CUCA 中国二手车大会 China used car assembly

立信逐势 共享融通
Credibility Trend Share Fusion 2017.7.5-7 中国·武汉

2017 CHINA USED CAR ASSEMBLY
中国二手车大会

中国二手车市场发展环境分析

呈现者：梅松林
J.D. Power副总裁兼中国区总经理

中国汽车流通协会 China Automobile Dealers Association



梅松林博士

副总裁兼总经理

J.D. Power 中国区

- 梅松林博士目前担任J.D. Power亚太公司中国区副总裁兼董事总经理，负责中国汽车市场业务的管理和拓展。
- 梅松林博士于1999年加入J.D. Power亚太公司，在中国汽车行业广泛传播J.D. Power的用户满意度理念方面做了大量的工作。在1999年至2004年间，他还参与开发了J.D. Power在新加坡的研究流程。在加入J.D. Power亚太公司之前，梅松林博士是新加坡国立大学新产品管理的研究学者。
- 梅松林博士以前就职于摩托罗拉合资的无线通讯设备制造商子公司东方通讯公司，担任市场分析师。
- 梅松林博士获得吉林工业大学电子工程的工学士学位，上海交通大学系统工程的工学硕士学位，以及新加坡国立大学工业和系统工程系的博士学位。

目录

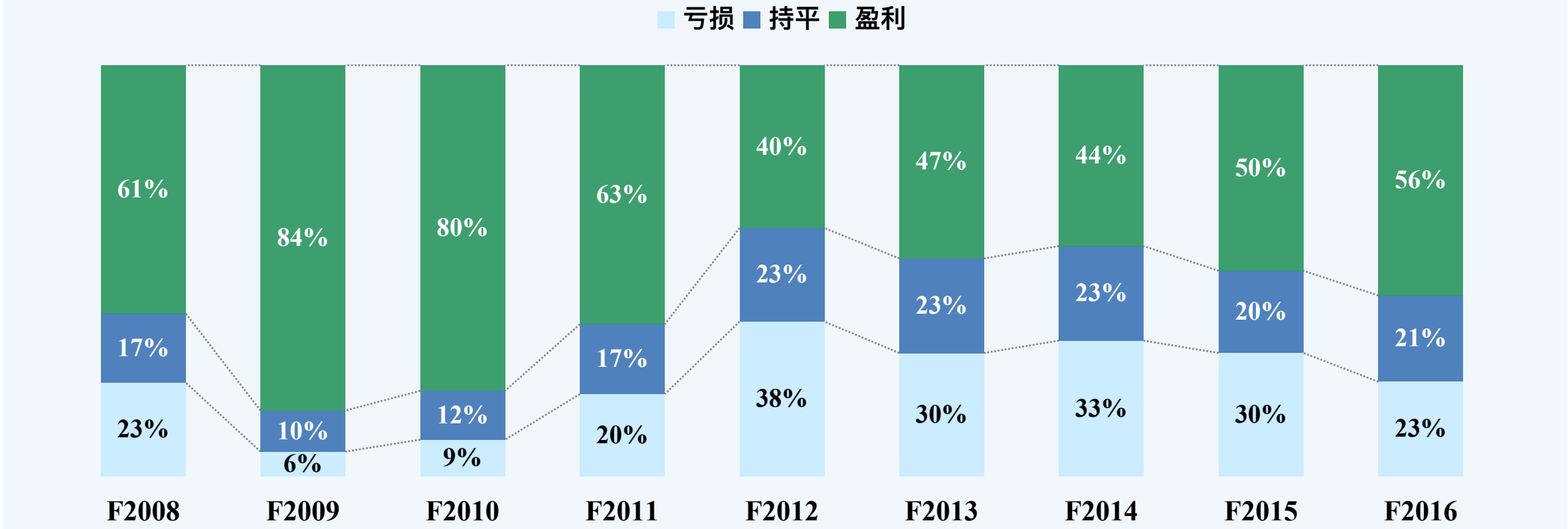
1	中国经销商总体状况回顾	4
2	中美二手车发展状况对比	7
3	中国二手车发展现状和建议	14
4	借鉴美国UCG（二手车指南）经验	17

