

2018 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

破壁

二手车有形市场如何走出自我封闭



中国汽车流通协会二手车行业商会副会长 | 凯达研究院特聘顾问
无锡东方汽车集团副总经理 | 二手车业务中心总经理



这只是一个经营者 对实体市场未来的焦虑性思考

没有数据.....
没有答案.....
只有思考过程和试错的教训

2018 CHINA USED CAR ASSEMBLY

1

二手车有形市场现状

二手车电商

必并非压垮传统市场的唯一一块骨牌

资本支撑的“颠覆者”

虽然他们自己也并不完全相信能颠覆什么，但已经颠覆了行业利益分配体系

强者独立经营

大型连锁零售品牌逐渐独立出市场、4S店二手车零售业务份额的快速增长，将分流巨大交易份额

线上分流

车商越来越多的客流依赖线上导流，市场自然客流占比份额下降

政策性改变

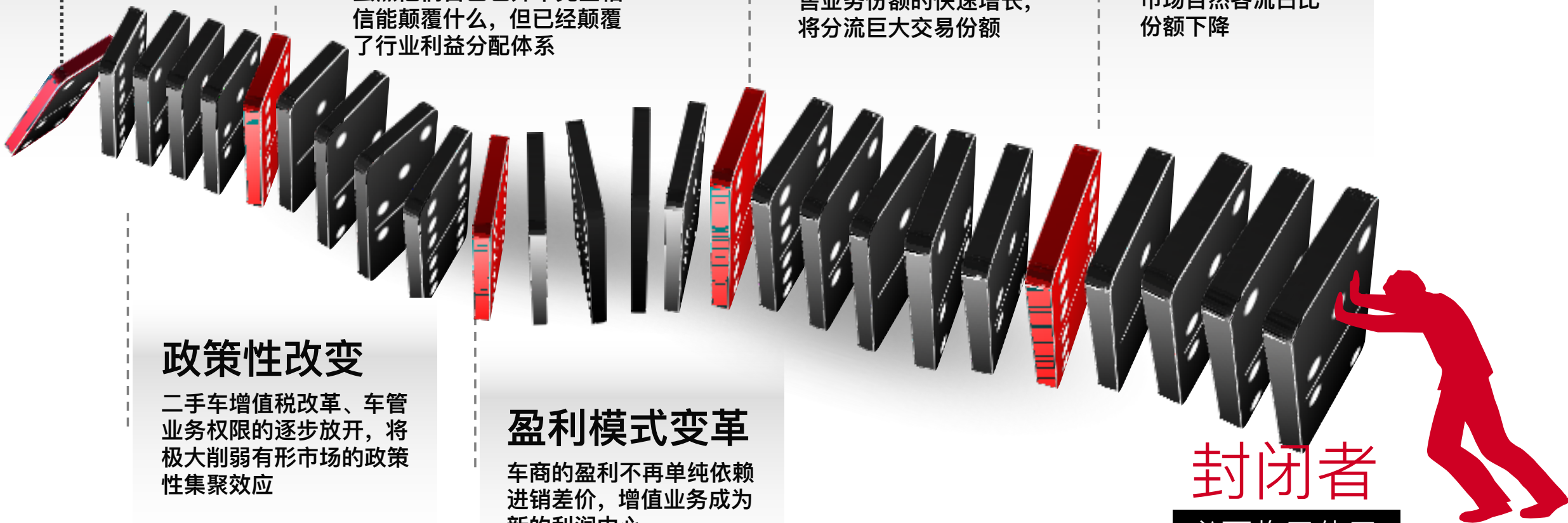
二手车增值税改革、车管业务权限的逐步放开，将极大削弱有形市场的政策性集聚效应

盈利模式变革

车商的盈利不再单纯依赖进销差价，增值业务成为新的利润中心

