

行業概覽

本節呈列的若干資料及統計數據（包括定量及市場趨勢信息）摘錄自各項政府官方刊物、市場數據提供商及我們委託行業顧問灼識諮詢編製的報告。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級人員、僱員、顧問或代理或任何其他參與[編纂]的人士或各方概無對來自政府官方來源的資料進行任何獨立核實，亦無就其準確性發表聲明。

資料來源

我們委託獨立市場研究及諮詢公司灼識諮詢（其為獨立第三方）對中國質押車輛監控服務市場和汽車經銷商運營管理服務市場進行研究及分析並編製報告。灼識諮詢的服務包括行業諮詢服務、商業盡職審查及策略諮詢。灼識諮詢報告由灼識諮詢編製，不受本集團及其他利益相關方的影響。我們已同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付費用人民幣630,000元。我們於本節及本文件其他章節摘錄灼識諮詢報告的若干資料，以為潛在投資者提供我們經營所在行業的更全面介紹。

於編製灼識諮詢報告期間，灼識諮詢進行一手及二手研究，並獲取有關中國目標市場行業趨勢的知識、統計數據、資料及行業見解。一手研究包括與汽車流通領域的主要行業專家及領先行業參與者進行訪談，彼等因現時及過往於業內的角色，獲灼識諮詢認定為具備有關中國質押車輛監控服務市場及中國汽車經銷商運營管理服務市場的專業知識及經驗。彼等與灼識諮詢分享的意見乃基於彼等的工作經驗及與汽車流通領域市場參與者的持續溝通。二手研究涉及分析來自各種公開可用的數據來源，例如中國國家統計局及多個行業協會。灼識諮詢收集的資料及數據已使用灼識諮詢的內部分析模型及技術進行分析、評估及驗證。

灼識諮詢報告乃根據以下假設編製：(i)中國的整體社會、經濟及政治環境預期於預測期內保持穩定；(ii)相關主要行業驅動因素可能促進目標市場於預測期內的持續增長，包括人均可支配收入的穩定增長、城鎮化率的持續增長以及持續實施

行業概覽

對中國乘用車市場的利好政策；及(iii)在預測期內不會發生極端不可抗力事件或出現不可預見的行業法規，上述情況可能對市場產生重大或根本性影響。

董事經作出合理查詢及進行合理審慎工作後確認，自灼識諮詢報告日期起，市場資料並無不利變動，以致本節資料有所限制、存在矛盾或受到影響。

中國乘用車市場概況

按新乘用車銷量計算，中國是全球最大的乘用車市場，於2022年售出24.0百萬輛新乘用車。然而，從人均汽車保有量來看，與發達國家相比，中國仍有增長空間。截至2022年12月31日，中國的人均汽車保有量約為每1,000人194輛，顯著低於美國及歐盟的每1,000人769輛及563輛。尤其是，中國低線城市（包括二線及以下城市）的人均汽車保有量仍然相對較低。截至2022年12月31日，中國一線城市的乘用車人均保有量約為每1,000人217輛，而低線城市的人均乘用車保有量約為每1,000人193輛。受居民收入及購買力提升、放寬限牌、中國乘用車市場的利好政策，中國乘用車市場（尤其是低線城市）的消費潛力預計將被釋放。有關更多資料，請參閱「— 相關市場的未來機遇 — 低線城市需求進一步增加」。此外，我們預計汽車經銷商的融資需求將不斷增加，以應付中國乘用車市場的潛在增長。

根據灼識諮詢的資料，中國若干大中城市已採取限購新乘用車的政策，此可能導致特定地區的消費者延遲或調整其購買新乘用車的計劃。然而，該等政策不會對中國乘用車市場的整體需求造成重大影響，此乃由於該等政策並非適用於全國範圍，因此對中國質押車輛監控服務市場及汽車經銷商運營管理服務市場的間接影響較微。此外，工信部與其他六個行政部門於2023年8月聯合頒佈《關於印發汽車產業穩健成長工作方案（2023-2024年）的通知》，規定地方當局不得採取新的汽車限購措施。

近年來，由於「碳達峰」和「碳中和」的宏觀發展戰略，新能源汽車的銷售已成為中國乘用車市場的重要趨勢，新能源汽車的銷量正在快速增長。中國的新能源汽車銷量從2018年的約1.0百萬輛激增至2022年的約6.5百萬輛，複合年增長率為58.2%，而其在乘用車銷量中的份額亦從2018年的約4.3%迅速增加至2022年的約27.2%。