2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

1 中国经销商总体状况回顾

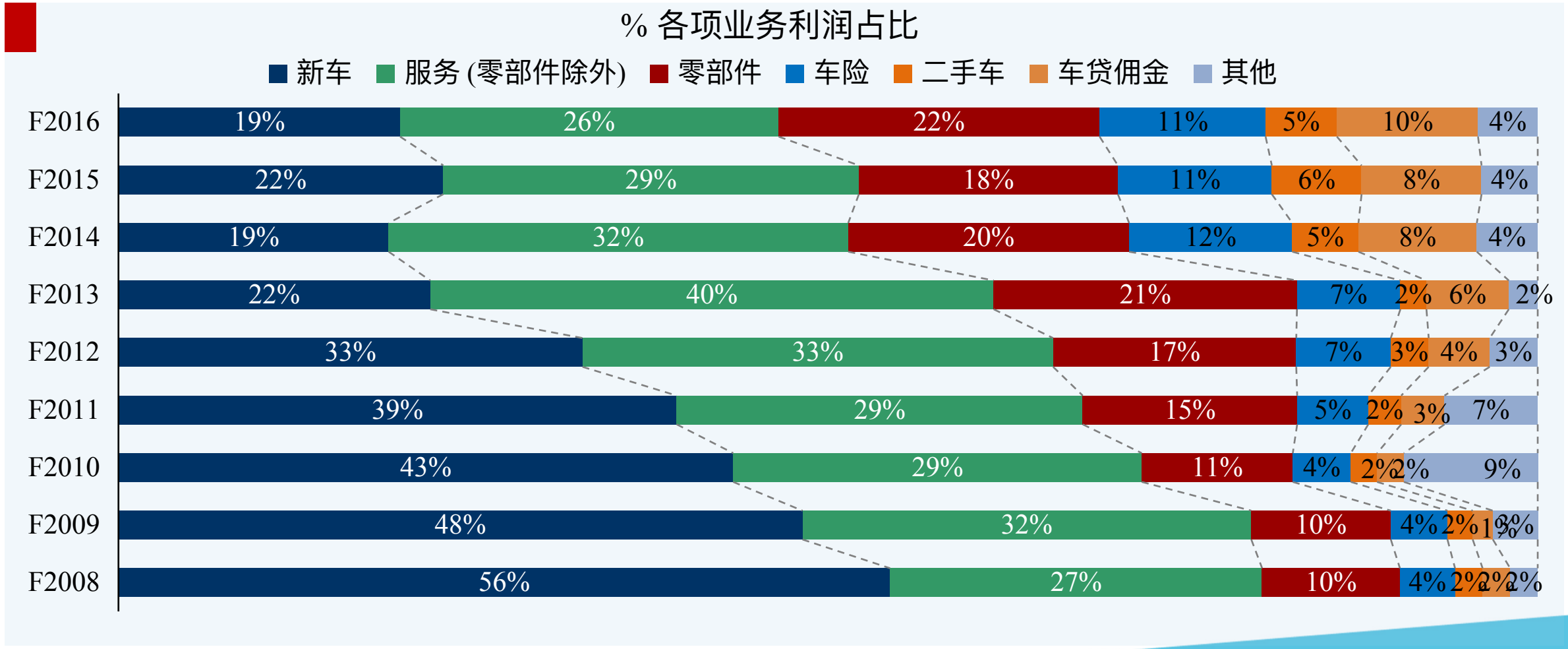
- 在2016年，中国汽车经销商的盈利能力得到了持续地积极改善。超过一半(56%)的受访经销商表示其2016年盈利，该比例同比去年高出6%。

行业平均授权经销商财务状况（F2008-F2016）



数据来源：JDPA 经销商满意度研究（DAS）；年份F2008～F2016 指中国汽车经销商业务年

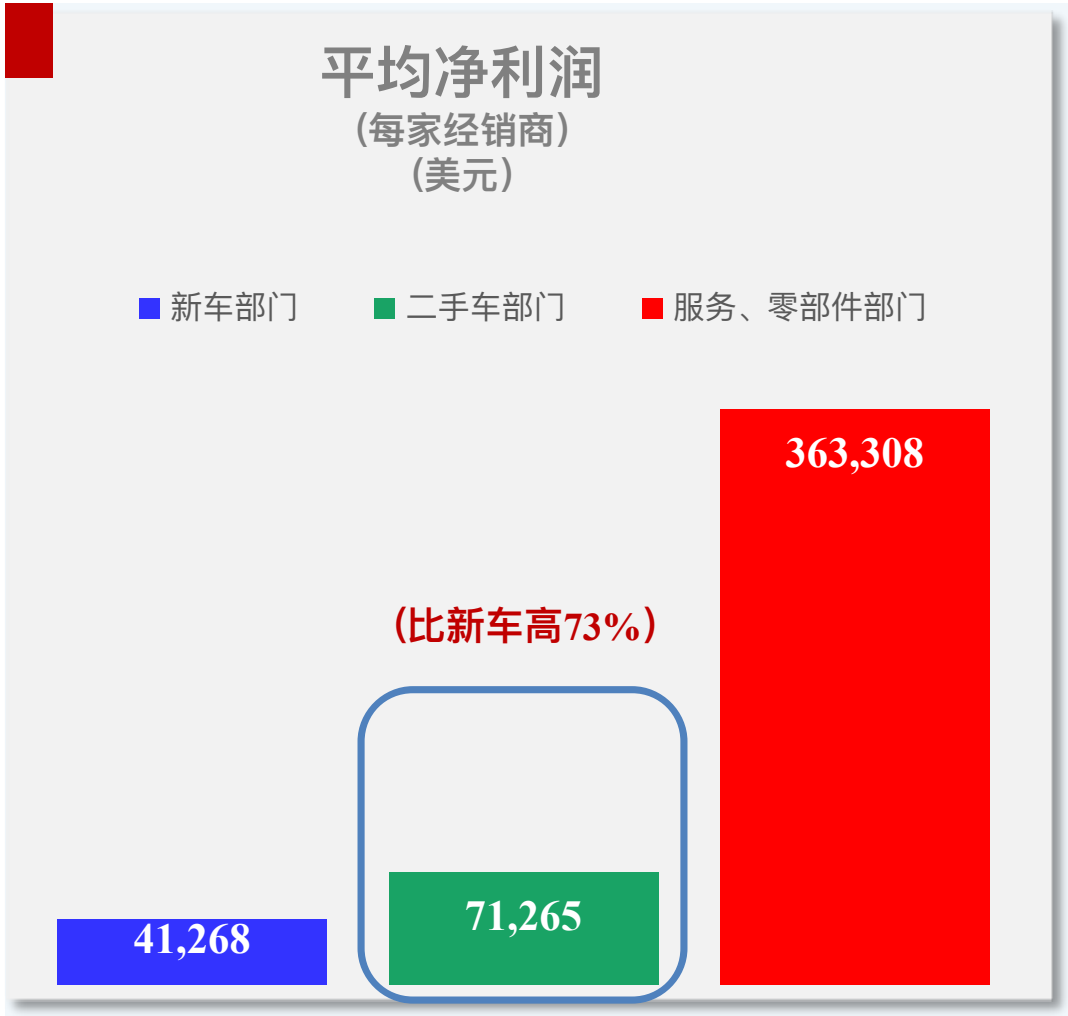
- 但是从经销商的利润占比划分来看，二手车与新车销售相比依然有非常大的差距，可见中国的二手车市场依然存在很大的发展空间

