



2018中国汽车流通行业年会
China Automobile
Dealers Industry
Convention
2018

互联网用户二手车消费者研究报告（秋季）

目录

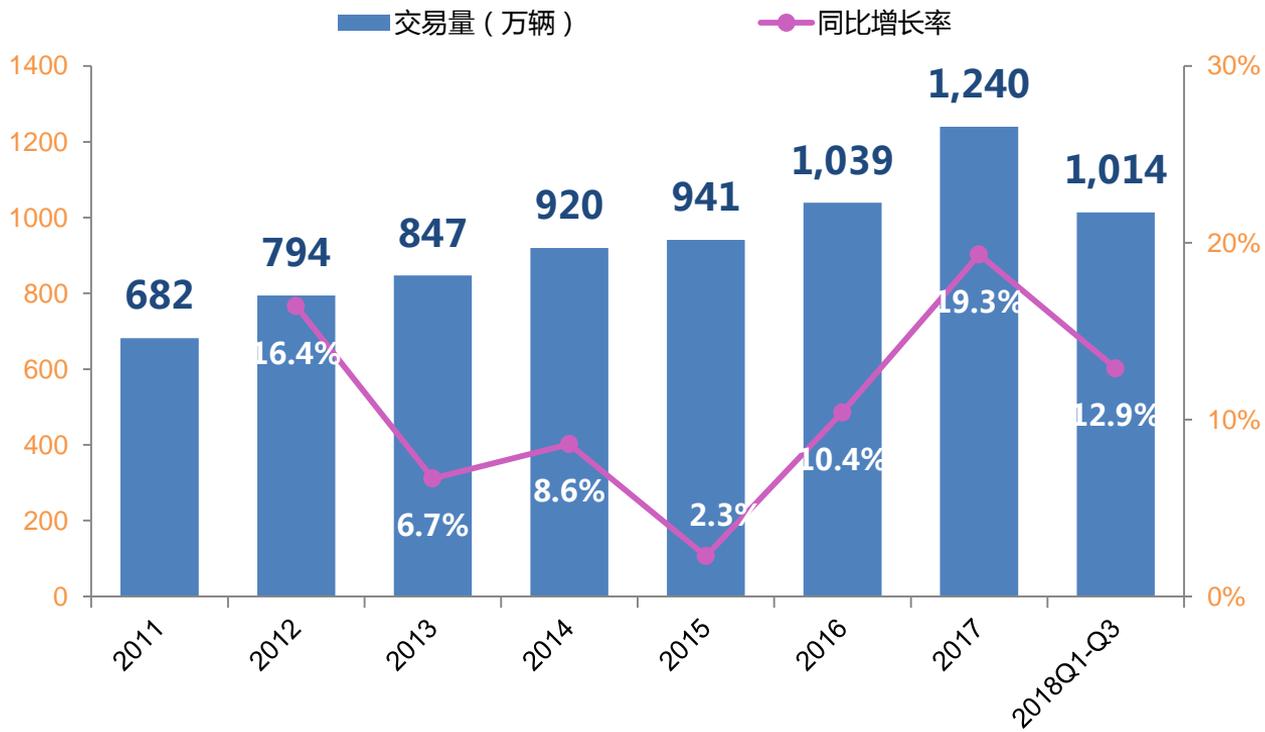
- 01 买卖二手车超7成用户会用互联网
- 02 二手车用户特征
- 03 二手车用户购车行为



