

经济新闻 | 关注

年初以来,郑州平均每天新增机动车2000辆
二手车市场持续增长,成资本追逐对象

线上成展厅 二手车电商O2O是王道?



二手车市场进入高速增长期

二手车市场有多大?来自中国汽车流通协会的数据显示,上半年全国二手车总交易规模为281.9万辆,相比上年同期增长12.77%;交易额1705.26亿元,相比上年同期上涨22.88%。参考欧美成熟市场,二手车交易规模约为汽车保有量的20%,与新车销量的比值为2:1~2.5:1。

现在郑州市已进入名副其实的“汽车时代”,汽车数量从每天交通状况就可以看得出来。截至目前,郑州市机动车保有量近300万辆,已超过西

安、武汉、南京等城市,接近广州等一线城市,在全国排名前十,尤其是2014年1月1日以来,郑州市新增机动车平均每天达到2000辆。

“中国汽车市场经过10年的发展,保有量已经足够高,新车的增加也会孕育二手车市场的繁荣,未来10年,二手车市场将保持高速增长,和欧美成熟市场上二手车和新车销量的比值还有一定的差距,目前郑州二手车和新车销量比大约为1:3。”一业内人士分析。

独立展厅数量两年内翻六番

周一一大早,购买了二手车的周先生就来到了郑州市车管所北服务站,到达的时候前面已经排起了长队,排队的9辆车中有4辆都是二手车,二手车交易越来越频繁。郑州汽车流通协会二手车展业委员会主任李念说,从汽车的保有量来看,郑州的数量要大于中部的其他城市,二手车市场也比较繁荣。从2013年初到目前,不到两年时间郑州市二手车市场的营业面积从不到1万平方,发展到了现在的近5万平方,独立展厅也从5家发展到超过30家。

而对于更多的二手车经销商来说,郑州市场蛋糕也相当诱人,很受重视。去年10月11日,河南启乘二手车城市展

厅开业;去年年底,来自北京的质新二手车超市连锁在河南地区的第一家旗舰店开业,首次将二手车超市概念引进郑州;今年3月份,中国最大的二手车超市——上海车王落户郑州……除了这些专业的二手车经销商,一些大的汽车经销商集团——威佳集团、和谐集团、大行集团各自旗下的品牌二手车中心、专业的二手车经销商纷纷涉足中原市场。今年12月份,营业面积达6万平方大型专业二手车卖场优途国际车城将开业,将打造一个集二手车展示、销售、评估、收购、拍卖、网上交易于一体的多元化二手车交易平台与会展经济的聚合体。

从最初的带着对车比较了解的行家兜兜转转的淘车,到登录各大二手车交易网站,或者打电话给二手车经销商查看咨询情况,现在想买辆称心如意的二手车简单多了。如今,郑州市的机动车保有量近300万辆,已超过西安、武汉、南京,并接近广州等一线城市。伴随着新车的迅速增加,二手车市场迅速增长。有专家预计,未来十年更是二手车高速发展的十年。短短一年多的时间,郑州二手车独立展厅数量就翻了五六倍。国内,二手车电商成功融资消息频频传来,巨大的市场规模,吸引了众多新玩家及投资机构进场。如今的郑州二手车市场,品牌卖场越来越多,各大经销商在加快品牌建设的同时通过电商平台扩大业务,并拓展产业链,讲诚信的氛围也越来越浓。

郑州晚报记者
徐智慧/文 马健/图

资源优势时代已经终结

相信在文化北路上,看到过往车辆就挥舞着“高价回收二手车”牌子的场景让很多人都印象深刻,如今这种场景越来越少了。无论是想卖车的还是买二手车的,有了需求,第一反应就是上网看看,二手车电商正逐步渗透二手车交易行业。而近期,二手车市场明显感觉到资本的热情和创业的热度。日前,二手车网络拍卖平台优信拍完成新一轮约2.6亿美元的巨额融资,让规模潜力达到万亿的市场再度成为资本竞逐的焦点。

随着参与者的增多,二手车电商平台出现了“烧钱抢份额”的市场大战。为争夺市场,优信拍使出“补贴”杀手锏:每拍出一辆车不收取任何佣金,并补贴给4S店3000元,也导致直接竞争对手车易拍的跟进,“烧钱”大战开始。

对此,贰任家二手车总经理高广威认为,二手车电商和传统电商有很大的区别,如淘

宝、京东客户直接在网上成交,而二手车的买卖顾客基本上都是在网上浏览信息,线下看车。“目前我们公司通过网上浏览、留信息,在实体店成交,而目前来自网络的客户成交率占到了40%左右。”高广威说。

资源优势才是最大的优势,在二手车市场曾经有这样的说法,高广威说,如果这话放到三年前是正确的,那时候买卖双方中间的渠道是不畅通的。而如今随着网络的普及,电商平台也越来越多,买卖双方之间的信息越来越畅通。而如今有卖车需求的人都会到网上拿自己的车和线上的车进行仔细对比,了解行情,进行比价。而随着二手车买卖双方信息的畅通,还有二手车逐渐被压缩的利润空间,二手车暴利的时代也随之终结。高广威认为,如今是销售为王,销售端的能力越强,拿车的能力就越强。

二手车电商O2O模式是必然

车王是最早电商的二手车超市,全国联网销售,每个月成交量有好几十辆。车王郑州店总经理徐迪说,郑州的二手车电商已经起步,更多的还是局限于本地交易,电商零售的特征也初步显现。“目前对于电商,很多经销商都投入了很大的成本和精力去运营,我自己每天都在随时关注很多网站。”徐迪说,总的来说,比其他城市的发展要规范很多。

徐迪认为,从二手车电商的发展趋势看,O2O将是二手车电商发展的必然导向。如果消费者要买二手车,第一件事就是上网看,第二才是到门店,如果O2O做好了,对销售将是很大的帮助。

实际上,二手车并非像新

车都是标准化产品,产品定价不存在问题,而二手车“一车一况”的特殊性,要实现网上交易,一个公开透明公允的交易环境和平台是这个行业必要的“基础设施”,包括完善的鉴定评估体系、完善的估价体系,甚至和新车一样的便捷和值得信赖的售后服务体系。

优途负责人告诉记者,电商和优途国际车城同步上线,电商是未来的趋势,不过他认为目前新车的销售都不能用传统意义上的电商来解决,对二手车来说更是非常困难。如果不能很好地解决这些问题,电商就只是个概念。现阶段电商只是让客户了解二手车信息的途径之一,必须和实体店相结合。

发展电商必须建立诚信体系

在中国,目前规模比较大的二手车拍卖平台有平安好车、车易拍和优信拍等,他们主要是把闲散的资源提供给经销商,采用的是C2B的模式。有越来越多的资源聚拢到平台上,这种做法也是正确的,对二手车经销商来说也可以节省很多成本。未来也会做到C2C的模式,二手车市场竞争也会越来越激烈。而激烈的竞争不仅仅会带来行业内部的压力,也将会带来整个行业的进一步发展,刺激客户

群的增长。

谈及二手车电商发展,诚信体系的建设是业内人士的一致观点。优途负责人说,二手车必须有实体店,还有诚信系统,把车辆的真实信息展示出来,才能具备交易条件。此外,在二手车售后上,很多企业没有真正的售后团队,很多经销商和社会维修企业结盟,作为售后服务的保障。随着市场的发展,必须要提供质保和完善的售后服务。