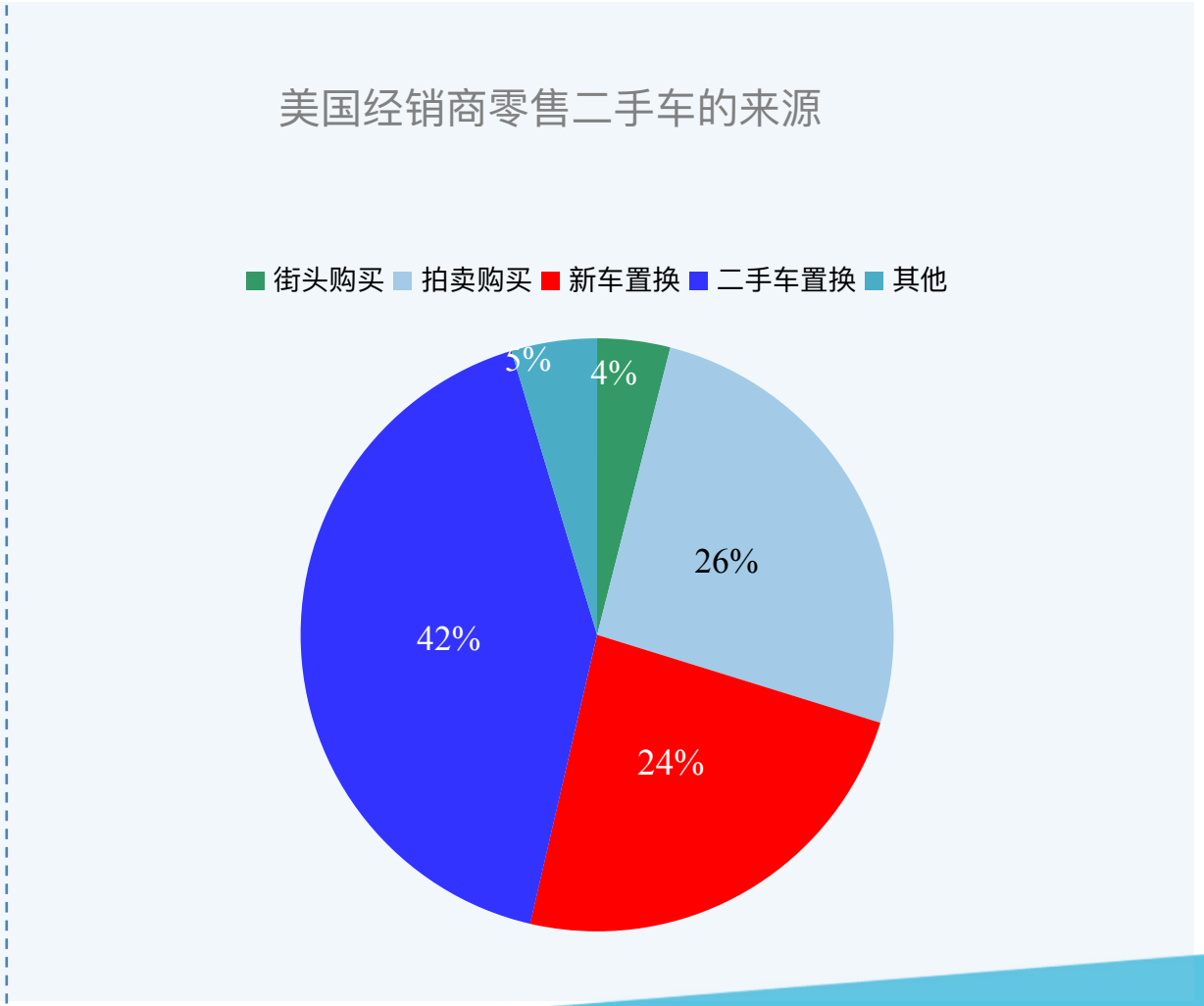


数据来源：DAS报告，其中年份F2008~ F2016指中国汽车经销商业务年

2 中美二手车发展对比

