

大搜车 | Nasdaq: DSC

行业研究 | INDUSTRY RESEARCH

中国二手车行业白皮书

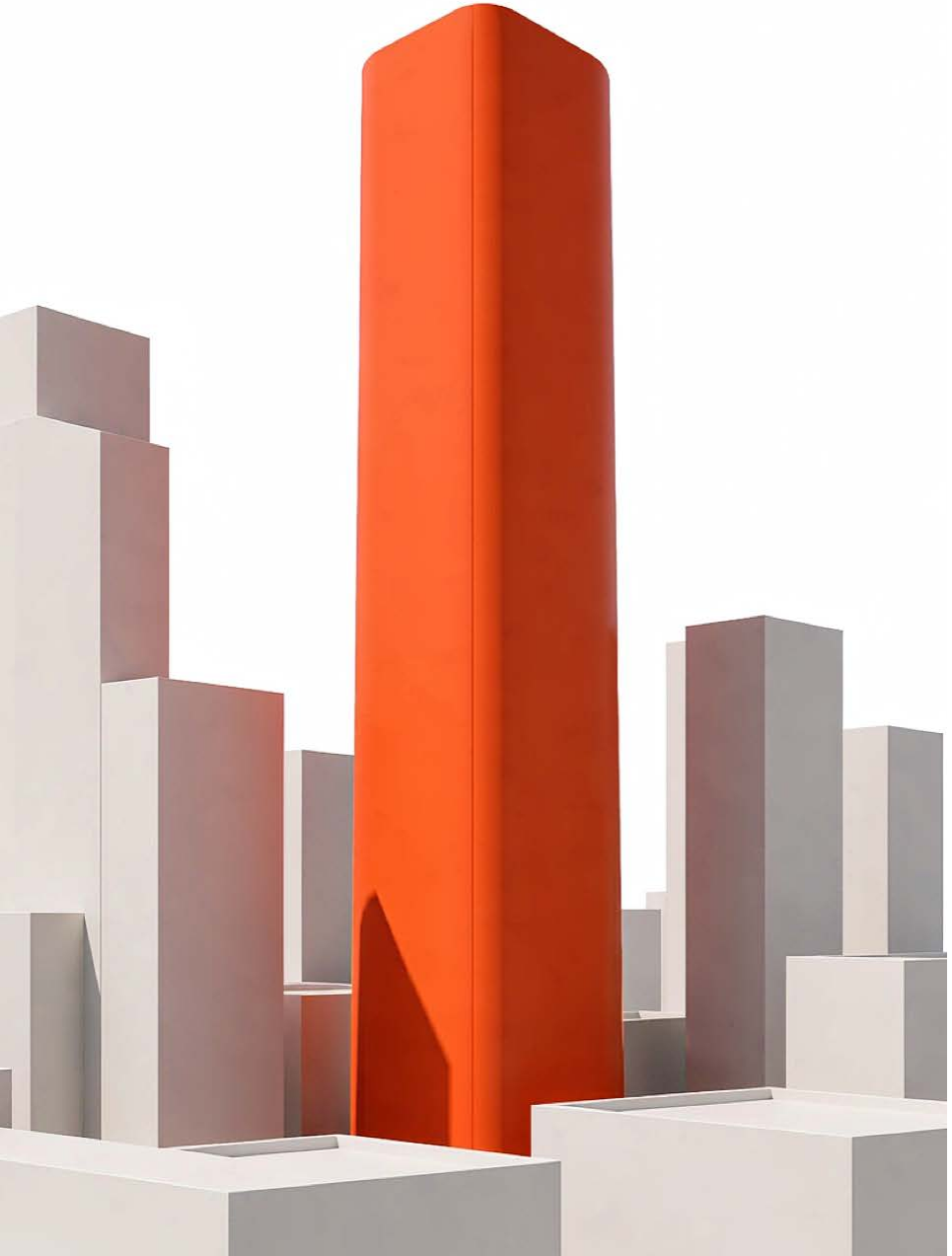
2026年上半年

China Used Car Industry White Paper · H1 2026

971.3 万辆	0.98 倍	76.9
上半年二手车交易量	二手车与国内新车交易比	二手车价格指数（2022H1=100）

大搜车 · DSC

2026.11.02



01

宏观环境与政策盘点

Macro Environment and Policies

1.1 宏观经济与消费环境 05

1.2 汽车市场基础指标 06

1.3 国际对标 07

重要声明 Important Disclaimer

请在阅读本报告正文之前，仔细阅读以下声明。阅读或使用本报告，即视为已知悉并同意本声明的全部内容。

一、报告性质

本报告由大搜车（Nasdaq: DSC，以下简称“本公司”）编制，旨在就中国二手车行业的市场状况与发展趋势提供研究性信息与分析观点，仅供参考。本报告不构成本公司或其任何关联方的任何要约、要约邀请、推荐或承诺。

二、不构成投资建议

本报告不构成买卖任何证券、金融产品或其他投资标的的建议，亦未考虑任何特定读者的投资目标、财务状况或特殊需求。读者不应将本报告作为投资、经营或其他决策的唯一依据，应结合自身情况独立判断，必要时咨询法律、财务、税务等专业顾问。

三、数据来源与研究方法

本报告所引用的数据来自政府部门、行业协会等公开渠道，以及本公司业务系统中经汇总处理的统计数据。本公司系统数据基于特定样本，未必代表行业整体；不同来源的数据在统计口径、覆盖范围和统计时点上可能存在差异，相关差异已在正文中尽可能注明。部分数据为测算或估算结果，可能随基础数据更新而调整。

四、准确性与完整性

本公司力求本报告内容客观、准确，但不对其中信息的准确性、完整性、及时性或适用性作出任何明示或默示的陈述或保证。本报告反映的是编制时点的判断（数据截至2026年6月30日，另有注明者除外），相关内容可能随市场变化而调整，本公司无义务就此更新或另行通知。

五、前瞻性陈述

本报告包含关于行业发展趋势的前瞻性陈述，可通过“预计”“有望”“将”“可能”等措辞识别。前瞻性陈述基于当前可获得的信息和合理假设，涉及已知及未知的风险与不确定性，实际结果可能与之存在重大差异。本报告中的前瞻性陈述不构成对本公司未来经营业绩或财务表现的任何预测、指引或承诺。有关可能影响本公司业务的风险因素，请参阅本公司向美国证券交易委员会提交的相关文件。

六、责任限制

在适用法律允许的最大范围内，本公司及其董事、高级管理人员、员工和关联方，不对任何人因使用或依赖本报告全部或部分内容而产生的任何直接、间接、附带或后果性损失承担责任。

七、第三方信息与商标

本报告中引用的第三方数据、资料及其知识产权归原权利人所有，本公司对其准确性不承担责任。报告中提及的品牌、商标或企业名称仅用于行业研究描述，不代表本公司与其存在任何关联，亦不构成对其产品或服务的评价、背书或推荐。

八、数据合规

本报告使用的本公司业务数据均以汇总统计形式呈现，不包含任何可识别特定个人或特定商户的信息。

九、知识产权与引用

本报告版权归本公司所有。在注明出处“大搜车《中国二手车行业白皮书（2026上半年）》”的前提下，欢迎以合理方式引用本报告内容，引用时不得作任何有悖原意的删节或修改。未经本公司事先书面许可，任何机构或个人不得将本报告全部或部分内容用于商业目的。

十、适用法律

本声明的解释与适用以中华人民共和国法律（为本声明之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区法律）为准。本公司保留修改本声明的权利。

目录

CONTENTS



01 宏观环境与政策盘点 Macro Environment and Policies 04

02 二手车交易规模与结构 Transaction Scale and Structure 08

03 二手车交易价格 Transaction Price 17

04 二手车商经营状况 Dealers' Operating Conditions 23

05 核心结论与行业展望 Key Findings and Industry Outlook 29

1.1 宏观经济与消费环境

- 社零总额同比仅增长1.3%，限额以上汽车类零售额同比下降12.6%（拉低社零增速约1.5个百分点）；
- 消费者信心指数6月为89.4，低于100的荣枯线；
- 汽车制造业增加值却同比 +7.0%，新车需求端偏弱与生产端扩张并存。

