



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）



中国汽车流通协会
China Automobile Dealers Association



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%

数据来源：中国汽车流通协会



■ 交易量 (万辆)

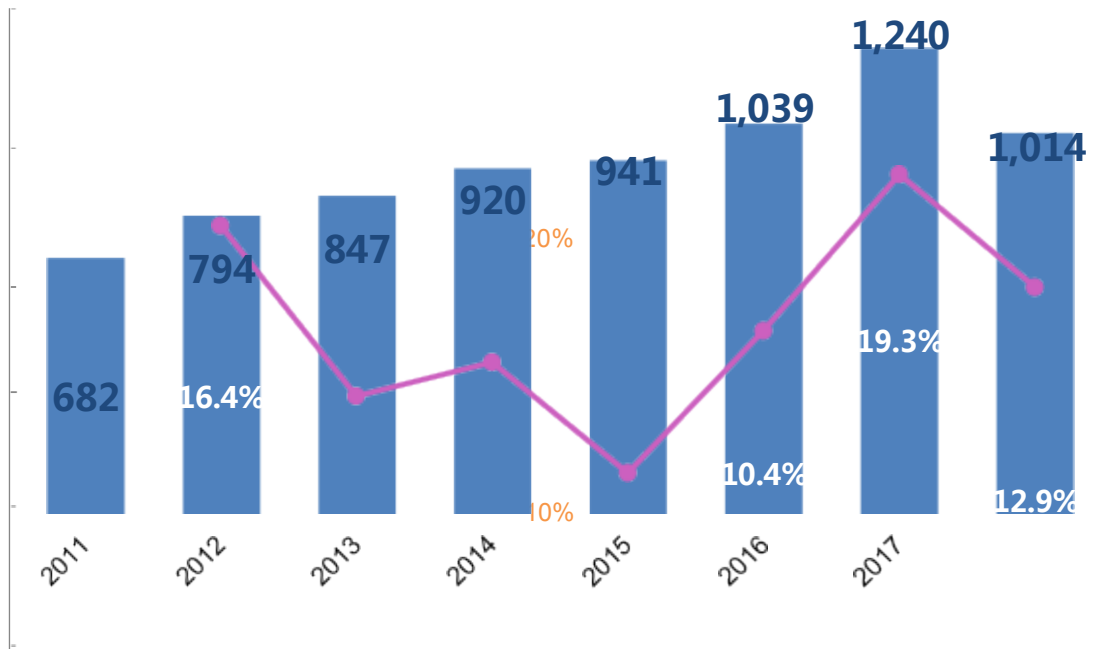
● 同比增长率

30%

20%

10%

0%

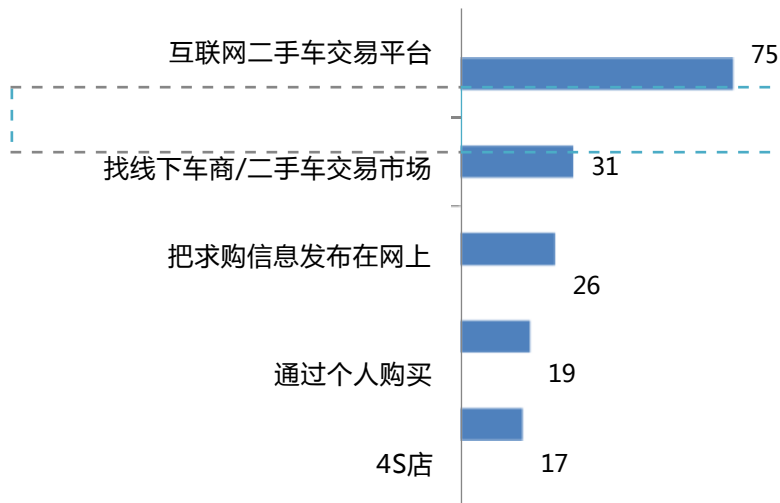


二手车交易平台吸引力提升

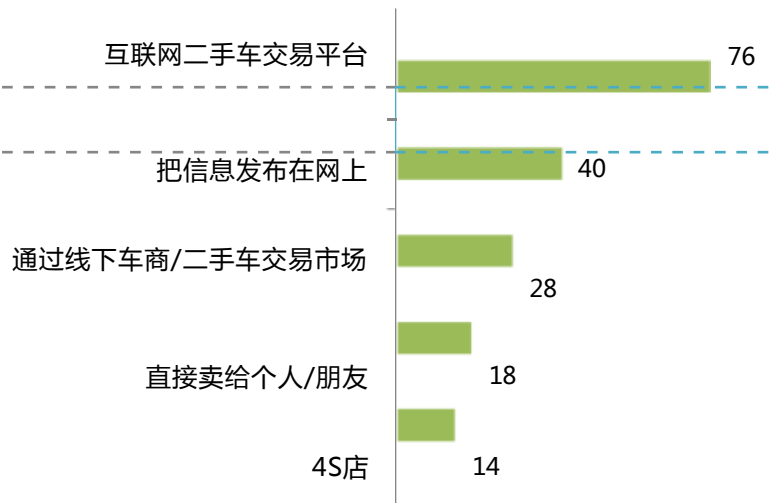
网民通过互联网二手车交易平台售买二手车的渗透率达75%

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

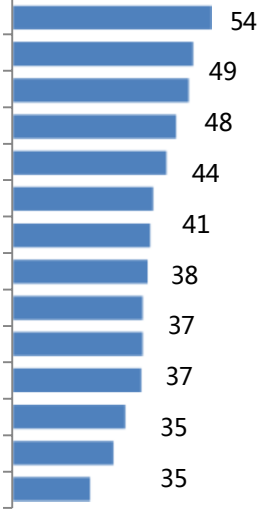
互联网的吸引力

车源、价格、流程

网民在互联网买车的因素

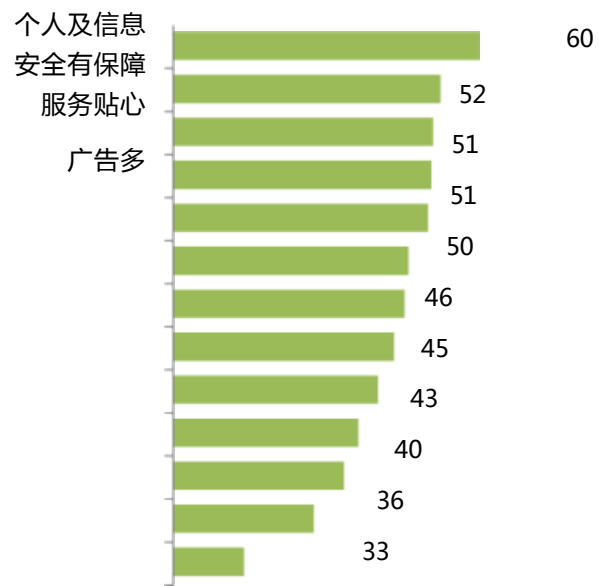
车源多
车辆价格合理
服务有保障
买入流程简单
操作周期短，成交快
能买到车况好的保卖车辆
有质保
