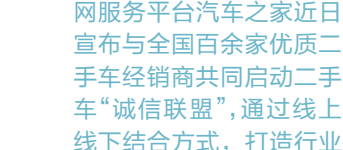


不论是线下还是线上市场，信用问题依旧是当前显著制约二手车市场进一步壮大的瓶颈。从未来看，整个行业链条上各方能否共同发力破解这一痛点，并形成完整的交易闭环，是二手车市场健康成长的关键。

国内领先的汽车互联网服务平台汽车之家近日宣布与全国百余家优质二手车经销商共同启动二手车“诚信联盟”，通过线上线下结合方式，打造行业领先的二手车C2B2C交易闭环，推动车源、车况真实一致，信息透明可查。

政策支持发展二手车市场，金融和大数据成未来关键

线上线下融合 建“诚信联盟”治乱象



政策促进线上线下融合

此前，商务部发布《关于促进二手车便利交易的若干意见》，取消了二手车限迁政策，并提出“积极引导二手车交易企业线上线下融合发展，鼓励发展电子商务、拍卖等交易”。政策红利促使大量资本涌入二手车电商行业，让这一新兴领域迅速从蓝海走向了红海。在此过程中，二手车电商平台也意识到线上线下协同发展的重要性，各大主流平台纷纷布局，加快二手车新零售的落地。

例如，毛豆新车网为进一步加码新零售将依托0到一成低首付的融资租赁模式帮助消费者降低购车门槛，同时凭借线上+线下的资源优势互补，全面提升用户购车体验。未来为了能够更好地服务客户，毛豆新车网还将在全国范围内开设更多线下交付体验店以辐射更多群体。

“二手车需要在线下场景才能完成最终交易，C2C的业务模式交易效率相对较低，因此开设线下门店并发展保卖业务可以让消费者一次性看到更多优质车源，从而大大提升买家购车信心和意愿。”易观分析师余目分析称。

事实上，以瓜子二手车为代表的C2C模式的二手车平台，在近年积累了大量的买卖数据，依靠高频用户发展出新车租赁购买模式，逐步形成了具备和主机厂议价能力的新零售平台雏形。

还有业内人士认为，迈迈车等B2B模式的平台，通过对数据的处理分析，在二手车定价、残值和售卖周期预估上进行数据建模，以需求方的需求在数据库中匹配到车源信息，结合强大的算法，进行采购、物流、过户、库存管理等线下门店的科学化管理。新零售在某种程度上改变了原先直接交易的模式，线下店开始承担起“交易场所”的角色。

“二手车市场线上线下正在日渐融合。线上的红利基本结束，接下来把线上和线下对接起来形成闭环，提升效率，给用户更佳体验；车源融合，未来4S店，包括综合经销商和独立二手车经销商，车源会变得融合；大渠道融合，品牌连锁、大4S店和厂家二手车部门，厂家大客户以及金融机构，都会加大对二手车市场的投入。”中研普华研究员周少冬介绍。



金融和大数据成未来关键

发展到现阶段，二手车电商平台都在着力做些什么？

业内人士指出，在行业基础设施建设相对薄弱的当下，电商平台快速提升行业交易量的方式及盈利方式主要是通过线下经销商补贴及金融服务的推广；鉴于当下二手车金融渗透率仍处于较低水平，二手车金融业务仍将是行业短期内的重点发展方向。

有投资人直言，行业对于大数据业务仍在早期探索阶段，当前主要应用在辅助营销、获客、客户的维护以及辅助金融风控等方面；未来，大数据的作用将更为普遍，更为成熟，其价值也将逐渐呈现。

此外，新零售的概念下，各家电商平台也意识到线上线下协同发展的重要性，汽车销售对于线下场景的需求更为强烈也更为现实，行业内主流平台均在布局线下服务门店及物流、金融等服务设施建设，加快二手车新零售的落地。

对于从业者而言，二手车行业缺乏基本行业规范，税收标准以及相关法律法规的缺失；缺乏检测技术标准及专业技术设备、专业人才及行业基本素养；二手车限迁政策长期以来严重限制着我国二手车跨地域交易与流通。

但这些问题正在逐步解决。据悉，自2017年以来，来自政府层面的重视与监管愈加强烈，行业政策逐步出台完善、汽车市场发展环境更加自由与公平、二手车解除限迁也将是大势所趋，未来二手车电商平台将加快线下服务设施包括交易门店、检测技术及物流服务等建设落地与运营，构建全国性二手车交易流通服务平台。



诚信才会让平台脱颖而出

虽然二手车市场发展较快，但不论线上还是线下，信用问题仍是当前困扰行业继续壮大的最大障碍之一。面对市场上部分车商诚信缺失、流程不透明等问题，不少意向购车用户因缺乏专业鉴别能力，往往对二手车望而却步。目前国内二手车销量与新车销量的比例，与欧美等成熟的二手车市场相比仍有不小差距。与此同时，不少车商则受制于缺少车源、资金、客流、品牌等问题，难以把规模做大。

天天拍车创始人兼CEO汪薇薇认为，不论是二手车线上市场还是线下市场，目前最需要做好的事是“透明”。只有打造出一个透明的汽车交易环境，并同时确保延保、质保、回购等各环节的可靠，用户才能买到放心的二手车。

有关专家表示，二手车市场的健康成长，只靠一个环节无法实现，必须市场整体链条上包括行业协会、检验机构、线上交易平台、线下经销商等各个环节的密切配合。此外，要加大配套的法律法规出台，助推二手车信息和信用体系建设，有效保障消费者权益，让消费者免去二手车消费的后顾之忧。

汽车之家董事长陆敏认为，当前消费者已习惯了购物有第三方权威平台进行监管保障，这样能避免商品发现问题后投诉无果等问题。对于二手车这类单价较高的非标品，平台口碑是用户购车的重要依据。因此需要制定以诚信为核心的行业标准，建立可靠的平台，从源头上把关车源质量和车商服务水平，有效改善二手车市场交易环境。

从发展趋势看，二手车市场今后势必进入以打造诚信为核心的新阶段，这是市场发展程度、法律引导以及消费者需求导向等诸多因素共同作用的必然结果。二手车市场中的主流企业将率先发起这一阶段的洗牌，加快构建满足消费信用需求的有效交易闭环。今后一段时间，行业内围绕这一目标的优势互补合作及强强联合有望不断增多。纯粹依靠巨额广告投入获得流量来“跑马圈地”的模式或将逐步淡化，依靠优质口碑的平台和品牌会脱颖而出，而难以进入信用闭环的商家则可能会被市场淘汰。

■综合新华社、证券时报