封闭者

必面临无休无止的外部压力



保守者

防火/防盗



防电商/防三方

笑看新商业模式生死

○○○○○

淡定者



曾经是江湖老大

如今发现江湖越来越大
自己越来越渺小

傲慢者



一直求转型



尚未有突破

2

二手车有形市场
如何走出自我封闭？



理性看待二手车电商带给消费者的信息透明化

与收车价格的吸引力



看看第三方金融、延保.....产品

给市场商户带来的新利润来源



正视线上集客

带给消费的海量选择/对车商拓宽获客面带来的全新商机



谨记：没有中间商就不可能有行业财富的巨大积累

有形市场

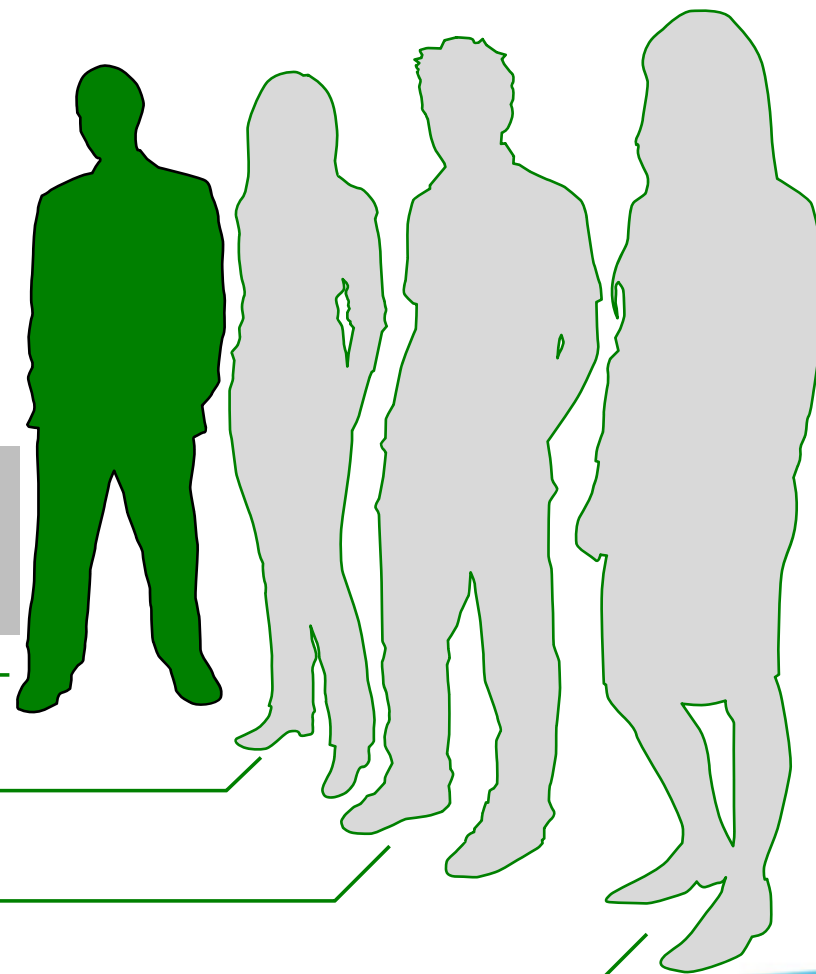
应学会忘记

忘记“X子二手车”海量投诉

忘记我们帮第三方产品背的投诉官司

忘记那些分了有形市场客源的线上平台

忘记分流海量交易的机动车拍卖公司





忘却 才能自我突破

近五年来，我们见惯了资本支撑的新商业模式的生生死死，
其实，那些遍地的商业尸体，未必都不是正确的模式
活着的我们，也未必就是上帝昭示的唯一真理
不打破自我封闭，我们会是压死稻草的最后一匹骆驼



