

行業概覽

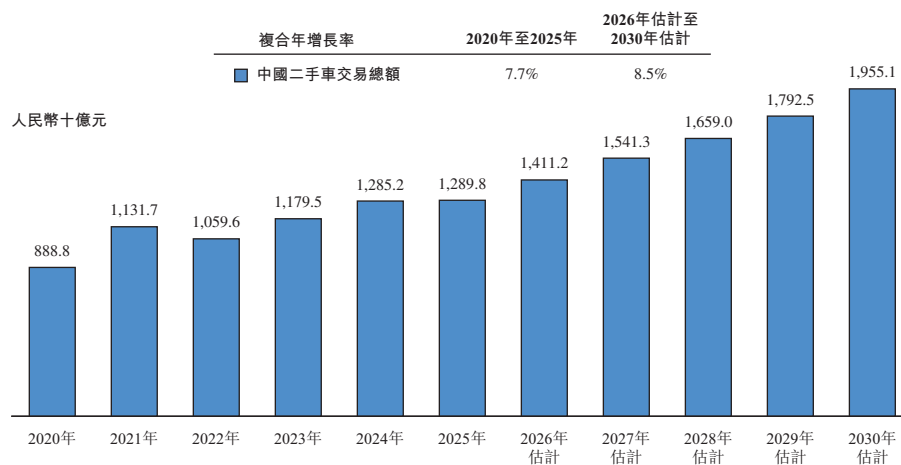
本節所載若干資料及統計數據摘錄自各種政府官方刊物、市場數據提供商及我們委託獨立第三方弗若斯特沙利文編製的報告。我們、[編纂]、獨家保薦人、整體協調人、[編纂]、彼等各自的任何董事和顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無獨立核實來自政府官方來源的資料，亦不對其準確性發表任何聲明。

中國二手車市場概覽

中國自2009年起一直為全球新車銷量最大的汽車市場，為二手車交易提供了基礎。近年來，中國二手車市場穩步擴張，儘管宏觀經濟下行壓力、物流約束及線下商業活動限制導致於2022年出現暫時性中斷，但自2023年起，中國二手車市場隨著經濟及消費的廣泛復甦而實現強勁反彈。展望未來，預期市場將實現高質量增長，同時呈現下文所述的結構性轉變。