全国 GDP（2026H1）

69.57 万亿元

同比 +4.7%（不变价）

初步核算数；Q1 +5.0%、Q2 +4.3%

居民人均可支配收入（2026H1）

22,981 元

实际同比 +4.2%

名义 +5.2%；中位数 19,036 元

CPI 同比涨幅 （2026H1）

1.0%

核心 CPI +1.2%；食品 -0.6%

汽车类零售额 （2026H1）

1.97 万亿元

同比 -12.6%

限额以上单位口径

社会消费品零售总额 （2026H1）

24.87 万亿元

同比 +1.3%

剔除汽车后 22.9 万亿元、+2.8%

消费者信心指数（6月）

89.4

同比 +1.7%

城镇调查失业率 （2026H1）

5.2%

与上年同期持平（0.0个百分点）

汽车制造业增加值同比增速（2026H1）

+7.0%

规模以上工业增加值同比 +5.4%

数据来源：国家统计局

1.2 汽车市场基础指标：二手车交易量接近新车

- 新车市场2026上半年承压明显：新车销量992.1万辆，同比下滑21.1%；新能源车销量509万辆，同比下滑13.4%，但降幅低于新车整体；
- 二手车交易量971.3万，几乎追平新车，同比小幅上涨1.5%。

全国汽车保有量 （202606）

3.71 亿辆

同比 +3.3%

数据来源：公安部

新车销量（2026H1）

992.1 万辆 (1)

同比 -21.1%

数据来源：中国汽车工业协会

二手车交易量（2026H1）

971.3 万辆 (2)

同比 +1.5%

数据来源：流通协会

新能源汽车保有量 (202606)

4,897 万辆

同比 +11.4% 占汽车总量 13.2%

数据来源：公安部

新能源新车销量 （2026H1）

509 万辆

同比 -13.4%

数据来源：中国汽车工业协会

二手车交易金额（2026H1）

6385.3 亿元

同比 +2.5%

数据来源：流通协会

（1）国内销量，不含出口
（2）流通协会数据，按规定，二手车包括汽车（含三轮汽车、低速载货汽车）、挂车和摩托车

1.3 国际对标：对标美、日、欧等成熟市场，中国二手车市场仍处于成长阶段

- 成熟市场的二手车析出率（交易量÷保有量）为 8% - 15%：美国14.7%、欧洲8.5%，中国仅约5.2%，
- 二手车/新车销量对比，美国2.4倍、欧洲1.9倍、中国0.98倍，还有大量上升空间；
- 中国二手车市场仍处于成长阶段 – 保有量仍在增长，且车龄在增加。

美国

2026上半年（预测）

二手车交易量

1925 万辆（预测）

年化析出率（交易量÷保有量）

14.7%

二手车 / 新车比

2.4 倍

日本

2026上半年

二手车交易量

337.1 万辆

年化析出率（交易量÷保有量）

8.1%

二手车 / 新车比

1.4 倍

欧洲

2026上半年

二手车交易量

1100 万辆（预测）

年化析出率（交易量÷保有量）

8.5%

二手车 / 新车比

1.9 倍

中国

2026上半年

二手车交易量

971.3 万辆

年化析出率（交易量÷保有量）

5.2%

二手车 / 新车比

0.98 倍

数据来源：各类公开渠道收集整理，各国统计口径不同，仅供参考

02

二手车交易规模与结构分析

Analysis of Used Car Transaction Scale and Structure



2.1 量价趋势

2.2 动能结构

2.3 车龄分布

2.4 价位分布

2.5 品牌分布

2.6 人群分布

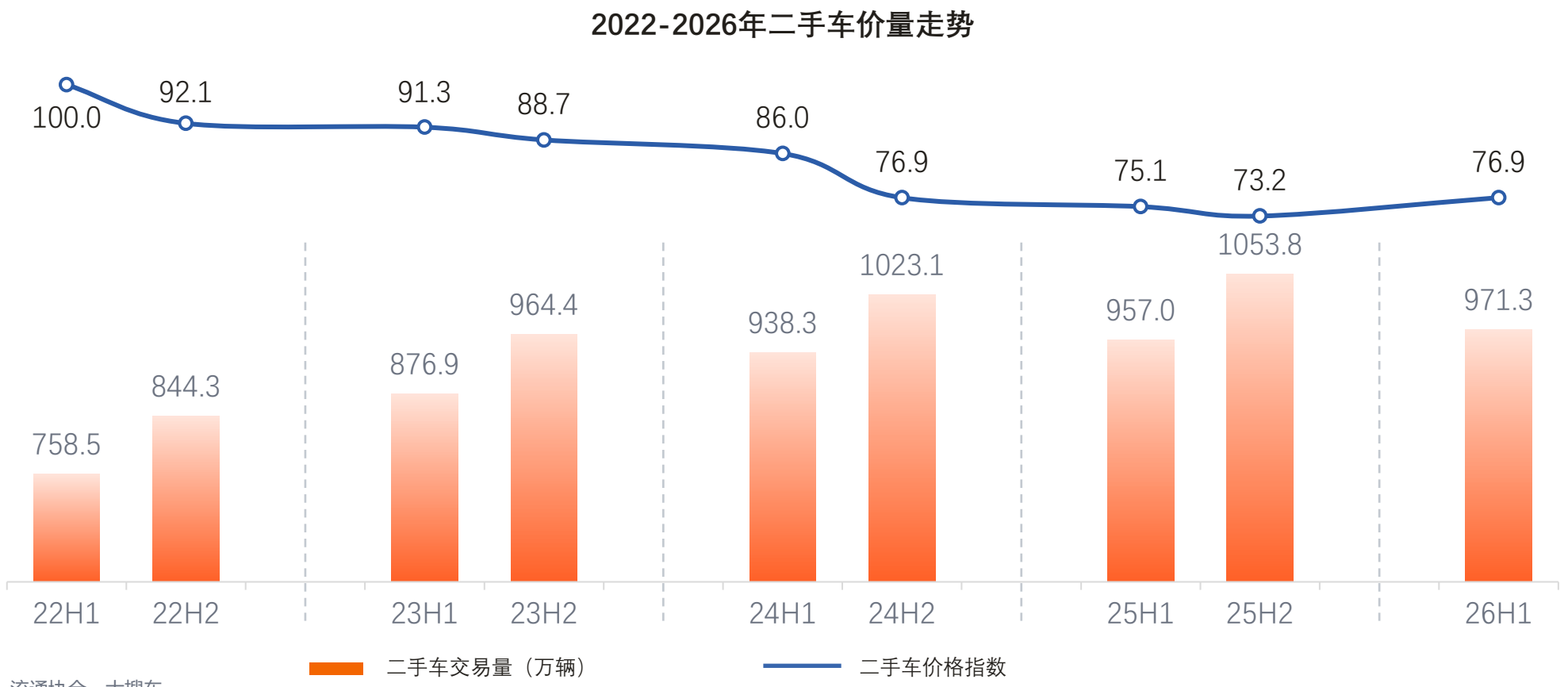
2.7 流通形态（一）跨城流通

2.8 流通形态（二）省份和城市流向分布



2.1 量价趋势：量稳，价跌

- 2022年-2026年二手车交易量稳步攀升，由2022H1的758.5万台上升至2026H1的971.3万台，年化复合增长率达6.4%;
- 同时二手车价格也持续下跌，二手车价格指数由2022H1的100下跌至2026H1的76.9。