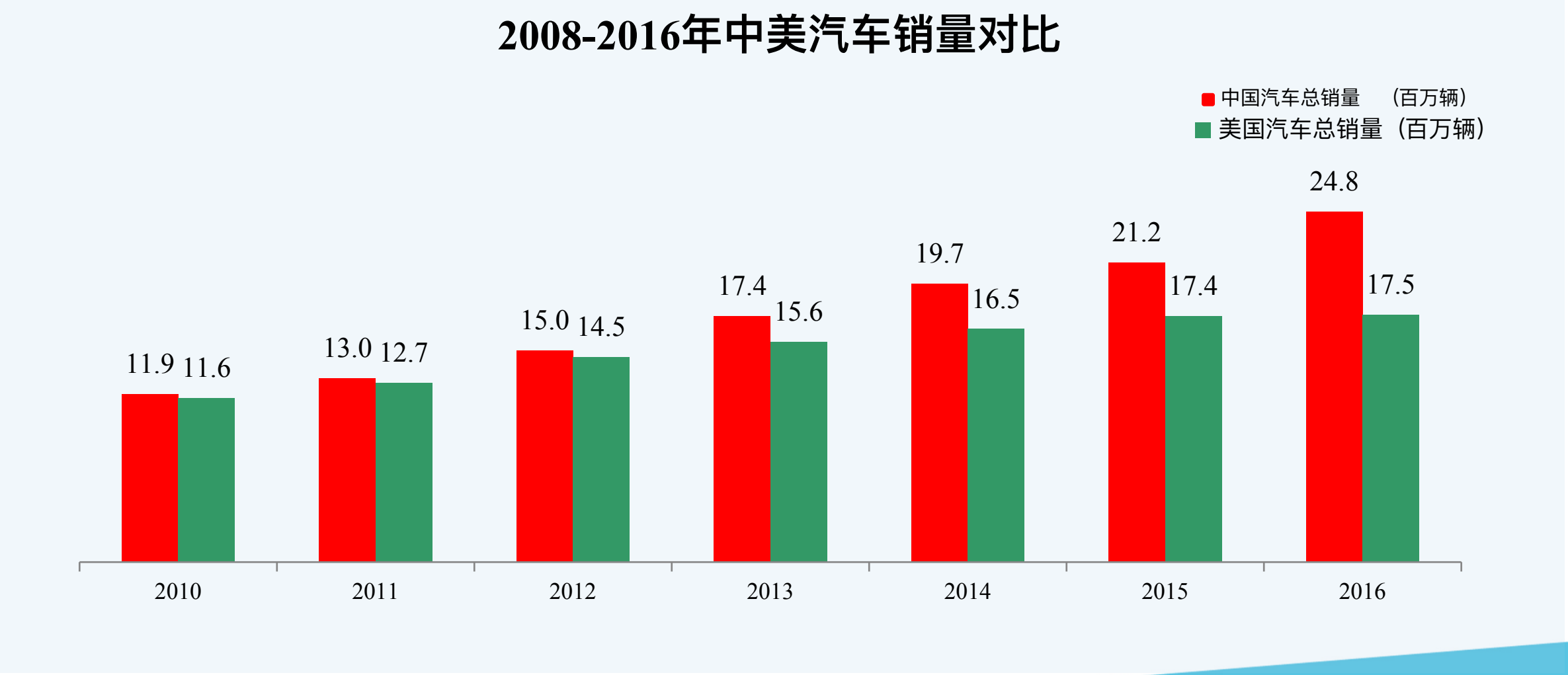
➢ 在美国，二手车是经销商业务的主要贡献者，而且已经发展非常成熟，零售渠道形式多样