下圖載列按交易總額計算的中國二手車市場規模（按交易價值計）：

中國二手車交易總額，2020年至2030年估計



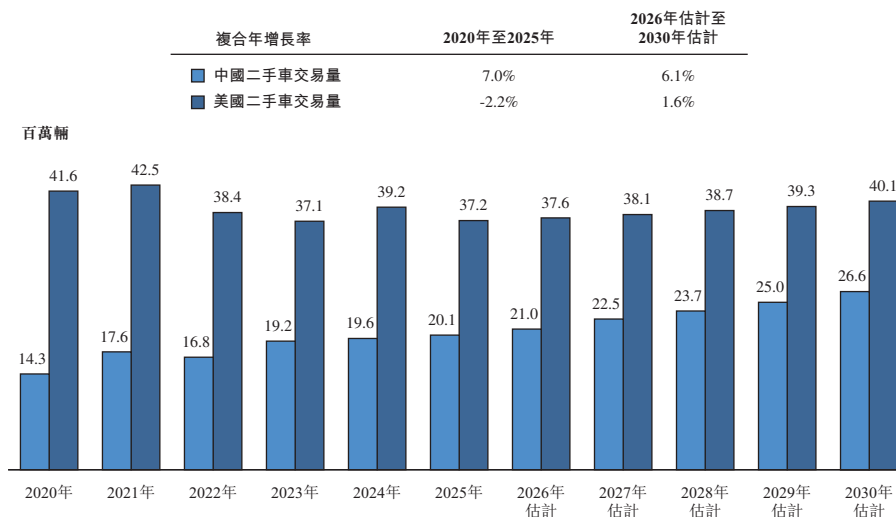
附註：二手車交易總額等於二手車平均成交價乘以二手車交易量。

資料來源：中國汽車流通協會、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

就2025年二手車交易總額及交易量計算，中國為僅次於美國的全球第二大二手車市場，亦為全球增長最快的主要市場之一。下圖載列中國及美國二手車市場交易量對比：

中國及美國二手車交易量，2020年至2030年估計



資料來源：美國運輸部、中國汽車流通協會、弗若斯特沙利文

中國二手車市場增長由供給及需求方因素共同驅動：i)車輛質量、耐用性及維修保養標準提升，從而延長車輛使用年限，推動二手車供應變得更加穩定；ii)新車市場持續進行結構升級，中高端車型佔比提升，價格分層更為明顯，這提升了二手車的交易價值潛力；iii)政策及監管改革，包括取消車輛限遷政策、推動跨區域轉籍及電子檔案系統建設，以及稅收、開票及過戶合規性逐步規範化，提升了交易效率、透明度及可追溯性；及iv)消費者習慣持續迭代——年輕消費者對二手商品的接受度更高，且更注重性價比——推動二手車購買滲透率進一步提升。此等因素共同加速推動行業由分散的區域性交易向更為規範化全國性的市場轉型。

中國二手車市場的痛點

儘管中國二手車市場已形成可觀規模，但其仍落後於美國等成熟市場，具體體現為二手車與新車交易比偏低及年交易量相對於乘用車保有量偏低。該差距主要歸因於四大結構性痛點：i)信息不對稱及檢測標準不統一，此乃由於車輛歷史記錄不完整，且缺乏統一的檢測規範；ii)區域差異、車況不一及新車價格波動導致價格透明度有限，且缺乏可靠基準；iii)非統一的交易流程，例如過戶、交付及售後等關鍵功能經常由不同的主體以不同的標準執行；及iv)汽車交易商格局高度分散，以小型經營者為主，其資金實力、數字化能力及跨區域履約能力有限。上述因素共同抬高交易成本、降低定價有效性、延長消費者決策周期，對市場進一步發展有一定制約作用。

行業概覽

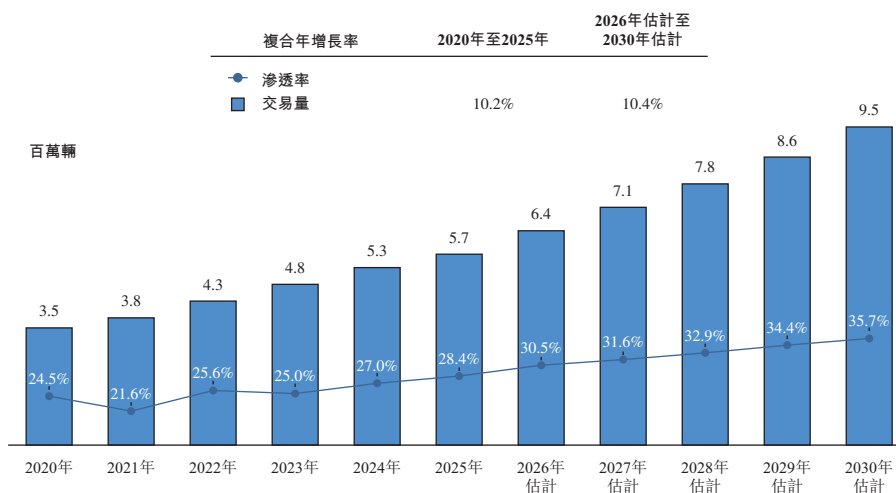
針對此等痛點，數字化二手車交易平台應運而生，該類平台將營運的環節（檢測、定價、訂約、過戶及售後）整合成更規範及更透明的流程。此類平台助力降低信息不對稱以及全面提升二手車市場的整體交易效率。

中國二手車交易平台概覽

二手車交易平台為通過統一規則、標準化工具及端到端服務，助力二手車B2C、C2C、B2B等各類交易的平台。該等平台通常覆蓋交易拓源、車輛檢測、合約簽署與支付結算、過戶與交付、售後服務及糾紛解決等關鍵環節，構建可追溯的閉環交易流程。疊加政策利好與市場紅利的支持，二手車交易平台在中國二手車市場的滲透率持續提升。