行業概覽

中國汽車流通領域概覽

汽車流通領域的價值鏈

汽車流通是汽車行業中連接汽車製造商與汽車終端用戶的關鍵步驟。汽車流通領域的參與者主要包括汽車製造商（內燃機汽車製造商及新能源汽車製造商）、汽車經銷商、綜合汽車貿易商、金融機構及第三方服務提供商。汽車製造商主要專注於汽車設計、生產及製造，是乘用車的上游供應商。汽車經銷商及綜合汽車貿易商主要從事乘用車銷售。彼等亦向下游用戶提供汽車維修及保養服務、汽車金融服務、保險服務及其他售後服務。金融機構主要向汽車經銷商及汽車終端用戶提供汽車庫存融資及購車融資等金融服務。汽車流通領域的第三方服務提供商主要向汽車製造商、汽車經銷商、金融機構及其他企業用戶提供交易、軟件及運營相關服務。業內部分參與者亦提供專業服務，例如質押車輛監控服務及汽車經銷商運營管理服務。

新能源汽車銷量的增長為市場參與者帶來更多市場機會，亦為其商業模式帶來了創新。新能源汽車製造商採用的直銷模式為汽車經銷商帶來競爭及挑戰。在直銷模式下，新能源汽車製造商通過其門店直接提供新能源汽車銷售及售後服務。該等門店通常位於一線城市的中央商務區，以吸引潛在客戶。儘管部分新能源汽車製造商採用直銷模式，但得益於集銷售、物流、倉儲、零配件、維修保養服務於一體的成熟流通渠道，汽車經銷商仍然是新乘用車銷售的主要渠道，包括新能源汽車。此外，採用直銷模式的新能源汽車製造商需要承擔門店建設成本以及存貨及運營成本。因此，新能源汽車製造商如欲進入需求相對分散的低線城市，則面臨效率降低的風險。故此，新能源汽車製造商在持續擴張中可能仍需依賴汽車經銷商成熟的流通渠道，預計汽車經銷商將通過質押融資購買更多新能源汽車，從而對質押車輛監控服務的需求增加。

此外，汽車經銷商在新能源汽車的銷售、維修、保養、充電及電池更換方面面臨眾多機遇及挑戰。為把握該等機遇及克服該等挑戰，汽車經銷商須相應調整其業

行業概覽

務策略。中小型汽車經銷商（尤其是經營能力相對較弱者）由於缺乏市場洞察力和專業管理團隊，可能無法抓住該等機會並克服該等挑戰，汽車經銷商運營管理服務的出現有助連接汽車經銷商與新能源汽車製造商，同時提高汽車經銷商的運營效率。

市場參與者的局限性

汽車經銷商及綜合汽車貿易商的局限性

市場分散，競爭激烈

截至2022年12月31日，中國有30,000多家汽車經銷商及約120,000家綜合汽車貿易商。中國汽車經銷商集團百強(按新乘用車銷量計)擁有6,600多家汽車經銷商，約佔汽車經銷商總數的22.0%，顯示市場集中度相對較低，且眾多中小型企業參與者的整體實力有限。此外，汽車經銷商主要業務板塊的利潤率均面臨不同程度的壓力。

營運資金壓力大

汽車經銷商及綜合汽車貿易商必須預購新乘用車庫存，這需要大量營運資金。然而，汽車經銷商及綜合汽車貿易商通常面對融資來源有限及融資成本高昂等問題。因此，一旦新乘用車銷售面臨壓力，投資回收週期可能會延長，影響業務各環節的日常運營。部分汽車經銷商及綜合汽車貿易商為降低庫存壓力及有效管理現金流，選擇加大對新乘用車的折扣力度，進一步降低其利潤率，形成惡性循環。

缺乏專業的管理團隊

目前，中國汽車流通領域存在大量中小型企業。該等企業普遍缺乏管理專業知識、技術能力及完善的人力資源系統。核心管理團隊成員面臨精力不足、管理鬆懈及不專業等問題。

行業概覽

缺乏數字化能力

就銷售及營銷而言，汽車經銷商及綜合汽車貿易商缺乏利用數字系統持續管理及向客戶營銷的能力，導致客戶轉化率及留存率不盡如人意。在管理方面，缺乏數字化管理能力使管理團隊難以獲得全面、可靠和準確的數據和信息，輕易導致決策失誤或產生其他問題。