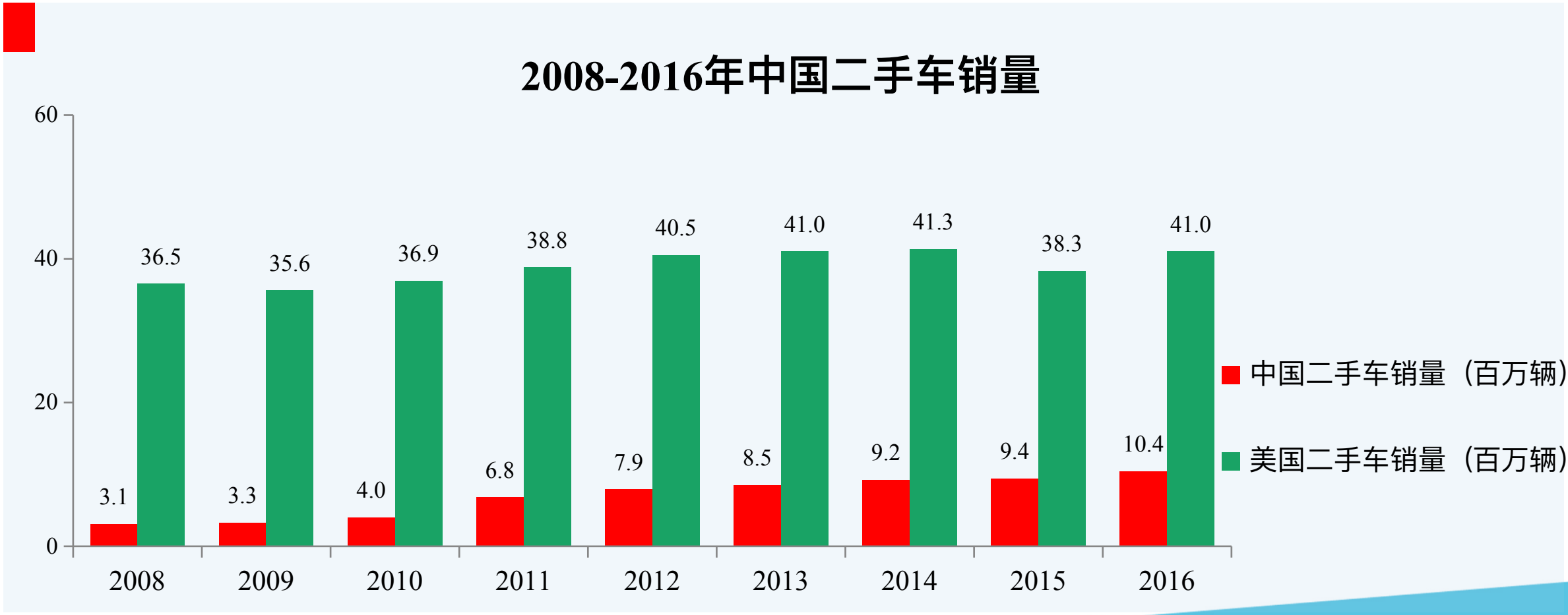
数据来源：2015年NADA数据

- 虽然从新车的销量来看，中国的销量一直远远高于美国，并且这一差距在今年有逐渐加大的趋势



数据来源：LMC

- 从中国近年来的发展趋势来看，我国二手车的销量一直在稳步增长，市场规模不断扩大
- 但是从二手车的具体销量来看，我们与美国仍然有着非常显著的差距



数据来源：LMC/ 中国汽车流通协会

➢ 在二手车的销量上，中国二手车交易量不到新车销量的一半，而美国二手车交易量是新车销量的2-3倍

中国市场

	新车销量	二手车交易量	二手车交易量/新车销量
2010	11.9	4.0	**0.34**
2011	13.0	6.8	**0.52**
2012	15.0	7.9	**0.53**
2013	17.4	8.5	**0.49**
2014	19.7	9.2	**0.47**
2015	21.2	9.4	**0.44**
2016	24.8	10.4	**0.42**

美国市场

	新车销量	二手车交易量	二手车交易量/新车销量
2010	11.6	36.9	**3.18**
2011	12.7	38.8	**3.06**
2012	14.5	40.5	**2.79**
2013	15.6	41.0	**2.63**
2014	16.5	41.3	**2.50**
2015	17.4	38.3	**2.20**
2016	17.5	41.0	**2.34**

数据来源：LMC/ 中国汽车流通协会

- 从2016中美经销商销量对比状况来看，中国的新车销量明显高于美国的量，但是在二手车的交易量上，中国只占美国的1/5左右

单位：人民币 平均每经销店	美国经销商	中国经销商		
		总体	豪华车	主流车
总人数	69	59	76	57
新车销量	1,045	1,356	1,001	1,401
车辆价格（元）	234,253	123,981	326,284	107,596
平均每辆新车毛利润 （元）	14,049	6,399	12,838	5,562
二手车交易量	701	122	130	119
二手车价格（元）	135,225	24,796	48,943	26,899

数据来源：NADA/ 2017 DAS

- 从2016中美经销商运营收入状况对比来看，我国在新车方面的表现已经优于美国的发展，但二手车业务占总收入和总利润的比例仍与美国存在巨大的差距
- 同时，无论在中国还是美国市场，虽然二手车的业务收入远低于新车的销量，但是二手车的利润却远高于新车的利润

单位：人民币 平均每经销店	美国经销商	中国经销商		
		总体	豪华车	主流车
2016年总业务收入（万元）	**40,522**	**19,737**	**39,121**	**17,630**
新车	22,834	16,813	32,645	15,079
二手车	11,859	322	677	340
售后服务（不包括零部件）	4,741	1,059	2,582	871
加装精品		273	625	230
零部件，包括售后用品		530	1,216	447
汽车保险	1,113	522	771	493
车贷佣金		160	467	121
其他业务部门		58	139	48
2016年总利润（万元）	**997**	**312**	**835**	**257**
新车	-137	12	18	10
二手车	31	18	55	15
售后服务（不包括零部件）	695	104	308	84
加装精品		33	106	26
零部件，包括售后用品		48	142	39
汽车保险	408	46	92	39
车贷佣金		40	91	33
其他业务部门		12	23	11