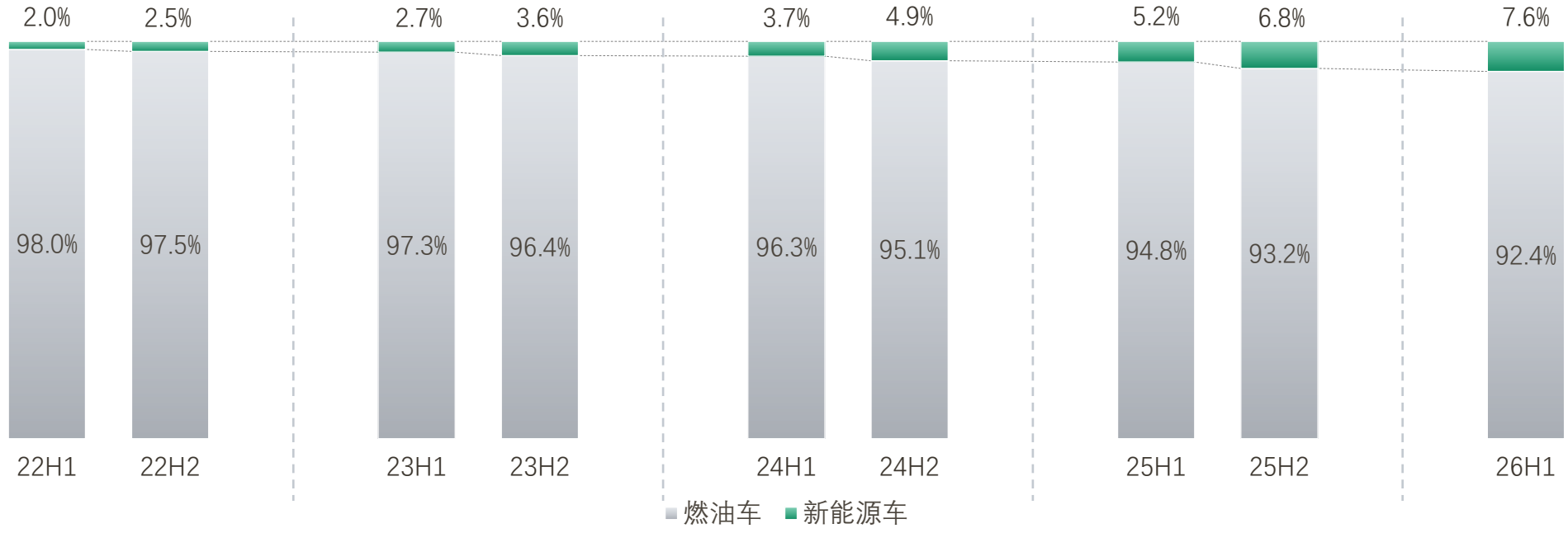


数据来源：流通协会、大搜车

2.2 动能结构：新能源车份额持续增长，但增幅相对缓慢

- 新能源二手车销售占比持续提升，由2022年H1的2.0%提升至2026年H1的7.6%；
- 新能源新车销售占比已达51.3%、新能源车保有量占比13.2%；新能源二手车销售端的占比，滞后于其新车销售占比和保有量占比，和新能源车的车龄较新有关。

2022-2026年新能源二手车销售渗透率走势

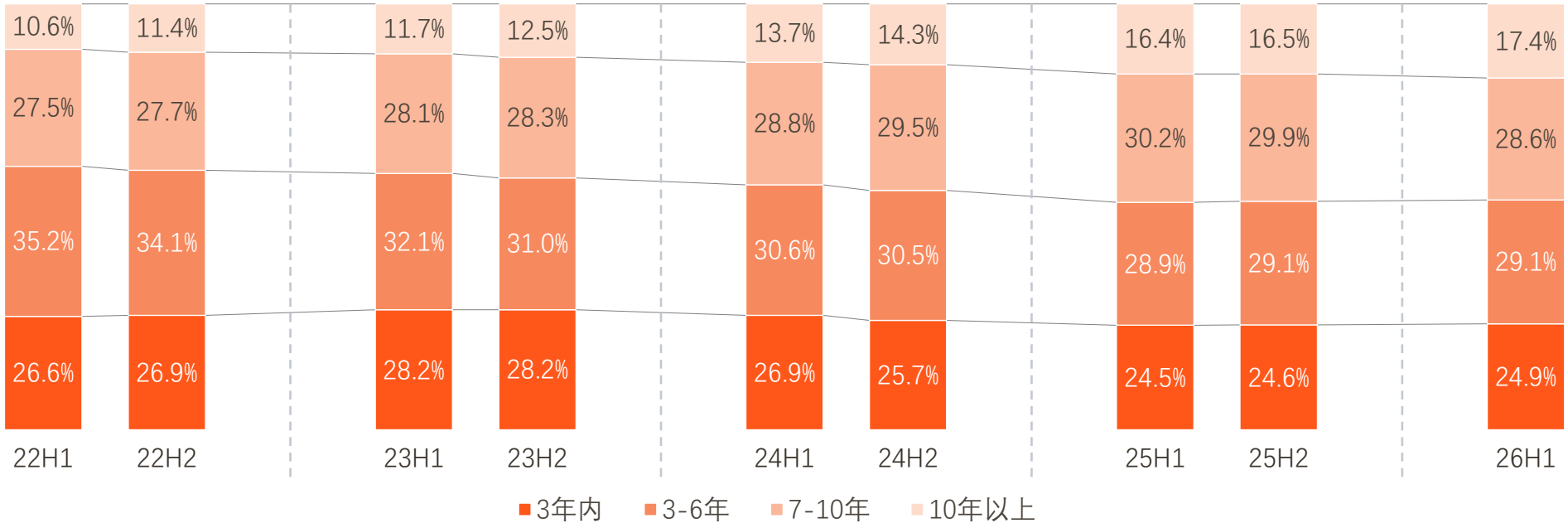


数据来源：大搜车

2.3 车龄分布：6年以内车龄为交易主力，但占比逐步下降

- 二手车交易车龄逐步老化，7年以上车源（7-10 年 + 10 年以上）占比逐年走高，由22H1的38.1%增长至26H1的46%，其中10年以上增长6.8个百分点；
- 2023年以来，新车价格战加剧，3年内准新车占比从28.2%快速跌落，25年起维持在25%以下。

