

面向未来打造二手车金融“生态圈”

平安银行携手中国汽车流通协会、罗兰贝格发布 《2021中国二手车金融和生态报告》

■ 资讯

债券南向通正式启动 中信银行蓄势待发

本报讯 记者 孙琪 9月15日，中国人民银行与香港金融管理局发布联合公告，宣布债券“南向通”将于9月24日正式启动，标志着内地与香港间债券市场互联互通合作进入新的发展征程。

中信银行作为首批“南向通”试点托管清算银行，将在启动后为各类金融机构提供香港债券托管结算和跨境资金清结算等服务。同时，作为首批一级交易商，中信银行正积极筹备投资交易，助力“南向通”稳起步开好局。

“债券通”是中央政策支持香港发展、推动内地和香港金融合作、对接高质量对外开放框架的重要举措。其中，“北向通”于2017年开通，运作4年来已成为债券市场对外开放最活跃的投资通道。中信银行作为“北向通”首批做市商，连年获得银行间市场“对外开放贡献奖”，树立了良好的品牌与口碑。此次“南向通”的启动，进一步完善“债券通”双向机制，实现了境内和境外债券市场互联互通，便利境内投资者开展多元化全球资产配置的需求，也将进一步提高香港国际金融中心的作用。

融合体验式场景 将成零售市场新常态

本报讯 记者 陈颖婕 昨日，普华永道发布了《2021年全球消费者洞察调研中国报告——解析线上线下双结合的新消费模式》，61%的中国消费者每日或每周进行在线购物，53%的中国消费者每日或每周访问实体商店，两项数据与同年3月相比均增长3%。数据说明尽管消费者越来越多地选择在线购物，但线下实体商店仍旧占据着重要地位，与线上渠道一起持续增长中。调研中，31%的中国消费者认为，新奇有趣的体验有助于保持品牌忠诚度。“能够看到和触摸产品”是中国消费者在实体店购物体验时最看重的属性。同时，45%的中国消费者认为他们更偏向进行线上消费。

普华永道亚太区、中国内地及香港地区消费市场行业主管合伙人郑焕然认为，中国消费者在选择消费渠道时，比全球其他消费者更加倾向于“网店和实体店相结合”的模式。中国消费者的工作和休闲方式机动性更强，对国产品牌的接受度提高，并且日渐意识到他们的消费行为对社会和环境产生的潜在影响。

“中国拥有世界范围内技术领先的消费市场，特别是电商领域具有巨大优势。在互联网用户数量的进一步扩大、更为先进的数字支付系统、智能手机带来更为便捷的移动互联网以及低成本物流供应的多重影响下，电子商务生态系统在疫情期间和后疫情时代将得到持续的发展。”普华永道中国内地消费市场行业主管合伙人叶旻表示。



9月7日，平安银行携手中国汽车流通协会、全球战略咨询公司罗兰贝格联合发布《2021中国二手车金融和生态报告》。报告基于三方长期以来在二手车及二手车金融行业的深耕积淀，向社会各界分享洞察与思考，共同为促进我国二手车金融行业和汽车流通产业的可持续发展建言献策。

平安银行行长特别助理蔡新发、汽车消费金融中心总裁傅忠强、中国汽车流通协会会长沈进军，及罗兰贝格全球高级合伙人郑赞出席了发布会。

蔡新发在主题发言时表示：“作为二手车行业参与方，二手车金融一直扮演着非常重要的角色。平安银行作为行业的引领者，不断尝试，突破创新，持续贯彻‘科技引领’，驱动商业模式

变革，进一步发挥平安集团‘金融+科技’的优势，让最优质的产品和服务惠及最广大的客群，让更多的人感受到‘有温度’的金融服务。”

傅忠强表示，平安银行自2002年进入汽车金融领域以来已深耕近20年，并于2019年成为国内首家获得汽车金融牌照的银行。平安银行见证了中国二手车及相关金融行业的发展。作为中国二手车金融行业的先行者和引领者，平安银行通过借力金融科技和集团综合金融优势，推动平安自身作业体系标准化、产品创新规范化、风险控制专业化和流程体验人性化，进而带动全行业的服务创新，维护公平公正的市场环境，促进汽车金融市场健康稳定发展。