金融機構的局限性

質押車輛監控工作量大

當金融機構向汽車經銷商及綜合汽車貿易商提供質押融資時，金融機構對質押車輛的監控要求相對繁重且專業，需要定期和不定期盤點並持續監控庫存狀況。隨著業務量的增加，金融機構需要以有限的資源管理覆蓋廣泛地域越來越多的汽車經銷商及綜合汽車貿易商，在此情況下完全依靠內部資源難以完成質押車輛監控。

線下流程繁瑣，數據可用性及可靠性有限

在傳統的汽車金融質押車輛監控模式中，質押車輛監控流程（如盤點、數據記錄及狀態審核）嚴重依賴人工操作，效率低下，且存在出現人為錯誤及管理不當等操作風險。金融機構不斷提升質押車輛監控能力，以適應日益精細化的質押車輛監控標準，從而對服務提供商提出更高的要求。此外，由於不同的金融機構具有不同的質押車輛監控系統，因此對外部服務提供商的定制和開發能力提出更高的要求。

傳統質押車輛監控存在風險，效率低下

在傳統的質押車輛監控模式下，質押車輛監控的質量取決於監管人員的能力和員工的責任感，在操作和道德層面存在風險。同時，由於庫存及汽車經銷商運營管理信息收集滯後且不透明，金融機構難以實時掌握資產狀況，可能對質押車輛監控的有效性和及時性造成負面影響。

行業概覽

中國質押車輛監控服務市場概覽

質押車輛監控服務可幫助金融機構提升質押車輛監控效率，打破信息壁壘

庫存貸款是汽車流通領域的主要融資渠道之一，而金融機構受人員和資源限制，面臨質押車輛直接監督管理等挑戰。在此模式中，質押車輛監控服務提供商主要充當第三方監督機構，通過技術手段幫助金融機構監督汽車經銷商的庫存情況和經營狀況。

質押車輛監控服務可以為金融機構提供客觀及獨立的質押車輛監控，從而提高監控的質量和真實性，同時增進金融機構對質押車輛的監控效率，以支持其業務擴張。服務提供商的數字化能力也有助於打破汽車經銷商與金融機構之間的信息壁壘，因此實現對潛在風險的提前感知和干預。

根據灼識諮詢的資料，截至2022年12月31日，中國約80%為汽車經銷商提供有抵押融資的金融機構聘請第三方服務提供商對質押車輛進行監控。金融機構傾向依靠第三方服務提供商而非其內部人員來提供這些服務，主要是出於成本效益及對服務質量的考量。第三方服務提供商一般擁有專業的服務人員團隊，且配備專門的數字化監控系統，通常能夠減少對人力的依賴，並能夠較金融機構內部人員更全面、更具成本效益地識別及報告潛在風險事件。

中國質押車輛監控服務的需求穩定

中國的質押車輛監控服務提供商主要向(i)為汽車經銷商提供購車質押貸款的金融機構；及(ii)擁有質押汽車的汽車經銷商提供服務。根據灼識諮詢的資料，截至2022年12月31日，中國有超過200,000家金融機構分支機構，及約750家金融機構分支機構為汽車經銷商提供擔保，其中約600家有關金融機構分支機構(包括中國所有「六大」國有商業銀行、12家股份制商業銀行及25家汽車金融公司)為質押車輛監控服務的用戶。根據灼識諮詢的資料，截至2022年12月31日，中國有30,000多家汽車經銷商，其中約

行業概覽

79.9%為質押車輛監控服務的用戶。於2022年，隨著金融機構重視質押車輛監控、操作規範化及有抵押融資滲透率的提高，假設所有潛在汽車經銷商用戶及綜合汽車貿易商用戶的需求均已得到充分滿足，按潛在汽車經銷商用戶及綜合汽車貿易商用戶數目乘以行業平均服務費⁽¹⁾計算，中國汽車經銷商及綜合汽車貿易商的質押車輛監控服務的整個潛在市場規模約為人民幣61億元。具體而言，於2022年，潛在汽車經銷商用戶佔整個潛在市場規模約為人民幣19億元，而潛在綜合汽車貿易商用戶佔整個潛在市場規模則約為人民幣42億元。