2022-2026年不同车龄段份额走势



数据来源：大搜车

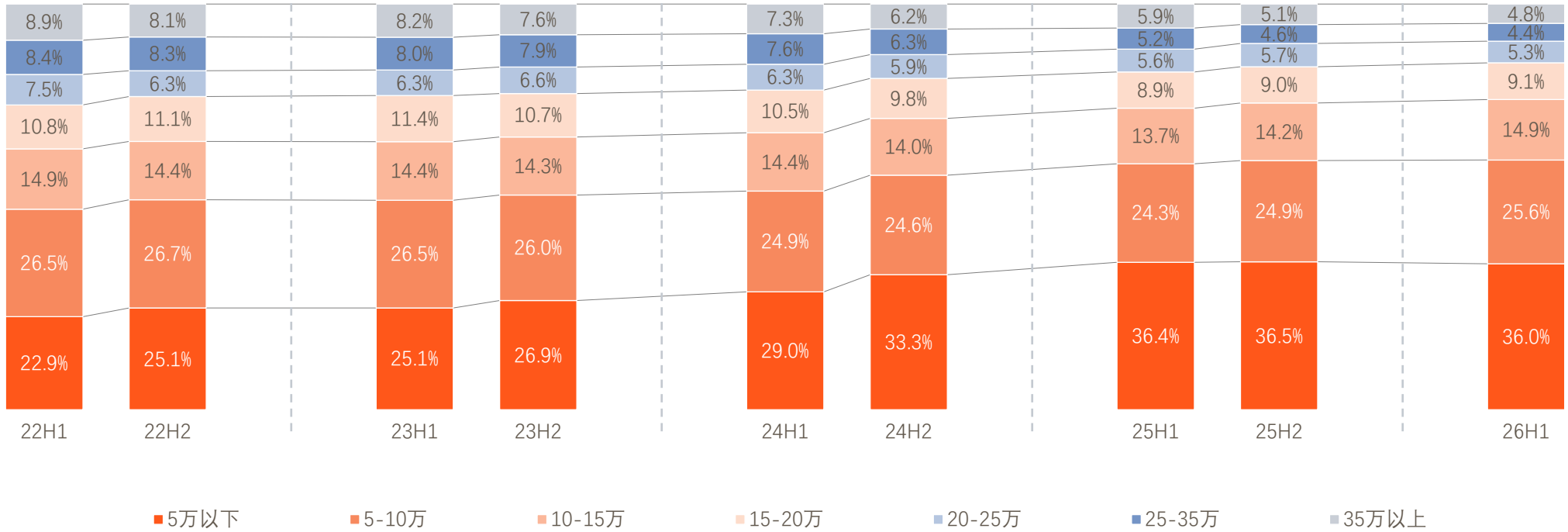
2.4 价位分布：5万以内稳步攀升，份额由22年22.9%攀升至26年36%

- 10万以内二手车为二手车交易主力，市场份额超60%：

  ① 其中5万以内价格段稳步攀升，由2022年H1的22.9%攀升至2026年H1的36%，提升13.1个百分点，展示市场偏好于平价车型。

- 25-35万、35万以上价格段份额持续下降，分别由2022年H1的8.4%、8.9%，下降至2026年H1的4.4%、4.8%。

2022-2026年不同价格段份额走势

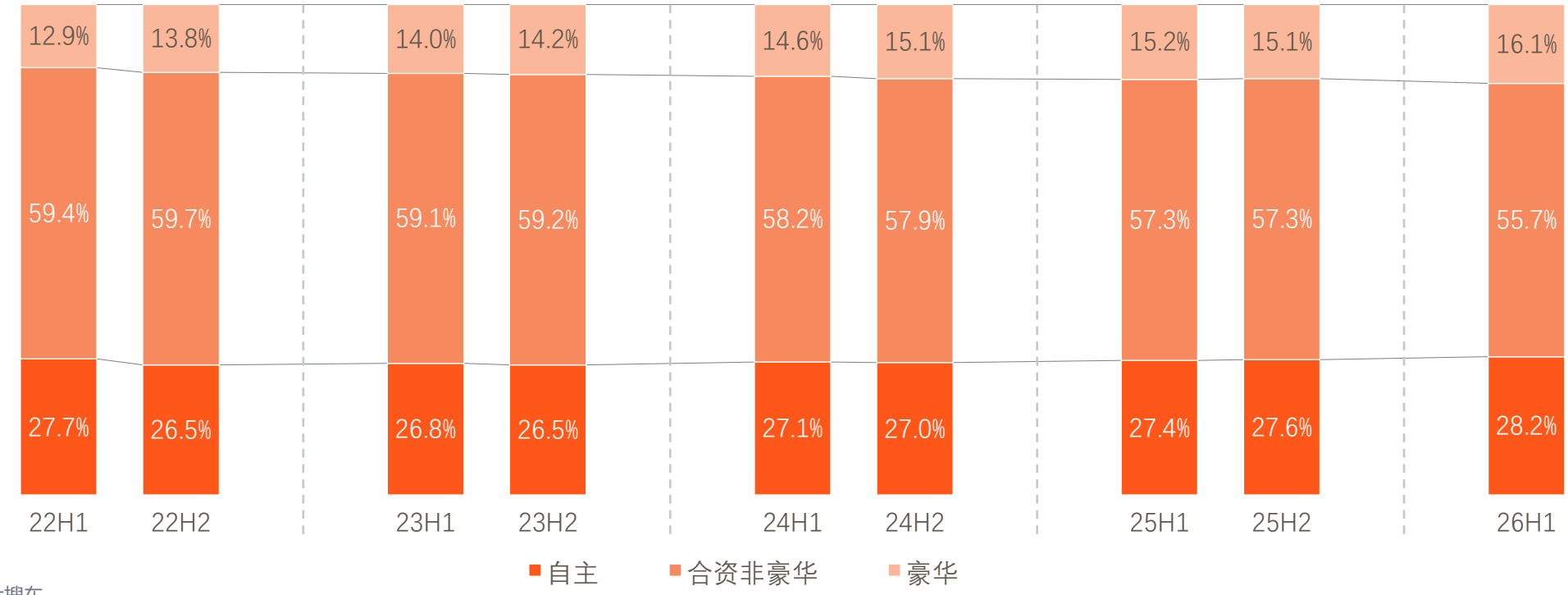


数据来源：大搜车；价格段依据二手车成交价划分

2.5 品牌分布：合资缓降、豪华微增

- 合资（非豪华）品牌仍为行业主流，2026上半年市占率55.7%，但份额呈持续下行态势；
- 豪华品牌份额持续上涨，由2022年H1的12.9%上升至2026年H1的16.1%，上涨3.2个百分点，表明更多豪华品牌二手车进入流通。

2022-2026年H1 品牌属性份额走势

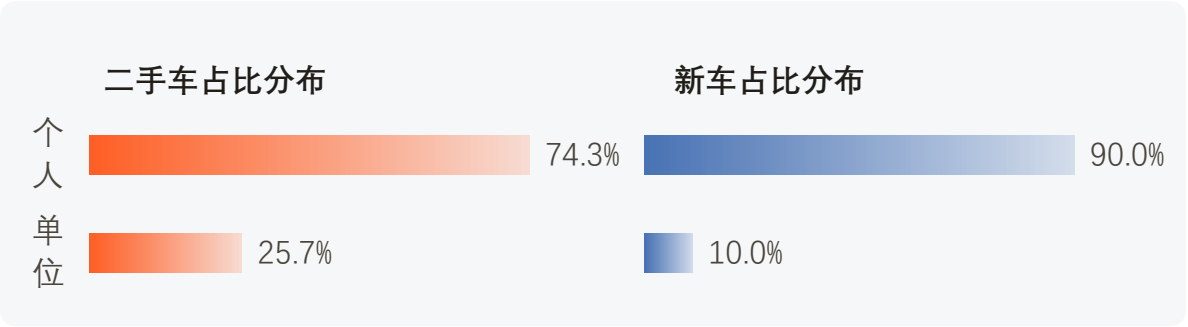


数据来源：大搜车

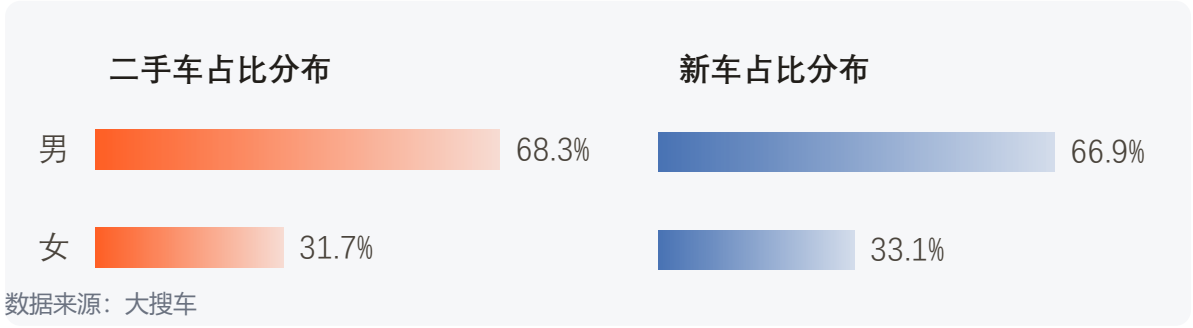
2.6 人群分布：企业购车比例较高

- 主体结构：单位购车（非个人购车）比例达25.7%，是新车（10.0%）的两倍以上，二手车在企业市场渗透更深；
- 性别结构：新车与二手车买家性别分布差异不大，男性占比67%-68%，表明两类客群的差异主要来自支付能力与用车阶段，而非性别；
- 年龄结构：两类市场均集中于26-35岁、36-45岁 ，合计约六成；二手车在25岁及以下占比11.4%，显著高于新车的7.6%，反映了二手车价格门槛低、性价比高等符合年轻群体首购需求的特质。

