

2018 CHINA USED CAR ASSEMBLY 中国二手车大会

二手车电商平台
开展金融业务的核心能力分析



目录

1 | 二手车电商平台开展金融业务的必要性

2 | 二手车电商平台开展金融业务的五大能力

2018 CHINA USED CAR ASSEMBLY

1

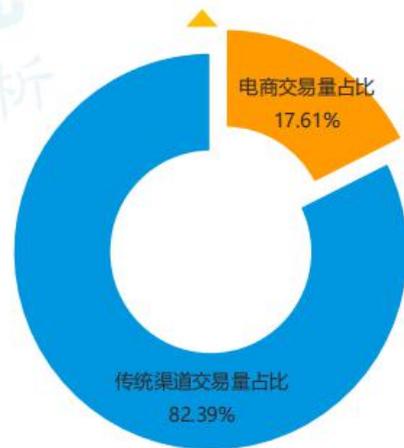
二手车电商平台开展金融业务的必要性

> 二手车电商交易量及渗透率

2013-2020年中国二手车电商交易量及预测



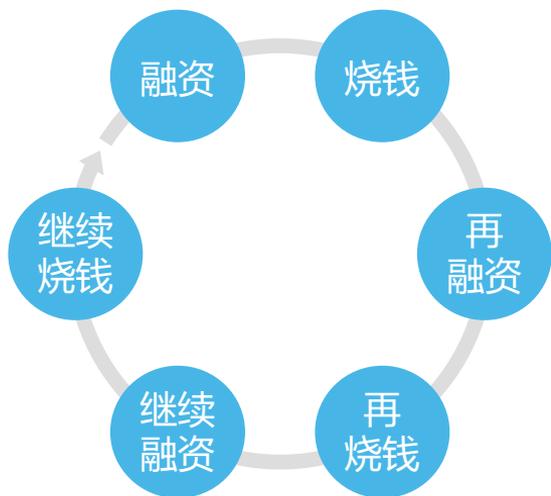
2017年中国二手车电商渗透率



数据来源：电商平台交易量数据参考了行业公开数据，并综合企业调研与专家访谈，根据易观模型测算。交易统计中不包含信息型平台的成交量。

- 2017年二手车电商总交易量为218.4万台，同比增长51.2%，且将保持高增长态势；
- 2017年电商渗透率达到17.61%，比2016年增长3.72%，未来三年将持续提高。

> 二手车电商盈利困境



- **易集团:** 2018年Q1财报: Q1营收为12.3亿元, 净亏损为2.2亿元。易鑫集团决定剥离汽车零售交易业务, 将淘车App和网站这两块最烧钱的业务将被注入Yusheng。
- 易鑫接下来的业务重点汽车金融, 将全部留在易鑫母体内。
- **优信集团:** 2016年、2017年优信的净亏损分别为13.93亿元、27.48亿元。而2018年一季度, 净亏损就高达8.39亿元。
- 为促进交易产生的巨额的营销费用, 对车商和用户的补贴及品牌推广运营费用等是亏损的主要原因。
- 2018年Q1营收中, 对个人用户的贷款收入比重超过了55%

> 行业洗牌，马太效应进一步显现



- 二手车电商进入市场洗牌期，投融资活动将变得更加集中，少数头部平台可获得大量融资。同时市场上出现了兼并收购、破产清算以及IPO等一系列事件，充分说明了这一市场日趋成熟；
- 进入2019年，模式之争结束，行业格局基本会定下来，转为竞争精细化运作能力，融资将变得艰难，有效率、有自我造血能力的公司才会获得资本和市场青睐。

> 金融是必选项

1. 二手车电商亟待解决盈利之困，只有具备自我造血能力，才能在市场进入“高速发展期”前占据有利位置，实现大发展。
2. 金融业务是二手车电商的主要利润来源，且二手车金融渗透率不足10%，相比成熟市场50%，仍有巨大成长空间
3. 交易是低频行为，通过金融业务可与客户建立高频沟通，成为连接客户生命周期的粘接剂，有助于精耕细作