下圖載列中國二手車交易平台的市場規模及滲透率（按交易量計）。

中國二手車交易平台市場規模及滲透率（按交易量計），2020年至2030年估計



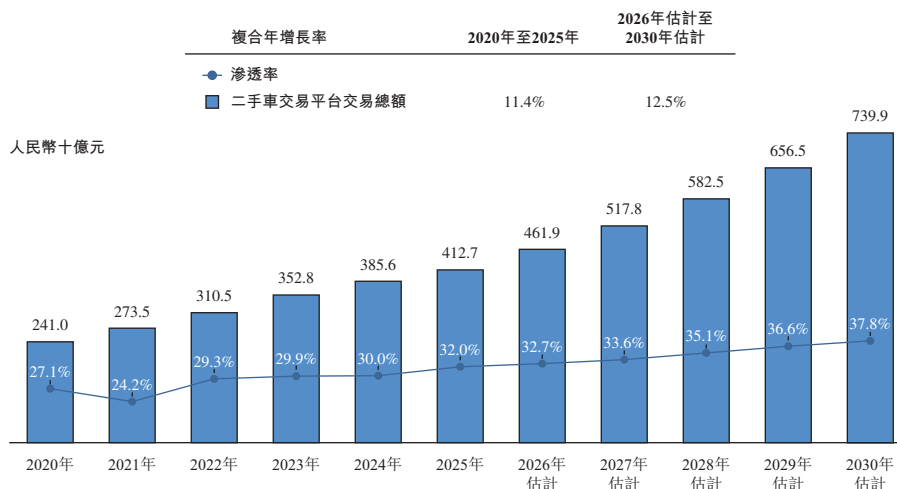
附註：滲透率定義為二手車交易平台促成的總交易量佔中國二手車交易總量的百分比。

資料來源：中國汽車流通協會、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

受交易量及單車交易價值增長驅動，中國二手車交易平台的交易總額大幅度增長。展望未來，預計將保持穩健增長。下圖載列中國二手車交易平台的交易總額及滲透率。

中國二手車交易平台交易總額及滲透率，2020年至2030年估計



附註：滲透率指二手車交易平台產生的交易總額佔中國所有二手車的交易總額的百分比

資料來源：中國汽車流通協會、弗若斯特沙利文分析

根據車輛所有權、客戶群體、質量管控能力與履約模式，中國二手車交易平台大致可分為四種業務模式：i)自營B2C平台，即獨立採購並持有存貨、開展標準化檢測與車輛整備、採用規則化定價，並提供相對統一的交付、保修及售後服務；ii)B2C經紀平台，通常並無存貨，協助商家發佈車源及履約，檢測、定價及服務標準因商家而異；iii)C2C經紀平台，主要促成個人賣家與買家直接交易，價格經雙方協商確定，履約方式更靈活；及iv)B2B批發平台，主要通過拍賣或擔保交易等方式完成，其通常具備更加標準化檢測、交易及結算流程。

該等業務模式隨著中國二手車交易平台行業的發展而演進，服務於市場發展的不同階段及不同客戶群體，同時其共同目標在於解決長期存在的行業痛點，例如車輛狀況不透明、定價不準確以及交易流程分散等。在這些模式中，自營模式日益顯示出結構性優勢，因其使平台能夠在整個交易過程中，對車源獲取、檢測、整備、定價、交付及售後服務實施更強的管控。

尤其是，通過直接採購並持有庫存、進行集中檢測及車輛整備，以及採用基於規則的定價機制，自營平台能夠將關鍵的質量控制及信息披露流程前移至交易過程之中。標準化的車輛檢測程序、透明的車況報告、電子合同、線下展廳交付以及售後保障服務，有助於提升車輛可追溯

行業概覽

性、交易透明度及客戶信任。在全國門店網絡及跨區域庫存調配能力的支持下，自營平台亦能提升跨城市及區域的供需匹配效率。隨著全流程數字化運營的不斷深化，自營模式預期將進一步強化其在可控車源、透明定價、標準化履約、網絡協同及服務整合方面的綜合能力，從而支持涵蓋車源獲取、定價、交付及售後服務的更可持續運營循環。