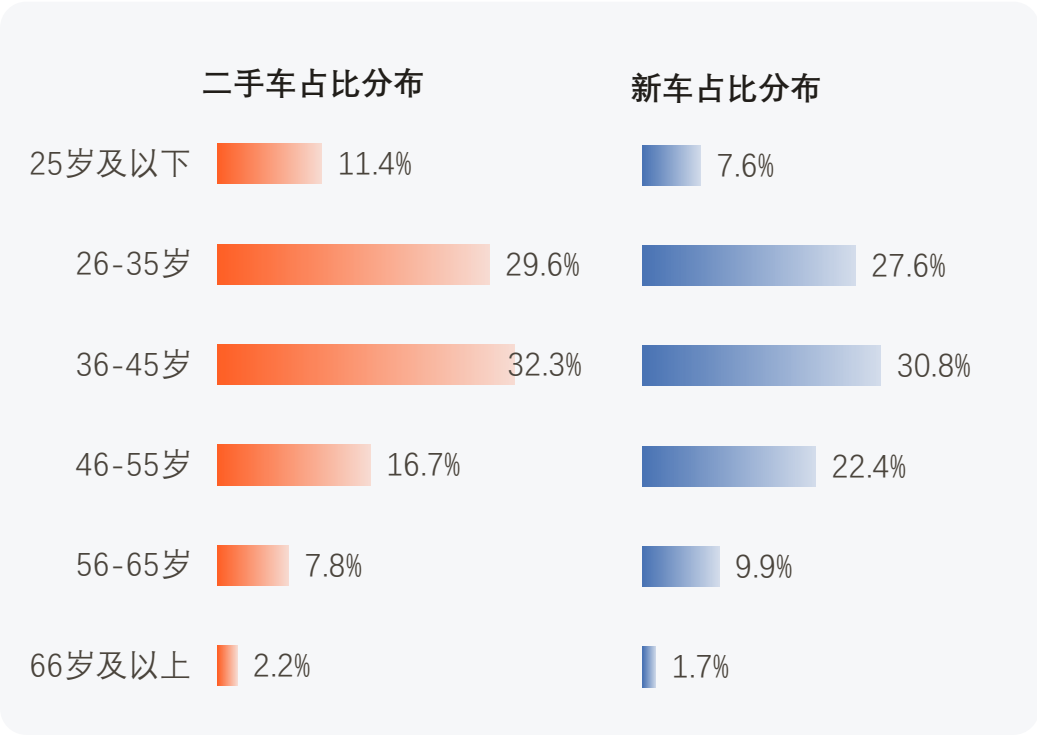
所有权占比分布：二手车VS新车



车主性别占比分布：二手车VS新车



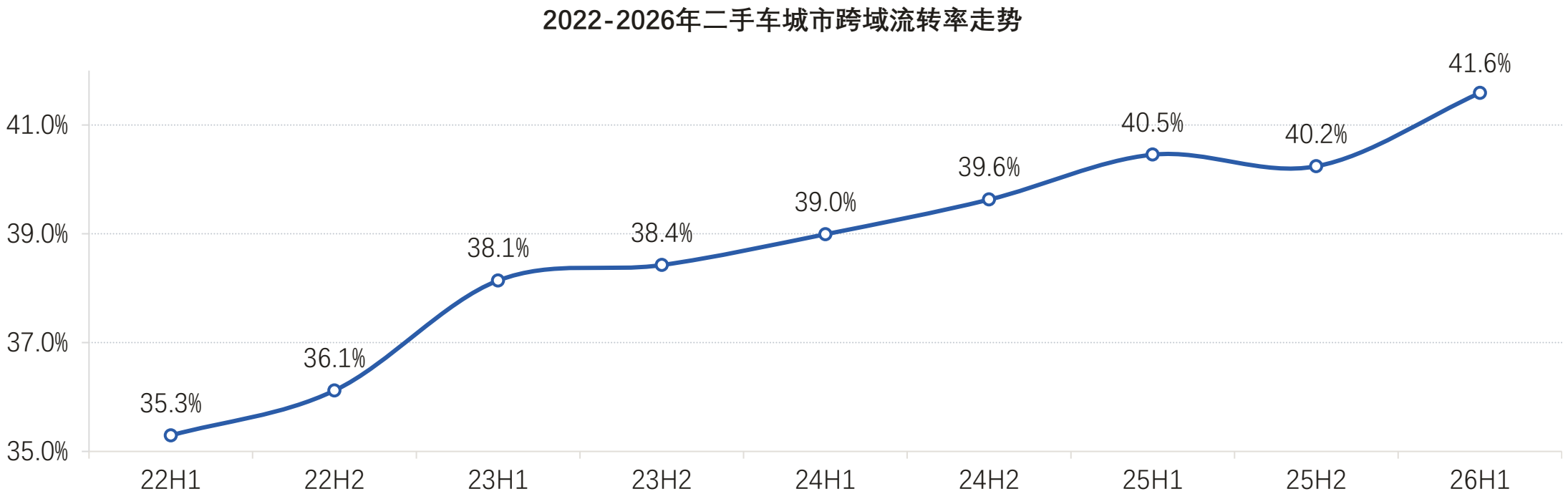
车主年龄分布：二手车VS新车



数据来源：大搜车

2.7 流通形态（一）：跨城流通持续深化，2026上半年城市跨域流转率超40%

- 全国二手车跨城流通持续深化，二手车跨域流转率稳步增长，由2022上半年的35.3%上升至2026上半年41.6%，增长6.3个百分点；
- 2023年以来的二手车减税、取消限迁等政策落地，有力促进了二手车全国跨域流通。



数据来源：大搜车

2.8 流通形态（二）：北京、上海异地流出率超60%，位居全国前列

跨域流通活跃，梯度流通明显

- 跨省：江苏、安徽异地流出率超40%，广东、山东等大型存量省份异地流出率分别为24.5%、20%。
- 跨城：北京、上海作为重要车源输出地，异地流出率超60%；其他Top 10 城市异地流出率平均约50%；成渝城市群异地流出率在37%-44%之间，略低于平均水平，但承接流入车源较多。

TOP 10 销量省份

省份	2026年H1销量(万辆)	销量同比	异地流出率
广东省	90.0	-1.2%	24.5%
山东省	73.9	-4.7%	20.0%
江苏省	68.6	-3.3%	40.5%
浙江省	61.2	-3.6%	37.3%
河北省	54.1	-2.6%	16.3%
河南省	48.1	-1.7%	20.2%
四川省	47.2	+2.0%	26.1%
辽宁省	34.7	-4.2%	16.5%
安徽省	31.5	-2.8%	40.6%
湖北省	30.8	+1.6%	30.9%

TOP 10 销量城市

城市	2026年H1销量(万辆)	销量同比	异地流出率
成都市	22.0	+3.4%	44.4%
重庆市	20.7	+4.7%	37.2%
北京市	20.0	-6.6%	68.6%
上海市	17.0	-3.3%	71.2%
苏州市	15.0	-1.2%	57.2%
杭州市	14.4	-7.4%	49.8%
西安市	13.6	-0.8%	44.0%
武汉市	13.5	+2.8%	54.3%
郑州市	13.5	-2.7%	43.9%
东莞市	12.1	+2.0%	54.1%