**超过7成用户买卖二手车会
用互联网**

2018年二手车市场仍然保持较高增长

二手车市场消费需求强劲，2018年前三季度中国二手车交易量达1029万辆，累计同比增长12.9%

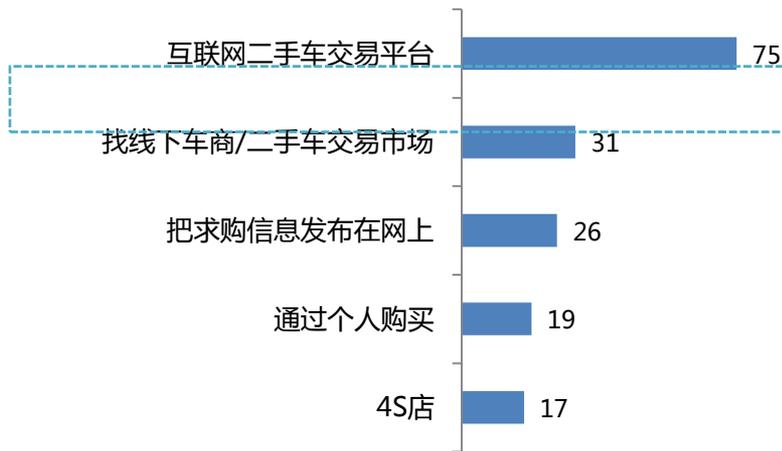


二手车交易平台吸引力提升

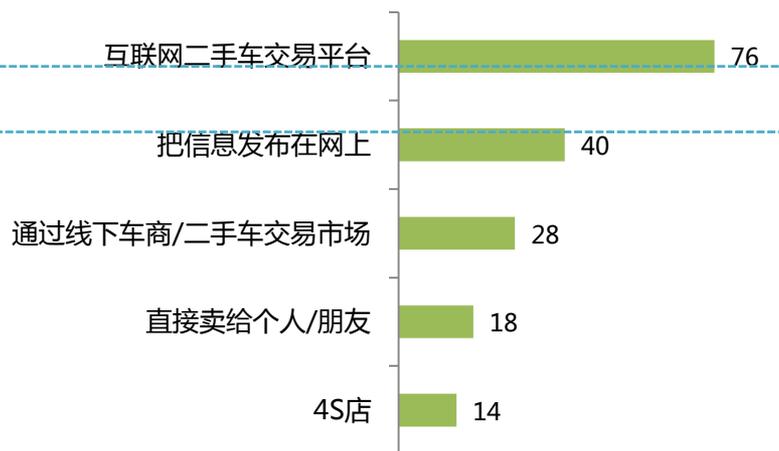
网民通过互联网二手车交易平台售买二手车的渗透率达75%

买卖二手车渠道选择

购买二手车渠道



出售二手车渠道

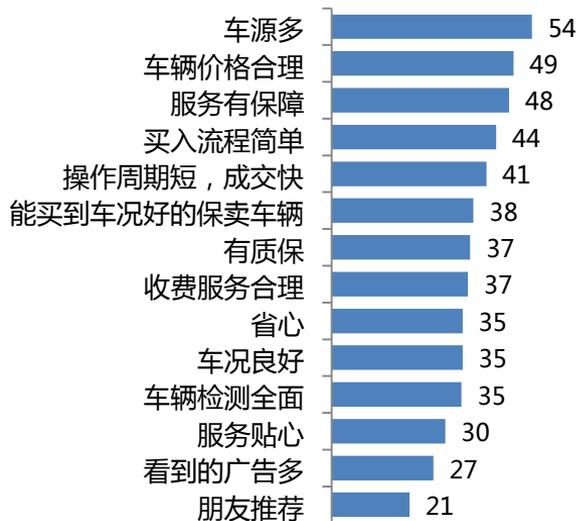


数据来源：消费者调研报告，调研样本2000个网民