中國二手車交易平台行業的准入壁壘

- **標準化質量控制體系。**二手車本質上屬於非標準化資產。規模化運營必須建立標準化的准入、檢測及整備程序，並輔以保修期、明確的退換車政策，以及涵蓋保養、維修及事故記錄的數字化車輛記錄。該等能力對質量控制、特別是實現跨區域交易至關重要，但仍需在工具、設備及專業技術人員方面持續投入，為新進入者構築競爭壁壘。
- **線上線下一體化履約及線下網絡密度。**儘管車輛展示、諮詢及訂約可在線上完成，但試駕、交付、過戶登記及售後服務仍需依托線下門店。因此，全國性擴張需要標準化的門店網絡及本地化服務團隊。若並無充足的線下門店及運營執行能力，難以實現大規模市場滲透。
- **數據驅動型定價及周轉管理。**高效的定價取決於海量交易數據、多源信息整合及嚴謹的決策體系。該等能力，連同存貨優化與跨區域分配，可縮短銷售周期、降低價格波動並因此提升各門店的盈利能力。
- **高效獲客及品牌聲譽。**在二手車等高價值、低頻交易市場中，轉化、複購率及推薦率取決於高質量潛在客戶的穩定流入、規範獲客及始終如一的服務交付。履約與售後的持續可靠性將成為品牌資產，並降低對長期營銷投入的依賴。反之，負面事件易產生較強的溢出效應並對長期積累的品牌聲譽造成衝擊。
- **穩定及規範的車輛供應。**優質車輛供應在區域、車型及價格區間方面存在顯著差異。穩定的直接採購渠道（如消費者以舊換新、機構或製造商合作夥伴）形成優質供給的基礎。嚴格管理車型組合、車齡及價格區間對於平衡利潤與周轉效率至關重要。缺乏此供應鏈能力的新進入者，往往難以建立規模及優質的車輛儲備。
- **資本實力、組織能力及治理。**自營存貨模式需要大量的營運資金和強大的庫存管控能力。跨區域擴張亦取決於標準化的組織架構、培訓系統、激勵機制及合規程序。這些要素共同構成了一個穩健的企業管治框架，提高了新參與者的准入壁壘。

行業概覽

中國二手車交易平台行業的增長驅動因素

- **政策利好及制度完善。**監管改革(包括取消車輛限遷政策、推行跨區域轉籍及電子檔案系統建設)大幅縮短了完成交易所需的時間。簡化的稅務及發票要求降低了合規成本，同時，更明確的平台管治規則及明確的責任框架為持續的行業增長提供制度保障。
- **供應穩定及結構優化。**乘用車保有量持續增長及車輛加速迭代升級可確保高質量的車輛穩定投放市場。源自金融機構及大型經銷商的二手車佔比提升，進一步夯實平台供應基礎，助力線上集中展示及跨區域供需匹配。
- **完善的數字化基礎設施。**移動互聯網、在線支付及數字身份驗證的高滲透率，推動看車、詢價、簽約及開票等傳統線下環節向線上轉移。電子合約及電子發票的應用提升了交易效率。便捷獲取數字化信息擴大了消費者觸達範圍並提高了購車前的參與度。
- **流程標準化。**統一的車輛檢測程序、標準化的車況報告及可追溯的維修記錄有效地降低信息不對稱。基於大量歷史交易數據的數據驅動型定價縮小標價與成交價之間的差距，從而提升議價效率並縮短消費者決策周期。

中國二手車交易平台行業的未來趨勢

- **持續加強標準化及合規化。**行業正由分散的經紀模式轉向標準化程度更高的結構化運營模式。規管車輛檢測、整備、保修範圍、登記及過戶程序的法規將日益細化，以及更完整的憑證及更精確的責任劃分。
- **線上線下加速融合。**線上平台承擔車輛展示、諮詢及合約簽署，而線下門店負責管理試駕、交付及提供售後服務。兩個渠道之間的融合持續深化。存貨共享及跨區域分配提升匹配效率，進一步凸顯線下門店專業履約中心的作用。
- **數據驅動及AI賦能型定價及運營。**平台依據歷史交易數據及區域供需動態，持續提升定價決策的透明度和及時性，縮小標價與成交價之間的差距。同時，生成式AI的應用可改進車輛識別、文本結構、圖像質量及定價模型訓練。智能風控及決策支持系統正日益縮短決策鏈，實現更穩健的周轉管理。

行業概覽

- **結構性升級與品牌化運營。**受消費升級及車輛置換頻率提升驅動，中高端車輛供應的增加預期相對較新的車輛的佔比將進一步提升。經認證的品牌門店網絡的擴張將帶來更一致的服務體驗，預計將提升交易完成率，並促進複購及客戶推薦。

中國二手車行業的競爭格局

按2025年交易總額計，中國二手車交易平台市場仍高度分散，前五名參與者合計僅擁有市場份額的14.5%。市場參與者大致可分為全國性平台及區域性平台，全國性平台憑藉其品牌知名度、端到端的數字化能力及履約能力佔據市場的主導地位。領先參與者之間的競爭主要集中於多個維度，包括優質車源獲取能力、車輛檢測及定價能力、線上流量管理、及線下門店網絡覆蓋，以及增值服務能力。