綜合汽車貿易商被視為質押車輛監控服務的潛在客戶，因此基於以下原因計入整個潛在市場規模的計算中。

- 綜合汽車貿易商與汽車經銷商的業務模式相似，均需要大量汽車存貨以滿足其日常銷售需求。綜合汽車貿易商需要財務支援以維持相當水平的汽車存貨，因此對有抵押融資亦有龐大需求。與汽車經銷商類似，向金融機構尋求有抵押融資的綜合汽車貿易商亦需要質押其汽車存貨。過往，綜合汽車貿易商難以直接從金融機構獲得有抵押融資。一旦綜合汽車貿易商能夠從金融機構獲得有抵押融資，則預期彼等將支付質押車輛監控服務費以監控其質押車輛。
- 金融機構已開始向綜合汽車貿易商提供有抵押融資。過往，金融機構、汽車經銷商及汽車製造商之間普遍訂有有抵押融資，主要由於金融機構一般要求汽車製造商向汽車經銷商提供信貸支援，以便汽車經銷商獲得有抵押融資。現時，金融機構正通過推出針對綜合汽車貿易商的新造有抵押融資產品以改變此等格局。例如，中國一家全國性商業銀行推出一項針對綜合汽車貿易商的新造有抵押融資產品，該產品與一般向汽車經銷商提供的有抵押融資產品類似。

附註：

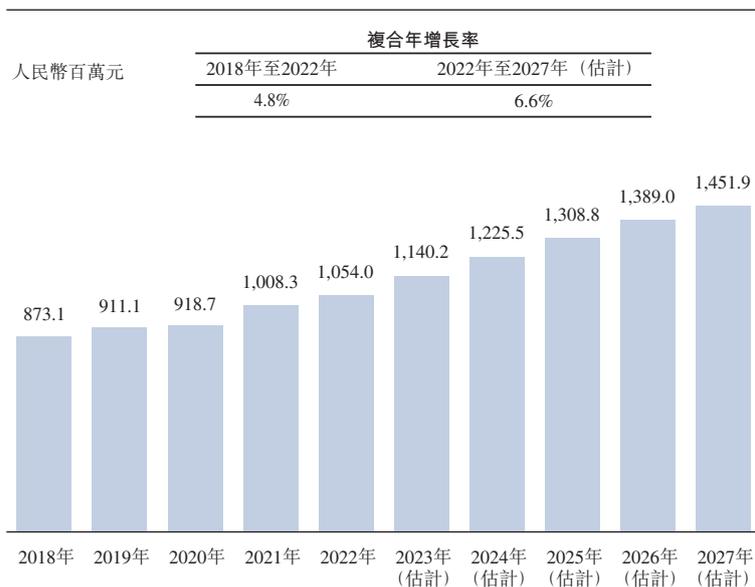
- (1) 根據灼識諮詢的資料，行業平均服務費乃基於服務供應商於2022年收取的實際服務費，每份質押車輛監控服務協議的服務費每年介乎人民幣40,000元至人民幣60,000元。

行業概覽

- 根據灼識諮詢進行的研究，在美國等發達市場，金融機構向綜合汽車貿易商提供有抵押融資乃屬常見。隨著中國市場發展，合理預期未來將有更多金融機構向綜合汽車貿易商提供有抵押融資。

按收入計，中國汽車經銷商的質押車輛監控服務市場規模由2018年的人民幣873.1百萬元增至2022年的人民幣1,054.0百萬元，複合年增長率約為4.8%。隨著對該等服務的需求增加，預期市場規模將於2027年達到人民幣1,451.9百萬元，主要基於隨著中國乘用車市場的發展，預計此類服務的滲透率將會增加。

2018年至2027年（估計）中國汽車經銷商的質押車輛監控服務市場規模



資料來源：CPCA、CADA、國家統計局、灼識諮詢

本公司是中國汽車流通領域質押車輛監控服務的最大提供商

中國汽車流通領域質押車輛監控服務的市場高度集中，主要由於頭部市場參與者已在技術實力、穩固的客戶關係及規模經濟方面建立了准入壁壘。截至2022年12月31日，按收益計算，排名前五的市場參與者總市場份額約90.3%，其餘大部分市場參與者通常為小型區域服務供應商。頭部市場參與者擁有覆蓋全國的服務網絡，能夠滿足金融機構對各地質押車輛監控的需求，因此更容易獲得更高市場份額。同時，金融機構對第三方機構的服務專業度、可靠性、時效性等服務能力有較高要