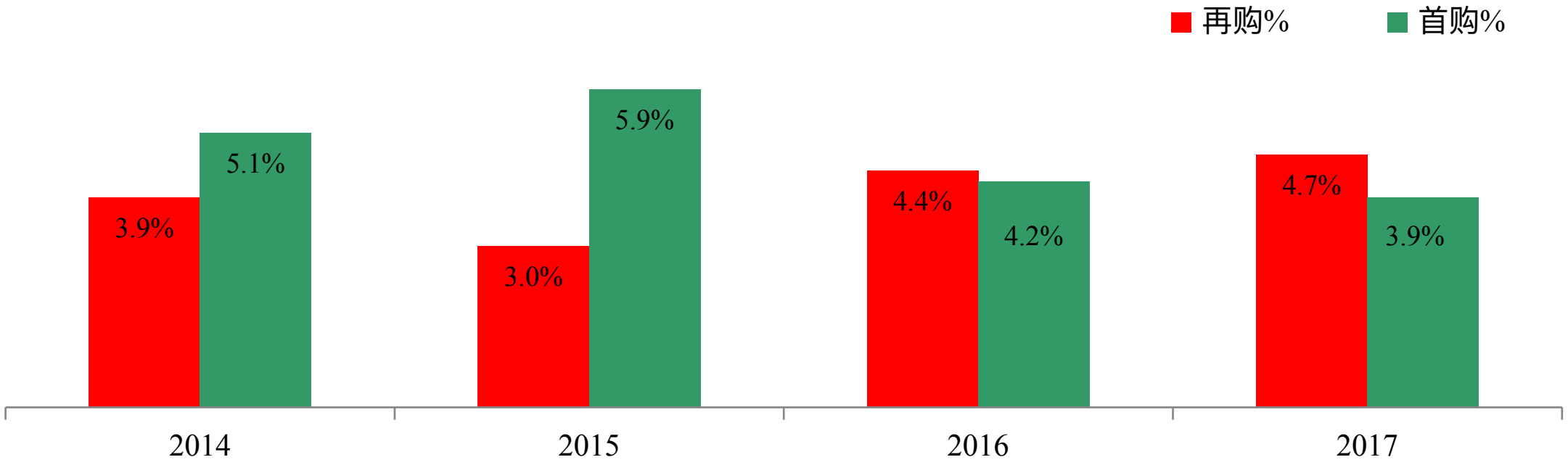
数据来源：NADA/ 2017 DAS

3 中国二手车发展现状和建议

- 虽然二手车市场规模不断扩大，但总体仍处于发展的初期阶段，依然存在诸多的乱象和问题
- 如果有明确的法规和机制，并且借鉴美国二手车市场发展的成熟机制和方法，二手车一定时期内将会有较大的增长空间

区域限迁	税收政策	金融支持	购买方式	交易信息
▪ 《商务部办公厅 公安部办公厅 环境保护部办公厅关于请提供取消二手车限制迁入政策落实情况的函》，国家机关多次发出解除二手车限迁的专项通知，但仍然有拒不执行“解除限迁”政策的地方政府。	▪ 二手车交易不需要缴纳增值税的仅限于个人销售二手车。非个人销售二手车都必须缴纳增值税。 ▪ 税制不统一，经营主体无法做大做强。	▪ 二手车资金供应方少于新车贷款资金供应方，而二手车贷款利率普遍高于新车贷款，无论是批发融资还是个人贷款。	▪ 融资租赁方式购买车辆处于起步阶段，无论是企业和个人客户，融资租赁购车的比例，远远低于美国和欧洲市场。融资租赁不仅促进了新车的流通，而且是高品质二手车的重要来源	▪ 车况和车价不透明，一车一价，消费者在交易过程中心存顾虑，信息不对称导致市场潜力没有得到完全释放。需要透明的、各方信任的、可靠第三方估值机构