数据来源：大搜车



03

二手车交易价格分析

Analysis of Used Car Transaction Price

3.1 价格走势 18

3.2 车龄因素 19

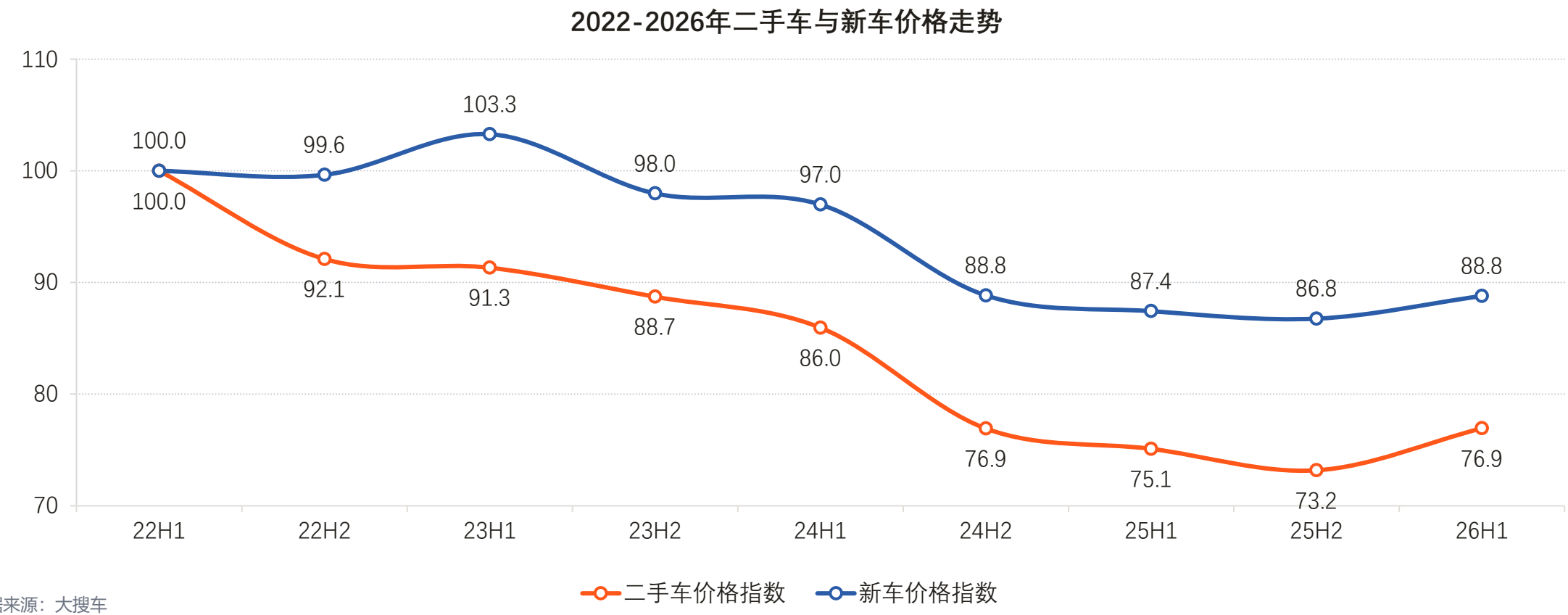
3.3 动能因素 20

3.4 车况因素 21

3.5 品牌因素 22

3.1 价格走势：二手车价格跌幅显著大于新车，是价格战压力放大器

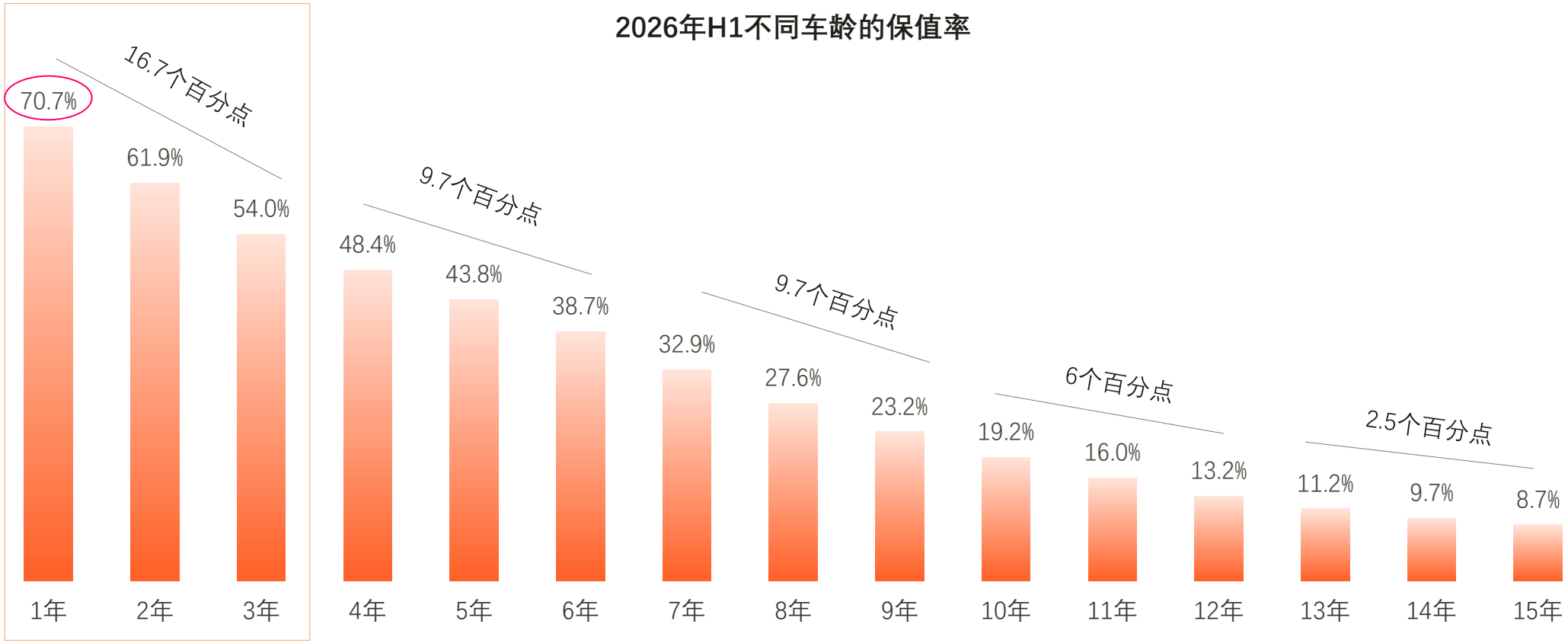
- 二手车价格指数由2022H1的100下行至2025H2的73.2，但2026H1回升至76.9，价格指数上升主要由成交结构变化驱动，而非同一款车残值上涨；同期新车价格指数由100降至86.8后回升至88.8。
- 由此可见，二手车价格跌幅显著大于新车，价格弹性高于后者，是新车价格战压力的放大体现。



数据来源：大搜车

3.2 车龄因素：1-3年高速率衰减，4-9年中速匀速衰减，10年后趋缓

- 保值率呈阶梯状衰减：1-3年衰减约16.7个百分点，4-6年衰减约9.7个百分点，7-9年衰减约9.7个百分点，10年-12年衰减约6个百分点，13-15年衰减约2.5个百分点。
- 可见：前三年衰减最为严重，后续六年随车龄匀速下降，第12年后残值已趋于稳定。

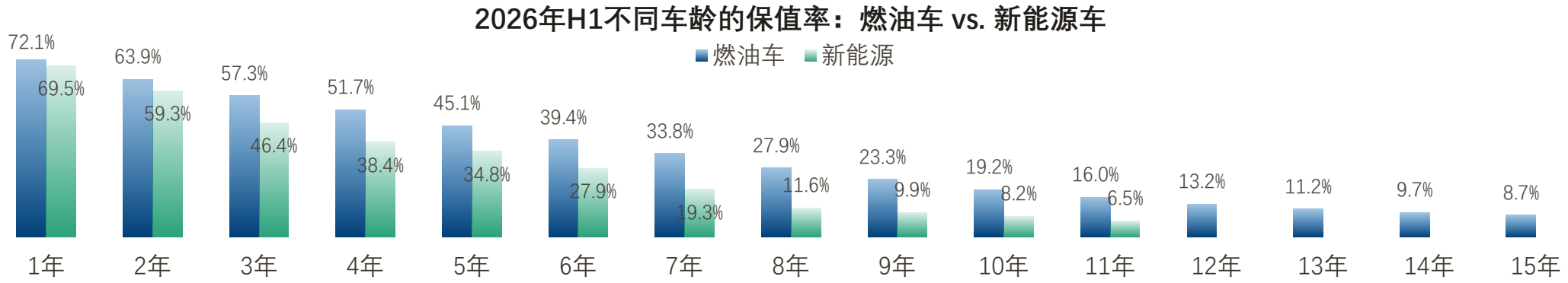


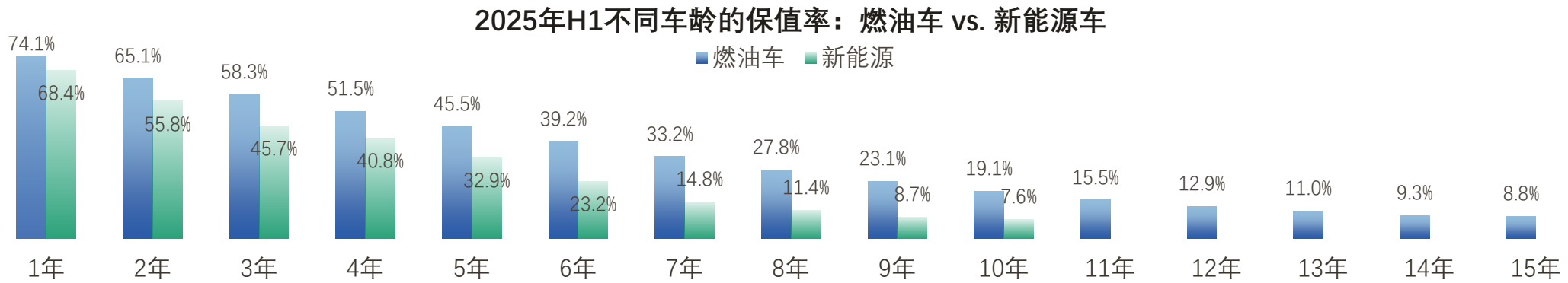
数据来源：大搜车

保值率=二手车成交价/新车指导价

3.3 动能因素：电池技术提升，利好新能源车保值率上升

- 1年车龄燃油车与新能源车保值率差距仅2.5个百分点（72.1% vs 69.5%）；
- 保值率差距随车龄迅速拉大：3年10.9个百分点、8年16.3个百分点，新能源二手车残值衰减曲线更陡，源于电池迭代、新车降价与电池衰减预期等多重因素叠加；
- **随着新能源车电池技术的提升，3年以内车龄新能源车保值率呈上涨态势，而燃油车同比下跌。**