如果二手车行业是棵参天大树
有形市场应成为行业生长土壤



线上平台 落地服务

线下交车
增值配套
商产品控
车源导流

金融产品 风控平台

商户征信
市场封闭
商品保全
统一收银
快速处置

三方资源 聚能平台

聚拢碎片化需求，降低金融、保险、延保、检测、帮卖等第三方资源的获客成本

市场车商 助力平台

集客帮卖
库存融资
门店管理
广告服务
提供车源
整備增值

消费车主 服务平台

交易过户
保险续保
质保背书
售后服务

示例：

有形市场金融风控体系协同

建立系统

导入ERP系统的基础上，以便全面掌握车商车位数、在库车辆数、交易流水、车辆所有人、车辆价值、库存深度等授信需要的经营性信息。

01

封闭市场

建立封闭市场道闸管控系统，对出入场车辆进行授权门禁控制，限制库融车辆出场权限。

02

积分评价

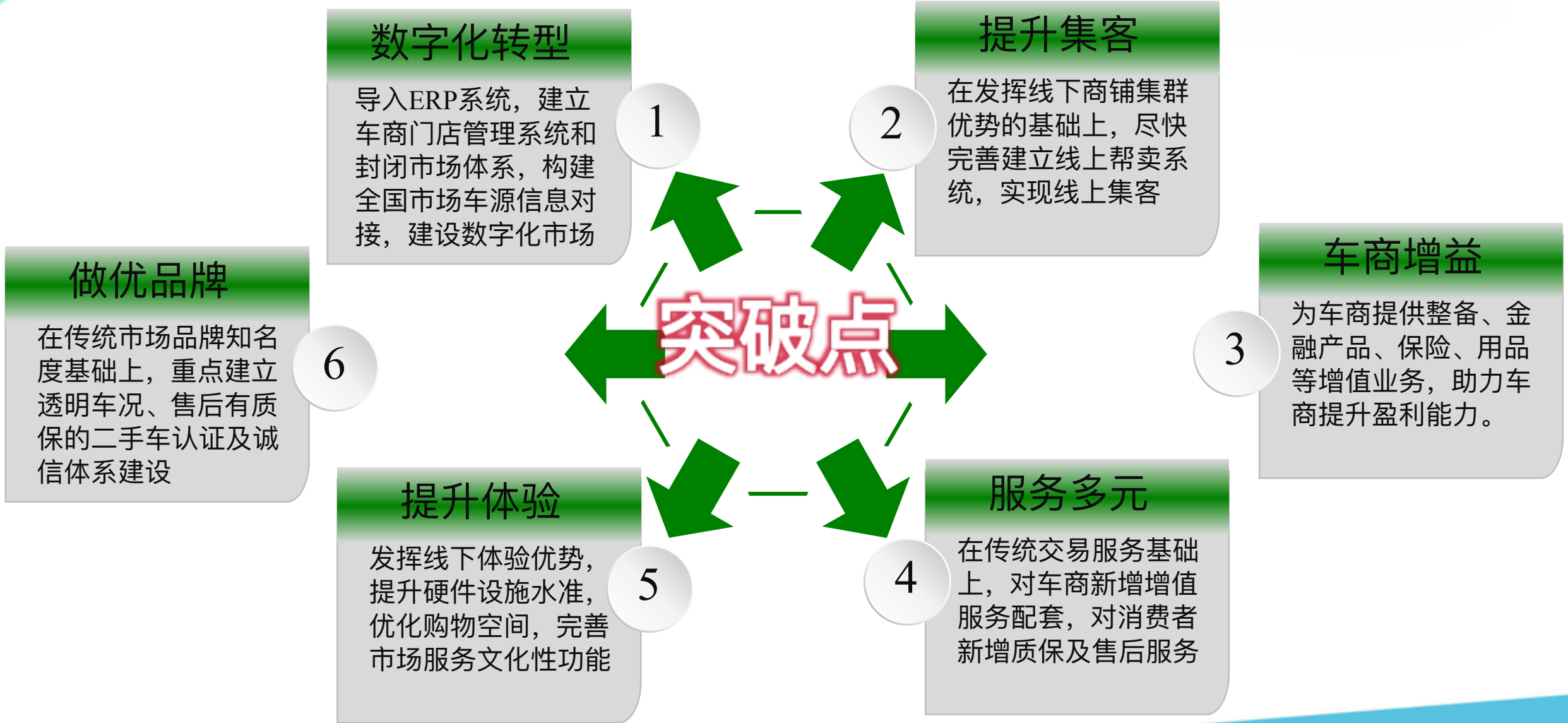
根据车商库存车价值、交易量、资金周转效率、诚信记录等项目，进行实时积分评价，在此基础上形成车商授信等级评价报告。