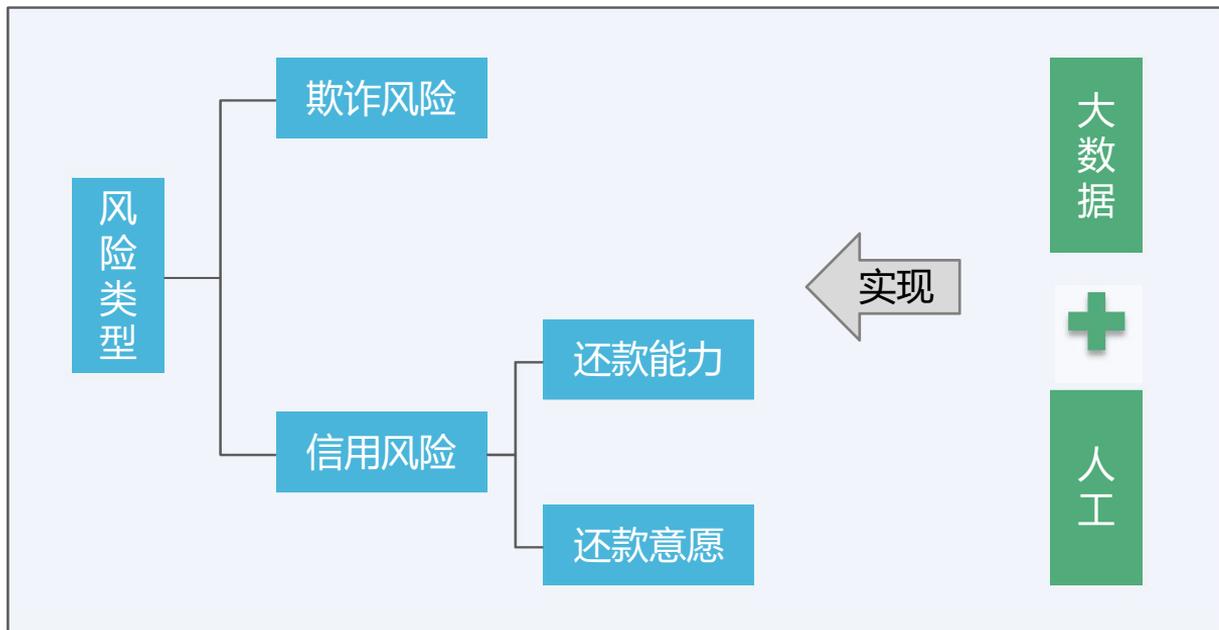
金融业务是二手车电商的必选项

2018 CHINA USED CAR ASSEMBLY

2

二手车电商平台开展金融业务的五大能力

> 健全风控



**大数据、人工相结合
最大化兼顾风险与通过率**

***注意：**
二手车如出现重大故障将大大降低客户还款意愿，存在较大风险，二手车电商可提供车辆保修服务，降低此类风险。

> 线下服务

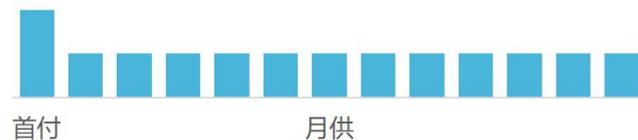
- 大数据+人工的风控体系需要员工与客户在线下面对面接触
- 线下门店增加客户与电商品牌之间的信任感，促进交易
- 线下布局有利于提供客户全生命周期服务，精耕细作