於2025年，我們以人民幣155億元的交易總額（即3.8%的市場份額），在中國二手車交易平台中排名第一。

2025年的中國二手車交易平台市場排名（按交易總額計）

排名	公司名稱	2025年的交易總額 (人民幣十億元)	市場份額 (%)
1	本集團	15.5	3.8%
2	公司A	15.2	3.7%
3	公司B	11.8	2.9%
4	公司C	10.0	2.4%
5	公司D	7.5	1.8%
	總計	60.0	14.5%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 「交易總額」指2025年二手車交易的總商品價值，包含已售二手車的價值及相關增值服務所產生的收入，單位為人民幣十億元。
- (2) 公司A：一家總部位於北京、成立於2015年的非上市公司，主要從事線上二手車交易平台的營運，並提供整合式交易服務。
- (3) 公司B：一家總部位於青島，成立於2021年的非上市公司，主要從事二手車生態系統服務，以及經營提供相關檢驗、整修與交易服務的二手車交易平台。
- (4) 公司C：一家總部位於深圳，成立於1999年的非上市公司，主要從事中高檔二手車零售及相關交易服務。
- (5) 公司D：一家總部位於北京，成立於2008年的非上市公司，主要從事二手車交易服務，包括線上車輛經紀、經銷商網絡運營及相關交易支持服務。

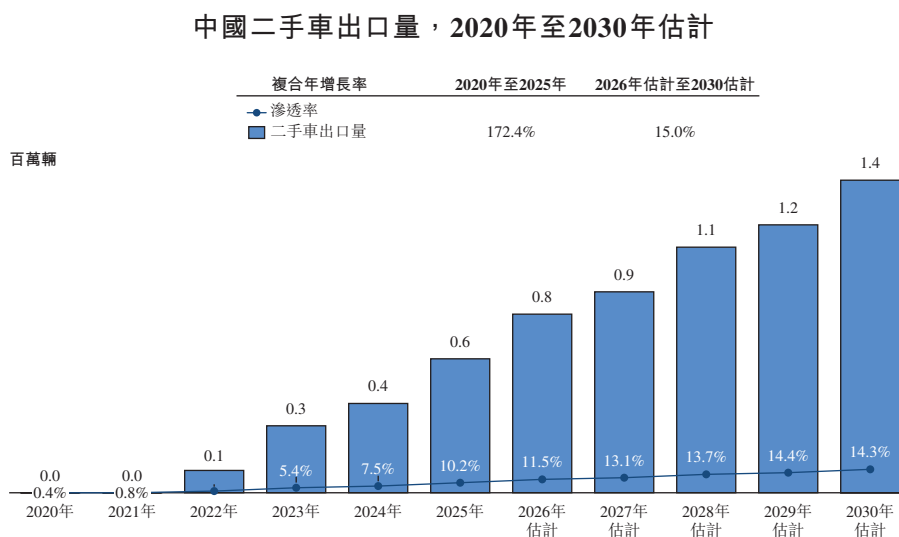
行業概覽

中國二手車出口市場概覽

歷經數十年發展，中國汽車行業已構建覆蓋研發、製造及供應鏈基礎設施的完整生態體系。自2009年以來，汽車產銷量穩居全球第一，出口能力亦有擴張。於2025年，中國汽車出口量達到660萬輛，連續三年超越日本，成為全球最大汽車出口國。於出口結構中，乘用車佔比持續攀升，新能源車型的佔比大幅擴大。目的地市場也從周邊國家擴張至中東、拉丁美洲、非洲及東歐。

在此背景下，二手車出口已從最初的試點逐步邁向標準化更高的市場驅動型運營。就供給側而言，中國龐大的、持續增長的汽車保有量，連同迭代升級周期的加快，正釋放出大量可出口車源。就需求側而言，目標市場對高性價比車型及新能源車型的需求增加。

下圖為中國二手車與新車出口量數據：



資料來源：中國汽車工業協會、弗若斯特沙利文分析

中國二手車出口市場發展趨勢

- 平台化運營。**市場正由分散貿易活動向一體化解決方案轉型，涵蓋車輛採購、整備、出口及售後全流程。出口參與者轉型為具備檢測整備中心、統一質量標準及標準化合規框架的平台運營商。目的地市場的本地合作夥伴網絡及售後支持正逐步納入此等解決方案。
- 產品結構升級。**耐用、節油車仍為出口結構的基礎，而新能源汽車及緊湊型SUV的市場份額穩步提升。純電動、插電式混合動力汽車及緊湊型SUV出口穩定增長，表明中國新能源車型在國際市場的吸引力日益增強。