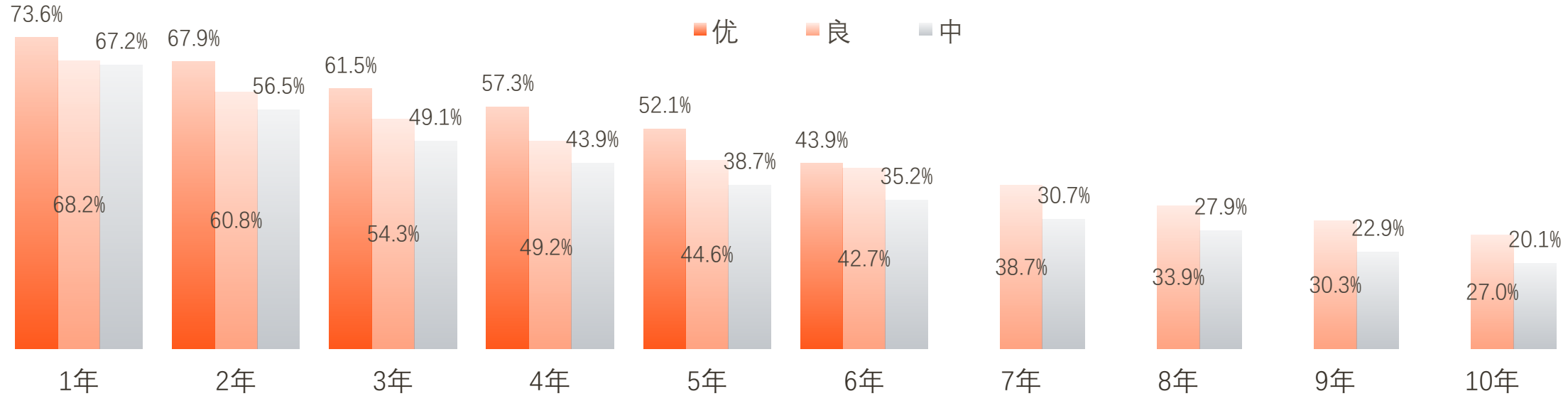


数据来源：大搜车

3.4 车况因素：5年车龄达到峰值，6年后影响弱化

- 5年以内车龄，车况溢价影响较为显著，随车龄增加逐步加大：
  ① 车况“优” vs. 车况“中” 残值溢价： 1年车龄+6.4个百分点，3年车龄+12.4个百分点，5年车龄+13.4个百分点；
  ② 5年达到峰值，6年降为8.7个百分点。
- 车龄超过7年后，车况分级影响弱化，7-10年车龄段“良”相对“中”溢价较为稳定，保持在6-8个百分点。

2026年H1不同车龄在不同车况下的保值率



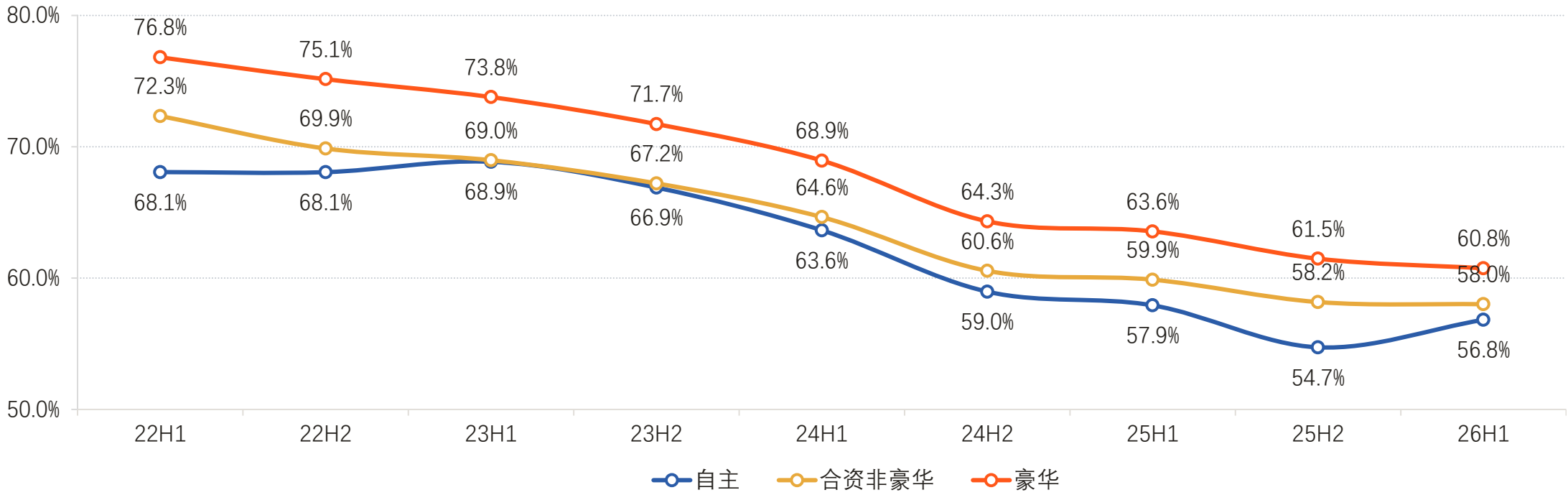
数据来源：大搜车
优：无事故、泡水、火烧，结构完好，少量补漆，内饰磨损极轻，动力工况优秀，维保记录清晰。
良：无结构损伤，少量钣金补漆，内饰轻微磨损，动力运转正常，仅需常规保养，无重大隐患。
中：骨架完好，多面喷漆或覆盖件更换，内饰磨损明显，部分易损件老化，短期需整备。

3.5 品牌因素：车辆残值方面，品牌保值溢价逐步弱化

以3年以内车龄为观察样本：

- 豪华品牌残值率由2022年H1的76.8%持续下降至2026年H1的60.8%，四年期间下跌16个百分点，跌幅最大；
- 豪华品牌和自主及合资非豪华品牌的残值率差距逐渐收窄，品牌保值溢价逐步弱化。