行業概覽

求，頭部服務提供商已經與金融機構形成穩定夥伴關係，為市場新晉分子製造了較高的進入壁壘。此外，頭部市場參與者在技術實力方面有一定積累，能夠借助技術提升監控的效率、降低成本、提升質押車輛監控有效性等，進一步降低了邊際成本，因此頭部公司能夠享受規模效應，搶佔更多市場份額。

於2022年，本公司是中國汽車流通領域最大的質押車輛監控服務提供商，按2022年收益計市場份額為47.9%。本公司的市場地位主要歸功於豐富的行業經驗、技術能力及覆蓋全國的服務網絡。作為市場先驅者之一，本公司根據行業洞察，制定了全面、詳細的質押車輛監控指引及技術訣竅。

於2022年，中國約有50家質押車輛監控服務提供商，其中約10家服務提供商的服務網絡已覆蓋全國。下表載列於2022年按質押車輛監控服務產生的收益計的中國汽車流通領域主要質押車輛監控服務提供商排名及截至2022年12月31日的汽車經銷商用戶數目。儘管其他四家服務提供商提供質押車輛監控服務以外的其他服務，但其質押車輛監控服務與本公司的具有可比性，主要是由於服務範圍、定價模式及業務模式的相似性。此外，儘管若干其他服務提供商並不具備全面的數字系統提供服務，彼等亦倚賴科技監控質押車輛，並在質押車輛監控服務市場與本公司直接競爭。

| 排名 | 公司 | 2022年的 收益 ⁽⁵⁾ (人民幣百萬元) | 截至2022年 | |
|----|--------------------|---|--|--------------------------|
| | | | 2022年 按收益 ⁽⁵⁾ 計的 市場份額 | 12月31日 的汽車經銷商 用戶數目 |
| 1 | 本公司 | 505.0 | 47.9% | 10,684 |
| 2 | 公司A ⁽¹⁾ | ~265.0 | 25.2% | ~3,600 |
| 3 | 公司B ⁽²⁾ | ~115.0 | 10.9% | ~2,500 |
| 4 | 公司C ⁽³⁾ | ~46.0 | 4.4% | ~780 |
| 5 | 公司D ⁽⁴⁾ | ~20.0 | 1.9% | ~440 |

資料來源：灼識諮詢

行業概覽

附註：

- (1) 公司A為一家成立於2013年的私營公司，總部位於天津，主要提供汽車物流服務、質押車輛監控服務等汽車相關服務。
- (2) 公司B為一家成立於2002年的私營公司，總部位於吉林省長春市，主要提供汽車運輸服務、汽車倉儲服務、物流金融服務、汽車零部件運輸服務、質押車輛監控服務等汽車相關服務。
- (3) 公司C為一家成立於2008年的私營公司，總部位於北京，主要提供汽車倉儲及物流服務，亦提供質押車輛監控服務。
- (4) 公司D為一家成立於2006年的私營公司，總部位於廣東省廣州市，主要為消費者提供保險經紀服務，亦提供質押車輛監控服務。
- (5) 指產生自質押車輛監控服務的收益。

中國質押車輛監控服務的准入壁壘

- **技術實力**。開發及維護質押車輛監控服務需要市場參與者加強技術、基礎設施及數據安全。新進入者需要有足夠的資金以支付相關技術及基礎設施的開發成本，以及聘用合資格員工來開發和維護這些技術。
- **穩固的客戶關係**。中國質押車輛監控服務行業的特點是與金融機構及汽車經銷商建立長期的客戶關係。新進入者需要通過提供具有價格競爭力的優質服務來吸引其他服務提供商的客戶並獲得該等客戶的信任。
- **規模經濟**。現有市場參與者通過為不同地區的廣泛客戶提供服務，實現了巨大的規模經濟。彼等亦在開發及維護其數字系統、數據分析工具、網絡安全、客戶服務能力及人力資源方面投入巨資。與新進入者相比，該等因素使彼等能夠以具有競爭力的價格提供高質量的服務，而新進入者需要付出高昂的固定及可變成本方可進入市場。