行業概覽

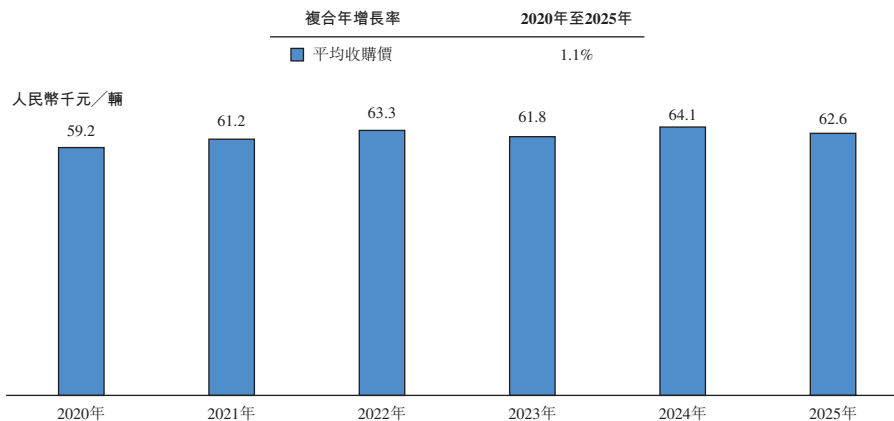
- **服務與數字化延伸。**行業重心正從的單純車輛銷售轉向於全生命周期提供綜合服務支持。出口前質量檢測整備經過定制化，以符合目的地市場法規及消費期望，同時保修範圍、零配件供應、在線維修記錄、遠程診斷及二次轉售平台等逐步成為增值服務。數字化留檔、全流程可追溯及在途可視化不斷提升履約效率與風險管理能力。

中國二手車平均收購價

自2020年至2025年，中國二手車平均收購價格整體保持穩定，波動有限，由每台人民幣59.2千元增至人民幣62.6千元，複合年增長率約為1.1%。價格於2020年至2022年上升，主要受車輛供應質量改善及主流乘用車交易佔比提高支持。於2023年，由於新車降價力度加大、市場對二手車定價預期發生調整以及汽車交易商毛利率收窄，導致收購定價更為謹慎，價格出現回落。於2024年，價格回升至每台人民幣64.1千元，主要受較高質量及較新二手車供應改善所支撐。2025年的小幅下降主要由持續的新車定價壓力、汽車交易商利潤率下降、低價交易佔比提高以及庫存消化加快所驅動。展望未來，儘管新車價格競爭的持續以及汽車交易商利潤承壓可能在短期內對二手車價格造成一定壓力，但車輛質量提升以及較新車型佔比提高，預計將支撐整體價格的穩定。

下表載列2020年至2025年的中國二手車平均收購價。

中國二手車平均收購價，2020年至2025年



資料來源：中國汽車流通協會、弗若斯特沙利文分析

資料來源

我們委託弗若斯特沙利文（一家提供行業諮詢、商業盡職調查及戰略諮詢服務的獨立市場研究諮詢公司）就中國二手車市場進行詳細研究（「弗若斯特沙利文報告」）及分析。我們同意向弗若斯特沙利文支付約人民幣600,000元。除另有說明外，本節所包含的所有數據及預測均摘自弗若斯特沙利文報告。

行業概覽

弗若斯特沙利文報告乃根據以下假設編製：(i)於預測期內，全球和中國的整體社會、經濟及政治環境預計將保持穩定；(ii)未來十年，全球及中國的經濟和工業發展可能保持穩定的增長趨勢；(iii)於預測期內，相關的主要行業驅動因素可能繼續推動市場增長；及(iv)不存在可能對市場產生重大或根本影響的極端不可抗力或行業監管行動。

於編寫及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文使用以下主要方法收集多個來源的數據及資料並加以核實，並將各受訪者的資料及意見與他人的資料及意見反覆核對：(i)二手研究，其涉及基於弗若斯特沙利文自身的研究數據庫審查已發佈的資料來源，包括國家統計數據、上市公司年報、行業報告及數據；及(ii)一手研究，其涉及對行業參與者的深入訪談。

弗若斯特沙利文的預測乃根據各種市場決定因素及其分配給市場的系數(表明其相對重要性)作出。市場決定因素指主觀假設及客觀因素，因此，預測數據可能與真實數據不一致。