> 产品创新



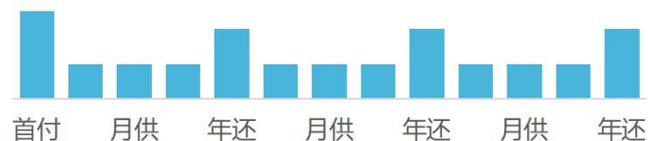
常规类产品



尾款类产品



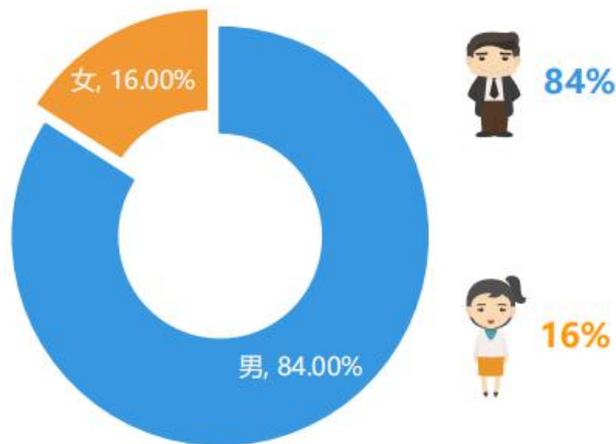
年供类产品



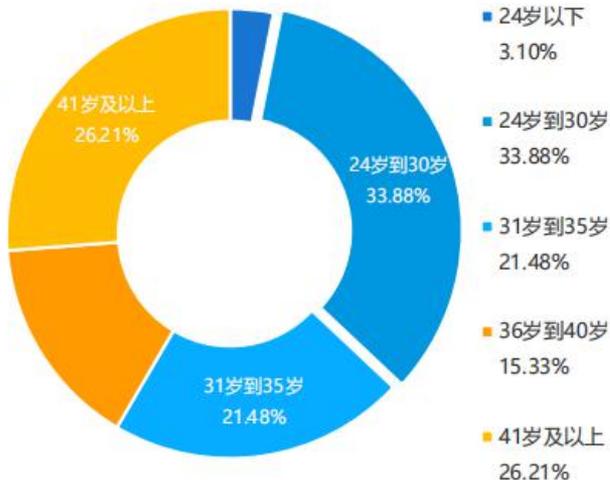
提供多样且创新的金融产品，满足不同客户的不同需求

> 高效运营

2018年1月二手车电商移动端用户性别分布

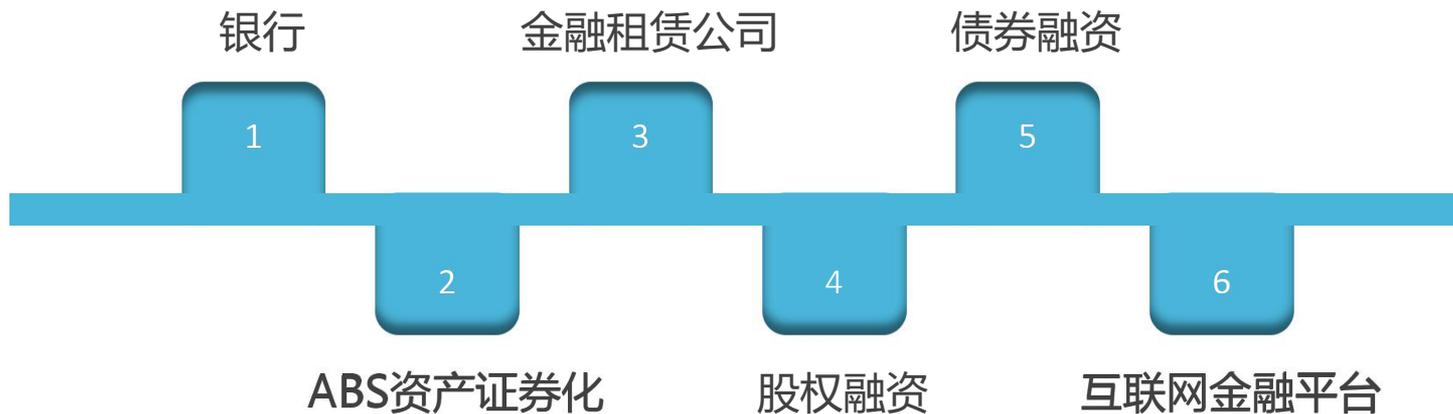


2018年1月二手车电商移动端用户年龄分布



- 年轻的客户群体已完全适应互联网时代的“快”文化
- 让客户等待，就是给客户机会投入其它平台怀抱

> 大流量低成本资金



2018 CHINA USED CAR ASSEMBLY 中国二手车大会

谢谢!