- 从而导致车主在买车时，曾经考虑二手车的比例很低



数据来源：J.D. Power SSI 报告

2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

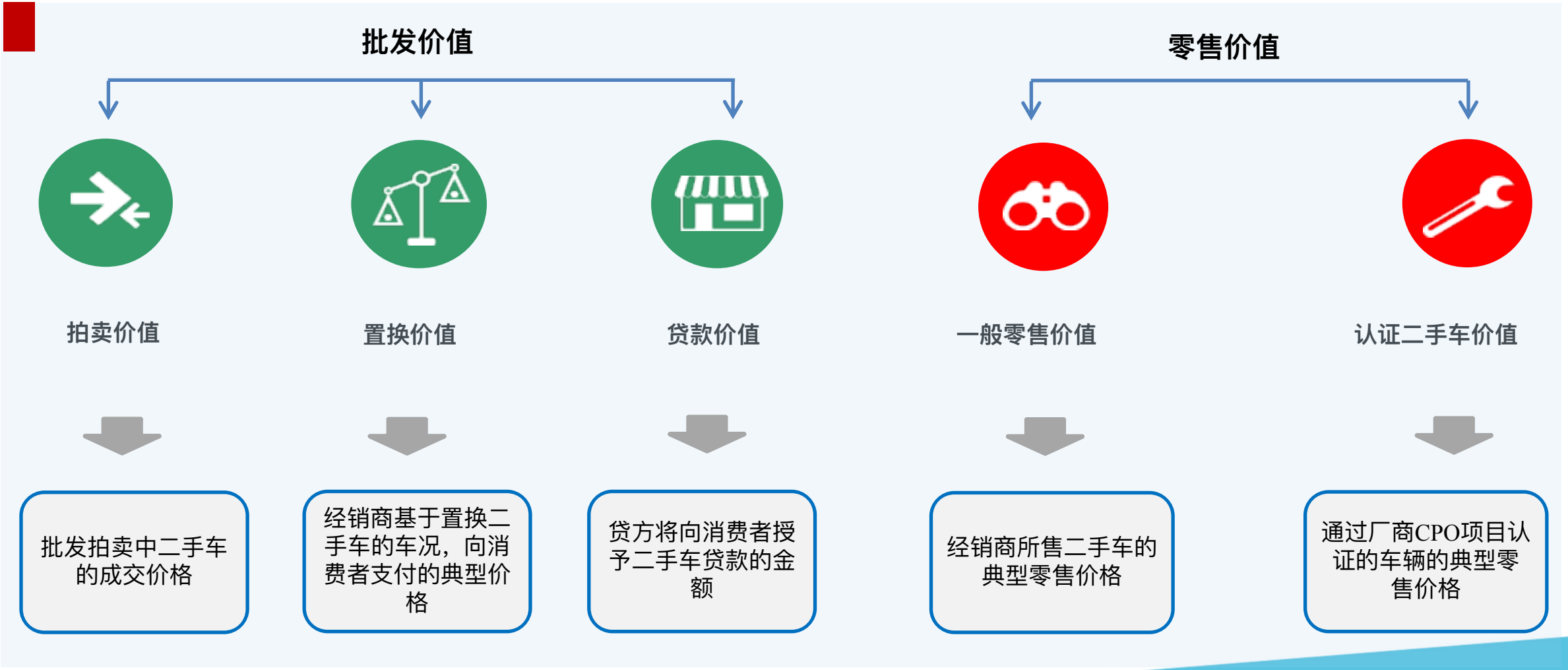
4 借鉴美国UCG（二手车指南）的经验

➢ UCG背景

- J.D. Power旗下UCG（二手车指南）业务最初由NADA(美国经销商协会）于1933年成立， 历经80多年的发展，是美国市场领先的面向企业的二手车评估数据服务提供商。

- 2015年J.D. Power向NADA (美国经销商协会）全资收购了UCG，成为J.D. Power旗下数据业务的重要组成部分。J.D. Power在新车市场以及厂商/专属金融公司关系方面的实力和优势与UCG在二手车评估以及经销商、贷方和保险商关系方面的实力和优势形成互补。

➢ UCG产品的应用场景


批发价值
零售价值
拍卖价值
置换价值
贷款价值
一般零售价值
认证二手车价值
批发拍卖中二手车的成交价格
经销商基于置换二手车的车况，向消费者支付的典型价格
贷方将向消费者授予二手车贷款的金额
经销商所售二手车的典型零售价格
通过厂商CPO项目认证的车辆的典型零售价格

➢ UCG数据来源







- Auction Net是面向经销商的批发拍卖网络
- 通过UCG和全国汽车拍卖协会之间的独家协议，UCG获得独家数据访问和分销权
- 每周直接从美国领先拍卖行收集数据
- 在美国发生的面向经销商的批发交易中，Auction Net采集的数据超过80%

- Power Information Network（PIN）基于 J.D. Power与特许经销商的独特关系，不断发展的一个数据平台
- 新车和二手车交易数据收集自数千家经销商，占美国零售销售的50%左右
- 每天直接从经销商管理系统采集数据
- 数据经过清洗、处理和聚合，用于支持分析工作