中國質押車輛監控服務市場的風險及挑戰

中國質押車輛監控服務市場面臨若干風險及挑戰。中國經濟增長放緩可能導致居民收入及彼等購買新乘用車的能力下降，這可能會減少對新乘用車的需求及對該服務的需求。此外，中國有關質押車輛監控服務的有利法規及政策以及金融機構

行業概覽

的業務模式可能會發生變化，從而影響對該服務的需求。此外，汽車流通領域的變化，如新乘用車需求的變化，亦可能影響對該服務的需求。倘新乘用車的需求增加，預期汽車經銷商將通過有抵押融資購買更多乘用車，從而導致質押車輛監控服務的需求將會增加。同樣，倘新乘用車的需求減少，則預期質押車輛監控服務的需求將會減少。

服務提供商亦面臨以下風險及挑戰：(i) 中國整體經濟以及汽車流通領域的變動；(ii) 勞工及分包成本的波動；及(iii) 質押車輛監控服務市場競爭加劇。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險」。

中國汽車經銷商運營管理服務市場概覽

汽車經銷商運營管理服務提供商有助汽車經銷商降本增效並提升競爭力

汽車經銷商運營管理服務旨在通過引入專業化管理團隊及理念、全面的管理及會計體系、智能營銷及客戶管理工具等，幫助汽車經銷商降本增效。具體而言，專業化管理團隊可透過全面的管理體系收集員工利用率數據，並有效配置人力資源，協助汽車經銷商優化人力資源，進而降低人力成本。此外，會計體系可協助汽車經銷商精簡會面及線下流程以提高財務管理效率，同時幫助汽車經銷商提升收集財務數據的效率。此外，智能營銷工具能夠準確傳遞營銷信息、評估廣告成效、改善廣告內容管理，進而提升汽車經銷商營銷工作的整體效率。同時，客戶關係管理工具能夠累積銷售信息和客戶溝通記錄，有助加強汽車經銷商銷售人員與潛在客戶群的聯繫，從而提升汽車經銷商的效率。

中國汽車經銷商運營管理服務市場暫未形成穩定的競爭格局

儘管鑒於汽車經銷商運營管理服務的市場規模由2021年的人民幣13.2百萬元增至2022年的人民幣47.6百萬元，若干市場參與者早已在探索汽車經銷商運營管理服務的可行業務模式，但中國汽車經銷商運營管理服務市場暫未形成穩定的競爭格局。市場參與者通常與汽車經銷商訂立個別服務協議。根據灼識諮詢的資料，截至2022年12月31日，中國汽車經銷商運營管理服務的滲透率低於0.5%（按所服務汽車

行業概覽

經銷商數目除以中國汽車經銷商總數計算)。此外，目前僅有約10家市場參與者進入該領域，當中包括汽車流通領域的第三方服務提供商、初創軟件公司、互聯網平台公司及具備強大管理能力的大型汽車經銷商。大部分該等市場參與者仍處於分析客戶需求及服務範圍的階段，並且尚未實際提供該等服務或自該等服務產生可觀收入。競爭格局可能會出現重大變化，這取決於汽車經銷商獲得該等服務的意願、服務提供商的推廣力度及成功管理案例的開發。

預期未來中國汽車經銷商運營管理服務的需求隨著汽車流通領域的汽車經銷商之間的競爭越發激烈而有所上升

中國汽車經銷商運營管理服務市場的未來增長乃取決於汽車經銷商的潛在需求、新冠疫情的復甦以及成功管理案例的開發。根據CADA的資料，2022年中國約有30,000家汽車經銷商，其中約70%汽車經銷商無法取得盈利。根據灼識諮詢的資料，無法取得盈利的汽車經銷商將需要可幫助彼等降低成本及提高營運效率的專業管理服務，例如汽車經銷商運營管理服務。此外，過往三年汽車流通領域受到新冠疫情的負面影響，導致市場參與者擴展業務及提供有關服務的工作有所延誤。根據灼識諮詢的資料，隨著更多市場參與者從新冠疫情復甦後開始提供此類服務，預期該市場未來將會增長，且在服務提供商的幫助下，無法盈利的汽車經銷商或會加快步伐以提高運營效率，從而實現盈利。該等市場參與者正積極拓展業務及實施促銷政策，如提供固定管理費折扣、配合具彈性的支付週期、提供免費軟件及其他服務，並展示其在協助汽車經銷商實現其業績目標方面的優勢。此外，服務提供商所開發的成功管理案例可協助潛在汽車經銷商了解該等服務的價值，此將有助推廣該等服務。