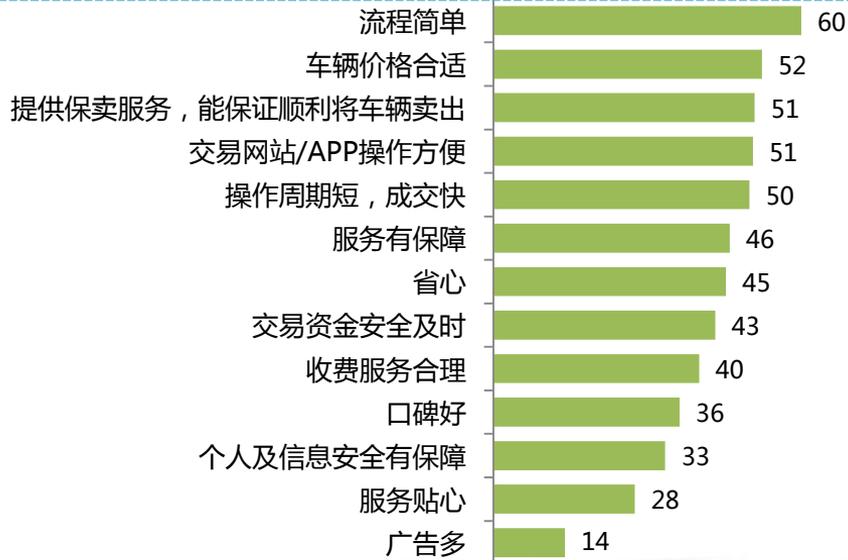
互联网的吸引力

车源、价格、流程

网民在互联网买车的因素



网民在互联网卖车的因素



数据来源：消费者调研报告，调研样本2000个网民

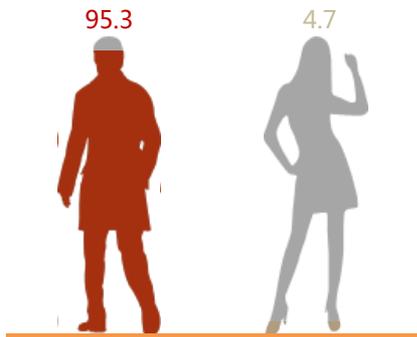


二手车网民用户特征

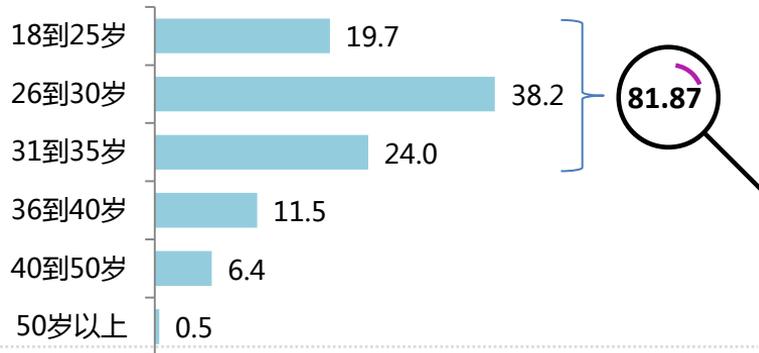
男性、年轻

人口属性

性别

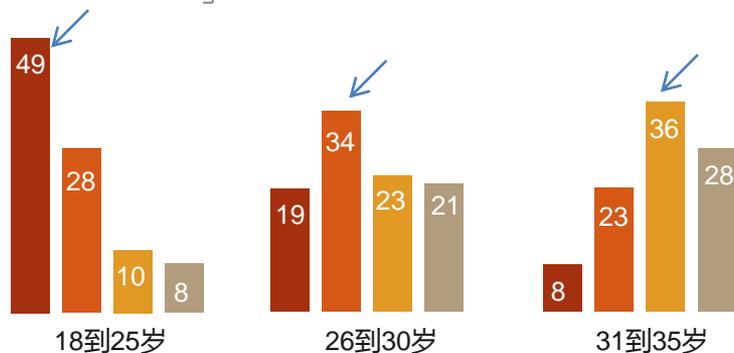
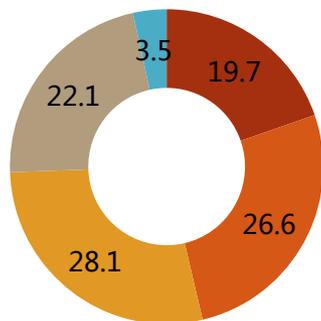