二手车市场概况

风雨历程三十载 潜力兑现在即

对于中国汽车产业而言，2020年是相对困难的一年。新冠疫情打乱了市场节奏，乘用车销量自2018年以来，连续第3年下滑；近20年未见跌势的中国二手车交易量也在2020年下降约4%。步入21世纪以来，这是我国首次出现新车、二手车市场同时下跌的局面，汽车行业面临严峻挑战。

2021年是我国“十四五”规划开局之年，在构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”指导下，打通汽车流通环节，尤其是二手车和二手车金融行业，对于加速汽车产业“内循环”的构建有着深远的意义。本次联合发布报告聚焦中国二手车金融与生态。

《报告》指出：回顾过去，我国二手车市场在税收与二手车商品化未完善等因素的影响之下，整

体增长相对缓慢。展望未来，在中国经济“双循环”新格局和“十四五”发展新要求之下，以二手车为核心的汽车流通产业作为稳增长、扩内需重点领域，将具备重要的战略意义。在需求端，汽车消费观念转变和二手车市场规范化，推动二手车市场需求上涨；在供给端，汽车保有量持续增加、机构车队规模增长与数字化资产管理需求的提升助推二手车供应量上升。与此同时，汽车行业的MADE（即移动出行、自动驾驶、数字化应用与电气化）颠覆性变革趋势也将对二手车市场的发展带来一定影响。

《报告》预计，中国二手车市场未来五年仍将保持约10%的年化市场增速，2025年二手车交易量预计可达2,340万辆左右，中国的二手车市场仍是未来我国汽车价值链的高价值潜力环节。

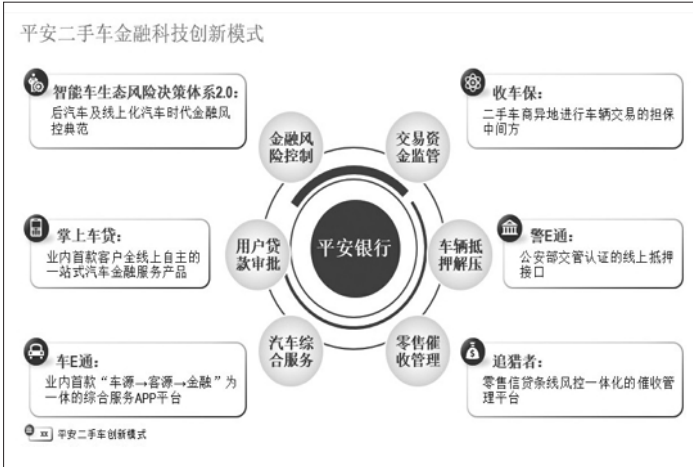
一个生态圈 一把金钥匙 消费者价值创造的发展之策全在于此

平安银行围绕客户需求探索构建汽车生态圈。在二手车领域，聚焦二手车交易环节中“车源、客源、资金”三大关键需求，“以客户为中心”，打造买车、养车、卖车的全链条服务生态。

在商业生态圈的大环境下，数字科技的诞生，使得不同类型和规模的行业参与者真正享有平等的机会打造生态圈，共享生态圈的高效，并伴随客户生命周

期创造价值。

以平安银行为例，“车生态”打造是平安银行在“科技引领、零售转型”战略指引下，将互联网科技与金融紧密结合的最终产物；平安银行联合体系内外资源与力量，一方面，积极推动金融科技落地以支持汽车金融的运营效率提升。另一方面，也利用金融科技为客户和产业创造附加价值。



二手车生态圈展望 百花齐放 秩序井然 旧貌换新颜

对于消费者而言，未来的二手车生态圈是一个透明、互通、可信赖的生态。二手车将成为标准化的商品，权威机构将对包括检测、整备、评估和定价等所有环节进行背书与认证，并提供无忧售后保障。市场上将存在包括购买、融资租赁、订阅等在内的多种消费方式可供选择，用户可根据自身需求，在任何地区和渠道获得一致可信赖的服务。二手车养护和使用与新车无异，生态圈一站式服务将为用户提供极致的便捷，而软硬分离的产业大

趋势将使得二手车实现常用常新，更懂车主。以上种种将最大程度保证未来二手车的残值水平，让车主实现一键售车，在车辆处置阶段真正实现“麻烦最小、收益最大”。

《报告》认为：未来，得益于生态圈内各参与主体实现数据和服务的联通，二手车用户在生命周期内与任何生态圈内平台和商户的互动与交易都将获得全方位的车主权益。此类权益将进一步保障消费者得到切实的优惠，形成生态圈内良性循环。