03

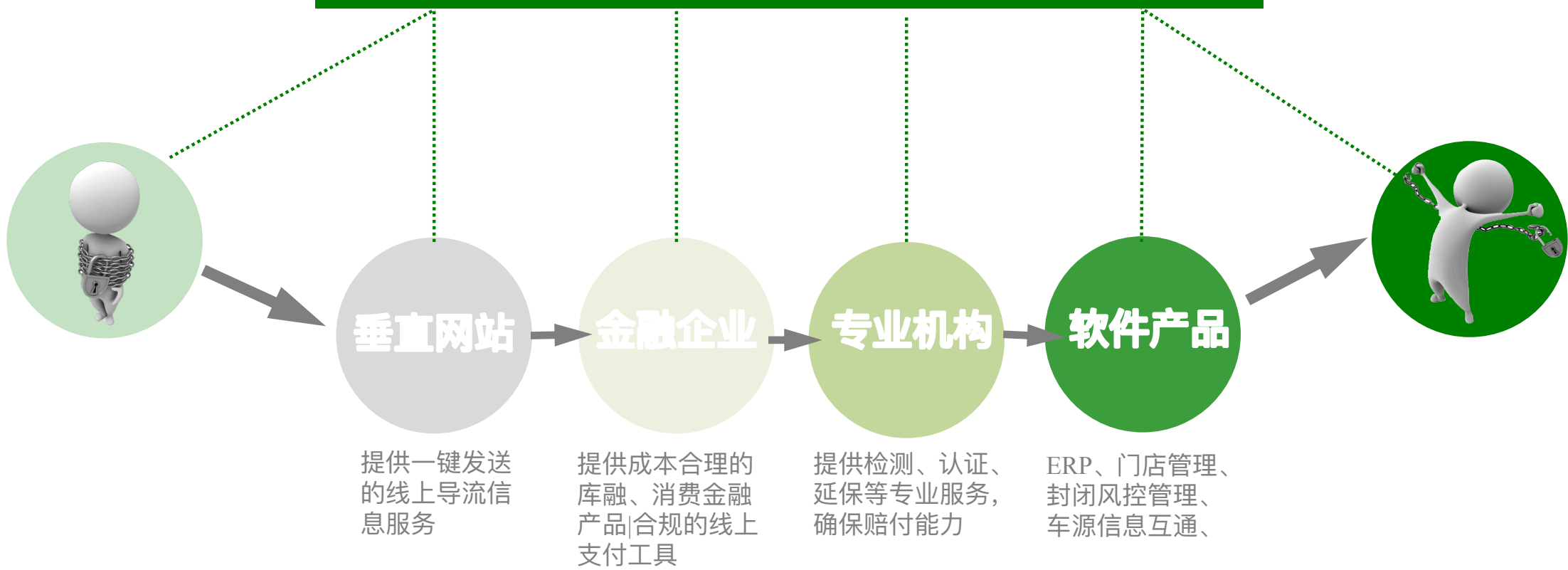
风控处置

出现融资风险后，提供车辆的物理控制、门禁锁定、交易锁定，并提供库融产品的残值估值、快速处置（拍卖）、变现偿还等配套服务。

04



有形市场对外部资源的需求



对行业发展的几个愿景

01

全行业融合发展

二手车行业各经营形态形成一个差异化定位明确的功能协同，抛弃一家独大颠覆行业的妄想，实体市场间形成类似连锁门店式的标准化经营一体性联盟

02

达成统一标准体系

二手车行业形成一个共同标准体系，包括：统一的二手车商品等级标准、统一的质量标准、统一的认证标准，统一的质保承诺，以此彻底解决诚信问题。

03

有形市场达成系统互联互通

二手车有形市场间用系统工具达成互联互通，实现数据共享、车源共享、库存流通，进一步放大开放限迁政策红利，形成大数据价值。

04

行业工具模块数字化

二手车有形市场减少工具性功能或系统的重复开发，通过建立标准数据接口的方式，借力第三方工具实现市场服务功能升级

2018 CHINA USED CAR ASSEMBLY 中国二手车大会

感谢聆听!