按收入計，中國汽車經銷商運營管理服務的市場規模由2018年的人民幣25.6百萬元增至2019年的人民幣29.7百萬元。然而，市場規模由2019年的人民幣29.7百萬元下降至2021年的人民幣13.2百萬元，主要是由於2020年市場受到新冠疫情的負面影響，提供該服務的初創公司出現運營困難。隨著市況有所改善，市場規模由2021年的人民幣13.2百萬元增至2022年的人民幣47.6百萬元。本公司於2022年開始提供

行業概覽

該等服務，於2022年的市場份額約為90%。於2022年，本公司透過該等服務產生的收入為人民幣42.8百萬元。根據灼識諮詢的資料，基於上述預期增長的原因，預計市場規模於2027年將達到人民幣89.6百萬元。根據灼識諮詢的資料，預計本公司於2027年的市場份額將低於其於2022年的市場份額，主要是由於其他市場參與者的進入。預期該等市場參與者將獲得部分市場份額，同時為整體市場規模的增長作出貢獻。

2018年至2027年（估計）中國汽車經銷商運營管理服務的市場規模



資料來源：CPCA、CADA、國家統計局、灼識諮詢

中國汽車經銷商運營管理服務的准入壁壘

- **行業專業知識。**汽車經銷商運營管理服務要求服務提供商深入了解汽車經銷商的局限性，並仔細審查汽車經銷商的日常運營及管理以提供定制服務。因此，對汽車經銷商局限性欠缺深入了解的初創軟件公司及互聯網平台公司未必能在該行業取得成功。
- **技術實力。**汽車經銷商運營管理服務提供商的技術能力也在不斷提升。隨著汽車經銷商的數字化，汽車經銷商運營管理服務提供商有望開發及利用技術來開發汽車經銷運營管理系統，優化其服務並提高效率及效益。
- **行業資源渠道。**汽車經銷商運營管理服務提供商依靠有效的分銷渠道及其他行業資源，協助汽車經銷商管理客戶訂單、向其客戶交付車輛並以更高的效率提供優

行業概覽

質售後服務。新進入者接觸該等分銷渠道及資源的機會可能有限，這可能對其以具競爭力價格為客戶提供優質服務的能力造成負面影響。

中國汽車經銷商運營管理服務市場的風險及挑戰

中國汽車經銷商運營管理服務市場面臨若干風險及挑戰。服務提供商面臨中國整體經濟以及汽車流通領域變動的風險及挑戰，此可能會對服務提供商有關該等服務的推廣工作造成負面影響。此外，倘若更多消費者通過網絡平台或其他方式購買汽車，而不再依賴汽車經銷商，則汽車經銷商運營管理服務市場可能會受到負面影響。此外，服務提供商可能無法開發成功管理案例或滿足汽車經銷商的期望，此可能導致其流失汽車經銷商用戶。此外，服務提供商亦可能無法挽留關鍵僱員。

中國質押車輛監控服務市場及汽車經銷商運營管理服務市場的未來機遇

低線城市需求進一步增加

受惠於利好政策、居民購買力提升以及道路、燃油及充電基礎設施建設，駕駛汽車將更為便利，預計低線城市對新乘用車的需求將會增加，並將成為市場增長的關鍵驅動力之一。有關利好政策包括(i)國務院辦公廳於2022年4月發佈的《關於進一步釋放消費潛力促進消費持續恢復的意見》，旨在促進中國汽車消費；(ii)財政部與國家稅務總局於2022年5月聯合發佈的《關於減徵部分乘用車車輛購置稅的公告》，旨在刺激中國的乘用車銷售；及(iii)商務部與其他16個行政部門於2022年7月聯合頒佈的《關於搞活汽車流通擴大汽車消費若干措施的通知》，旨在刺激乘用車及新能源汽車的銷售，並鼓勵金融機構在中國提供汽車有抵押融資。