收费服务合理
省心
车况良好
车辆检测全面
服务贴心
看到的广告多

朋友推荐



网民在互联网卖车的因素

流程简单
交易资金安全及时
车辆价格合适
收费服务合理
提供保卖服务，能保证顺利
口碑好
将车辆卖出交易网站/APP操作方便
操作周期短，成交快
服务有保障
省心



数据来源：消费者调研报告，调研样本2000个网民

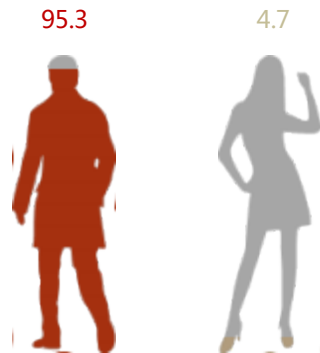


二手车网民用户特征

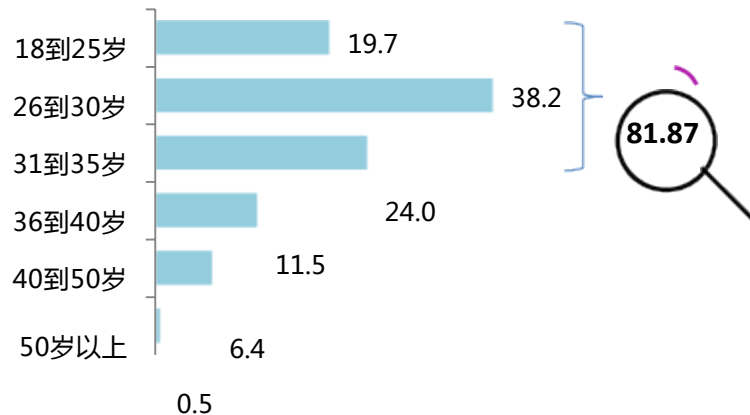
男性、年轻

人口属性

性别

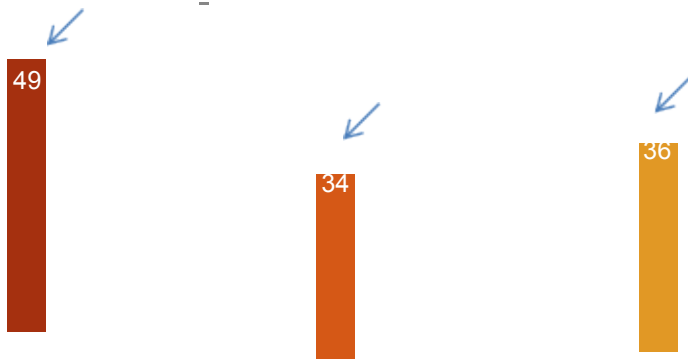
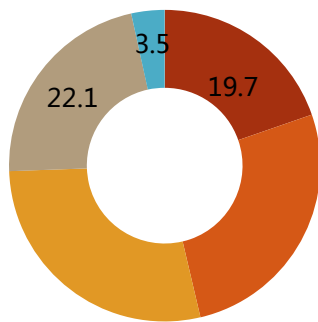


年龄



家庭结构

- 未婚独居
- 夫妻或情侣二人家庭

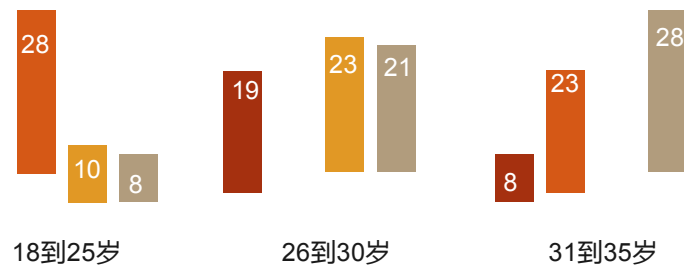


■ 核心家庭

■ 主干家庭

■ 其他

26.6
28.1



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



60.7

驾龄



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/247124041135006165>