年龄



家庭结构

- 未婚独居
- 夫妻或情侣二人家庭
- 核心家庭
- 主干家庭
- 其他

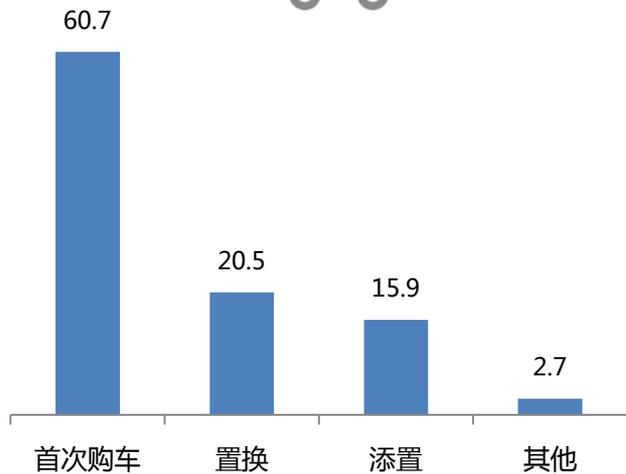


数据来源：人人车用户调研

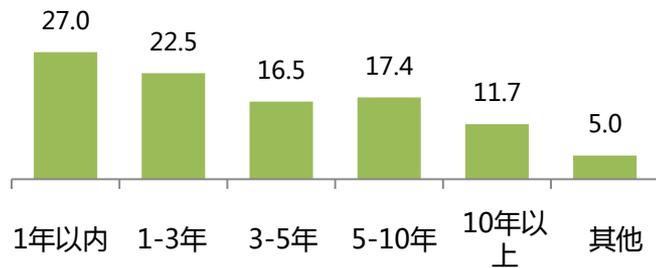
注：核心家庭是指父母与未成年子女组成的家庭；主干家庭是指三代同堂的家庭

新手+首次

首次购车比例



驾龄

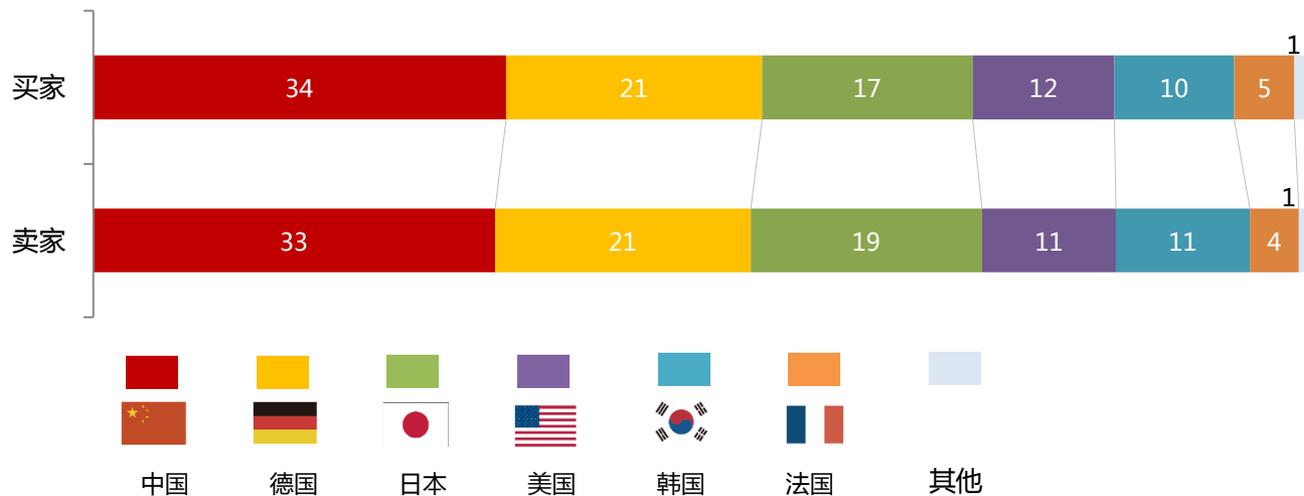




二手车网民用户行为特征

自主、德系

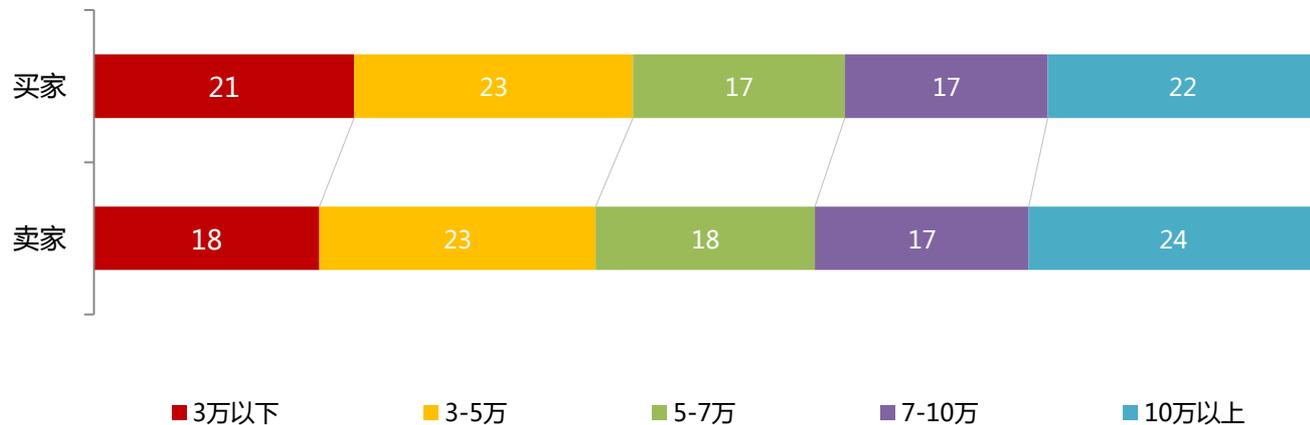
二手车不同车系用户占比 %



平均价格



二手车不同价格段用户比例 %

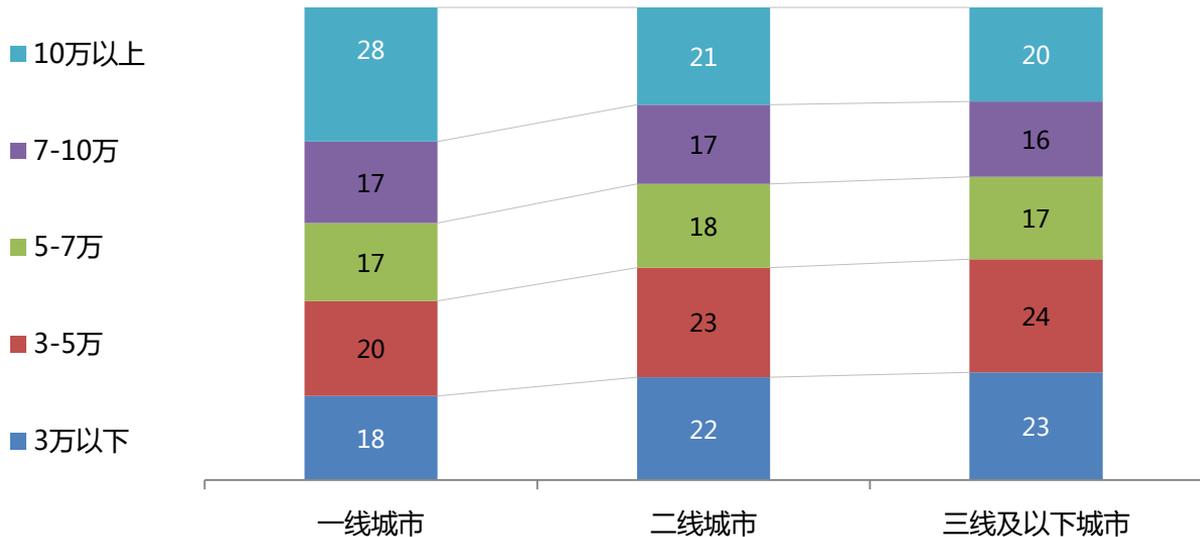


1-9月整体市场不同价位占比%



城市级别与价格

不同城市等级汽车交易价格分段占比 %



1-9月整体市场不同价位占比%



线上与线下

二手车不同品牌交易占比TOP10

排名

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

线上交易

POLO

凯越

福克斯

五菱宏光

科鲁兹

卡罗拉

凯美瑞

世嘉

英朗

捷达

线下交易

捷达

五菱之光

凯越

雅阁