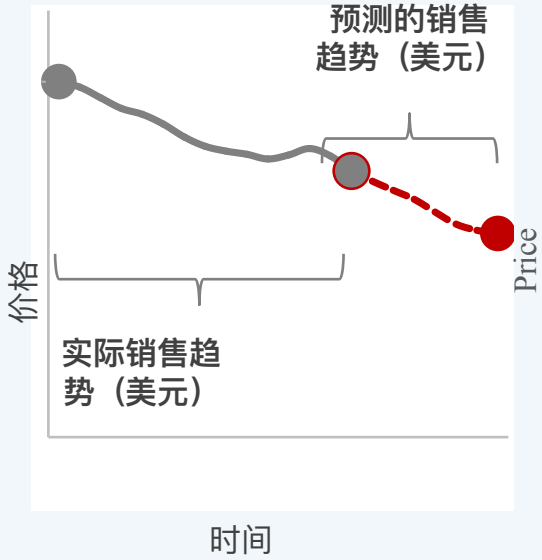
UCG估值方法介绍

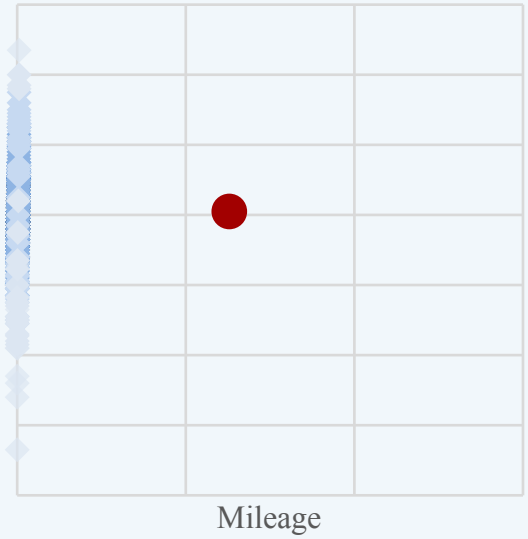
1 为评估团队提供预测价格

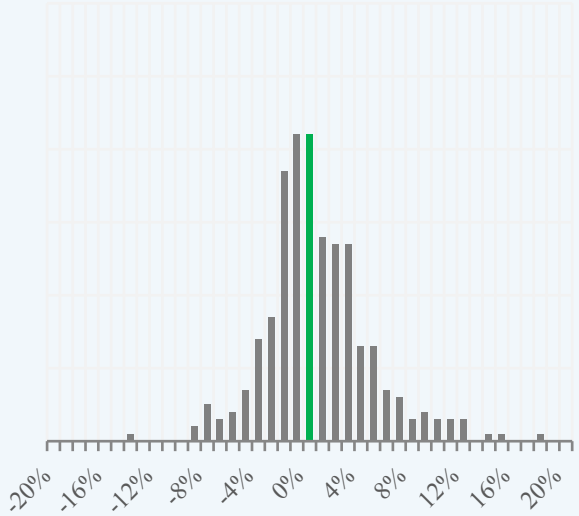
2 分析师使用实际销售数据，对预测进行微调

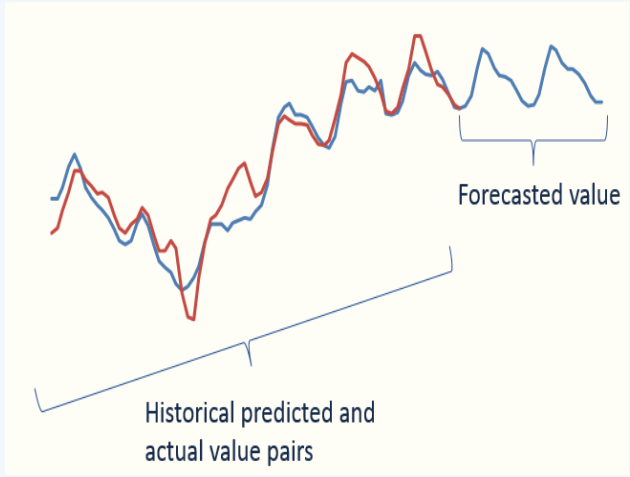
3 在制作之后，评估预测准确度

流程旨在实现高准确度









UCG在美国市场主要的客户

1 贷方/金融



前50位贷方的49个

- 贷款发起/审批、放款收回、库存融资
- 资产组合管理
- 资产组合收购

2 经销商



所有美国特许经销商（大约17,500家）

- 定价库存、客户旧车折价、帮助设定要价
- 金融保险部门
- 批发/拍卖价值、买进/卖出政策

3 厂商/专属金融公司



18家厂家/专属金融公司中的11家

- 车队和退租车辆定价
- 专属金融公司贷款发起、贷款审批和放款

4 保险



前十位保险商（70%的市场份额）

- 索赔全损
- 索赔起点
- 承保政策

5 政府



多个联邦政府机构，20个州，数百个县

- 联邦利益、资产和没收目的
- 州个人财产税
- 机动车辆管理局实际现金价值税

6 车队/租赁



第一大和第二大租赁车队公司（76%的市场份额）

- 再营销、残值分析、采购规划
- 批发/拍卖价值
- 买进/卖出决策

J.D. Power能为中国二手车市场做什么?



1. J.D. Power与CADA流通协会合作，更广泛收集市场交易的数据，基于美国的成熟模型，发展出符合中国国情的二手车估值商业应用



2. J.D. Power愿意与广大的经销商，车商，交易市场以及系统服务提供商合作，共同创建一个行业共享的二手车估值平台



3. J.D. Power的市场研究，定制研究，零售咨询等业务部门，提供综合解决方案，可以帮助经销商和车商更好识别二手车发展的机遇和风险，规划二手车业务，迎接二手车市场更加美好的明天

CUCA 中国二手车大会 China used car assembly

2017 CHINA USED CAR ASSEMBLY 中国二手车大会

谢谢！

中国汽车流通协会 China Automobile Dealers Association