚信的经营环境奠定了坚实的基础。