奥迪A6L

宝来三厢

宏光

荣光

凯美瑞

朗逸

豪华品牌城市分布

豪车品牌用户TOP5城市

	1	2	3	4	5
买家	北京 	上海 	广州 	成都 	南京 
卖家	北京 	上海 	成都 	广州 	深圳 

数据说明：

- 宝马，奥迪，奔驰，凯迪拉克，沃尔沃，路虎，雷克萨斯，英菲尼迪，玛莎拉蒂，林肯等在此报告定义为“豪车”

车龄与里程

二手车不同驾驶里程成交比例 %



■ 3万公里以内 ■ 3-5万公里 ■ 5-7万公里 ■ 7-10万公里 ■ 10万公里以上

平均驾驶里程：
5.55

买家



卖家



平均驾驶里程：
5.65

二手车不同车龄成交比例 %



■ 2年以内 ■ 2-3年半 ■ 3年半-5年 ■ 5年-7年 ■ 7年以上

平均车龄：
3.73

买家



卖家



平均车龄：
3.97

哪些车最受欢迎

不同价位买家购车情况

5万以下

TOP3品牌：大众、五菱汽车、别克

最受欢迎的车：凯越、POLO、五菱宏光

5-10万

TOP3品牌：大众、丰田、别克

最受欢迎的车：福克斯、卡罗拉

10万以上

TOP3品牌：大众、宝马、奥迪

最受欢迎的车：凯美瑞、宝马5系、别克GL8



2018中国汽车流通行业年会
China Automobile
Dealers Industry
Convention
2018

了解消费特征，把握市场脉搏

谢谢！ 2018.11