根據灼識諮詢的資料，預計利好政策繼續推動乘用車的銷售，並預計汽車經銷商將通過有抵押融資購置更多乘用車，從而增加對質押車輛監控服務的需求。同

行業概覽

時，鑒於乘用車銷售量的預期增長，汽車經銷商預期通過專業的管理團隊優化業務運營。因此，汽車經銷商運營管理服務的需求可望進一步增加。

金融機構業務量及目標客戶進一步增加

金融機構（主要包括商業銀行及汽車金融公司）向汽車經銷商提供有抵押融資。在中國乘用車市場利好政策的推動下，金融機構已推出普遍提供更高信貸限額及簡化申請程序的新線上有抵押融資產品，試圖覆蓋汽車經銷商、綜合汽車貿易商及二手車經銷商。例如，中國一家全國性商業銀行推出一項針對綜合汽車貿易商的新造有抵押融資產品，該產品與一般向汽車經銷商提供的有抵押融資產品類似。汽車金融公司提供的有抵押融資金額在過去十年翻了一番。隨著向汽車經銷商及綜合汽車貿易商提供的有抵押融資增加，預期質押車輛監控服務的業務量將會上升，從而推動質押車輛監控服務市場的增長。

汽車經銷商及綜合汽車貿易商的有抵押融資需求進一步增加

隨著中國乘用車市場的進一步發展，預期汽車經銷商及綜合汽車貿易商將增加庫存水平，以擴大其地理覆蓋範圍並使其整車品牌及型號多樣化。因此，預期對汽車經銷商及綜合汽車貿易商的有抵押融資需求將進一步增加，這可能會令質押車輛監控服務及相關服務的需求增多。

汽車流通領域競爭加劇

汽車經銷商運營管理服務的目標客戶為中小型汽車經銷商（包括擁有5至20間汽車經銷店的汽車經銷商），且該等客戶的數量正在穩步增長。該等客戶通常擁有一定的業務規模，因此具有較大的業務增長潛力。然而，彼等面對原管理人員退休導致專業管理團隊人手短缺，以及技術實力不足導致效率低下等問題。在市場調整期，依賴該服務的汽車經銷商將更有機會擴大市場份額，鞏固優勢地位，在競爭中脫穎而出。

行業概覽

中國質押車輛監控服務市場及汽車經銷商運營管理服務市場的未來發展

技術發展

隨著技術的發展，汽車經銷商的庫存相關數據可動態回傳系統，直接與金融機構質押車輛監控系統對接，從而大幅提升監管效率、準確性及時效性。有關技術發展可以使服務提供商更有效地監控質押車輛，從而降低質押車輛監控服務的邊際成本。

第三方服務提供商的發展

汽車經銷商面對庫存管理、資金管理、渠道優化、團隊建設等需要專業人員處理的問題，對於管理精細化、專業化的要求明顯提高。汽車經銷商運營管理服務提供商擁有豐富的汽車經銷商行業經驗、成熟的管理體系及強大的行業資源，可提供包括資本、銷售、人力資源、財務、品牌建設等在內的一體化專業服務。

發展多元化服務

根據灼識諮詢的資料，中國新乘用車銷量於2013年至2017年期間有所增加，複合年增長率約為8.5%。然而，中國新乘用車銷量於2018年至2022年期間減少，複合年增長率約為負0.4%，乃由於新冠疫情導致對新乘用車的需求下降。此外，乘用車的平均車齡由2019年的4.9年增加至2022年的6.2年。隨著中國乘用車市場的新乘用車銷售放緩及平均車齡的增加，汽車經銷商的業務重心正在逐步轉移。預期供應商的服務範圍將隨之有所轉變，部分供應商將建立新的服務模式，專注於新能源汽車交易以及其他汽車服務。該等市場趨勢將為市場參與者提供更多滿足市場需求的機會。

行業概覽

關鍵成功因素

行業專業知識

汽車流通領域的數字化轉型是以傳統業務模式為基礎，輔以充足的數據與信息技術，最終實現服務質量和管理效率的升級，因此對於汽車經銷商行業的理解和經營能力的積累極為重要。

客戶和品牌能力

通過客戶資源和經驗的積累，服務提供商可以建立行業口碑，打造自身品牌，有助於拓展服務範圍和招徠新客戶，從而擴大收益，並進一步提升市場份額。

全產業鏈服務能力

汽車流通領域涉及環節和參與者較多，包括各類整車品牌、汽車物流公司、金融機構、售後服務車間及汽車零部件供應商，因此擁有豐富、全面生態資源和服務能力的公司更能全面把握汽車經銷商的需求，積累競爭優勢。