2022-2026年不同品牌残值率走势（3年以内车龄）



数据来源：大搜车

04

二手车商经营状况分析

Analysis of Used Car Dealers' Operating Conditions

4.1 整体经营状况 24

4.2 车商规模状况 25

4.3 新能源车状况 26

4.4 车龄及车型细分 27

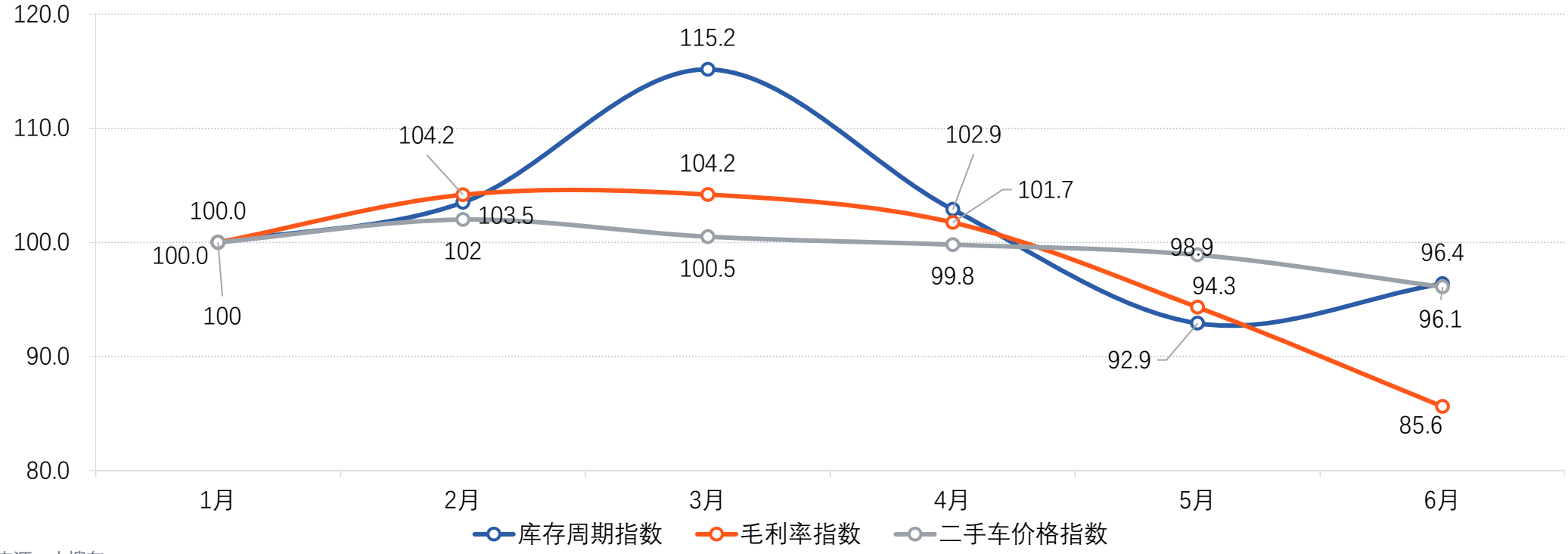
4.5 品牌类型细分 28



4.1 整体经营状况：阶段性周转困难，降价后周转加快，盈利受损

- 2026上半年，二手车商毛利率和二手车价格呈"前高后低"：
  ① 春节因素影响，2月毛利率和二手车价格短暂回升，3月之后持续性下跌，且毛利率跌幅高于二手车价格跌幅。
- 库存周期指数波动特征明显，3月增长至115.2（库存周转缓慢/困难），二季度周转好转，但毛利率降幅明显。

2026年1-6月库存周期&毛利率&二手车价格走势

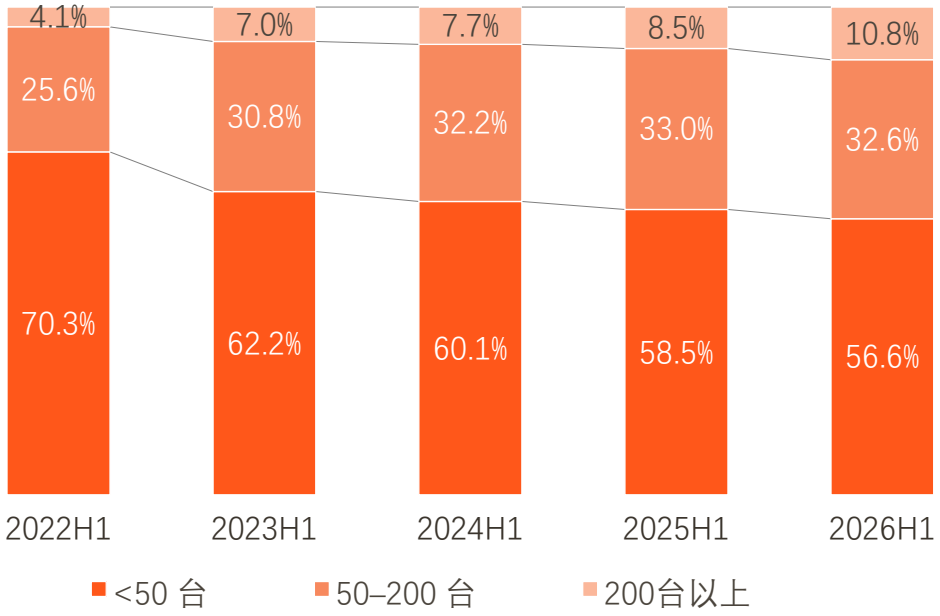


数据来源：大搜车

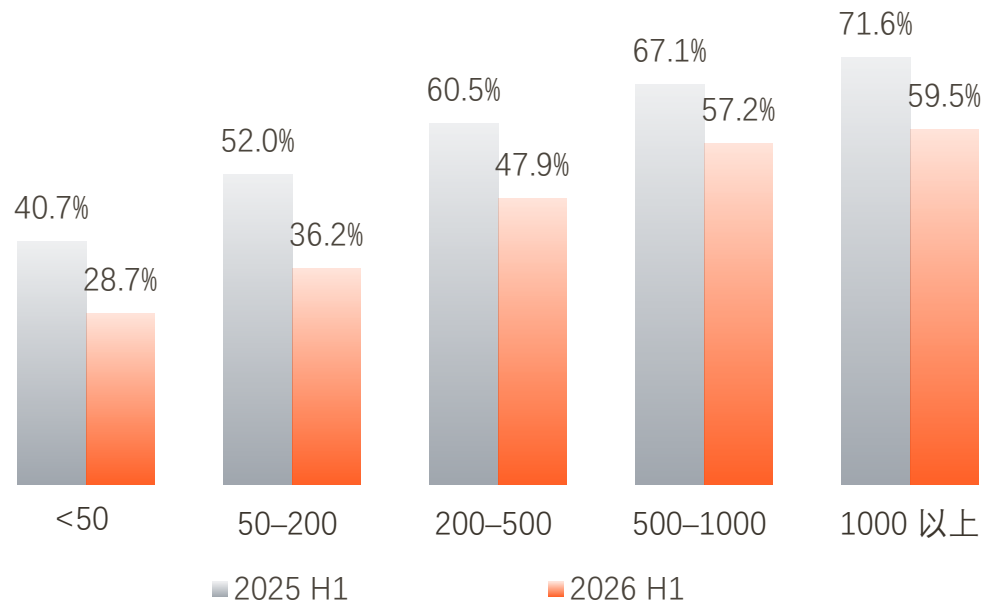
4.2 车商规模状况：两极分化发展，长尾出清，头部扩张

- 持续经营：年交易量50台以下车商占比由70.3% 降至56.6%，资金实力较弱、车源分散车商面临出清；
- 盈利能力：无论规模如何，盈利车商占比同比均为下降，但规模优势逻辑不变，中大型车商盈利占比远高于小型车商。

□ 2022-2026年不同交易规模车商数量占比 （台/半年）



□ 不同交易规模盈利车商占比 （台/半年）

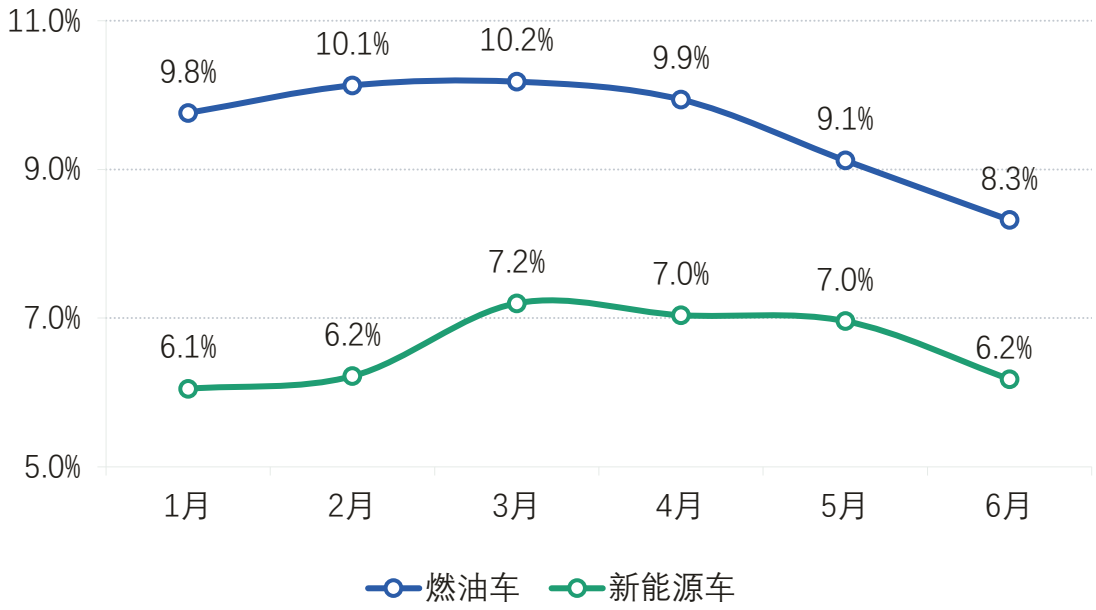


数据来源：大搜车

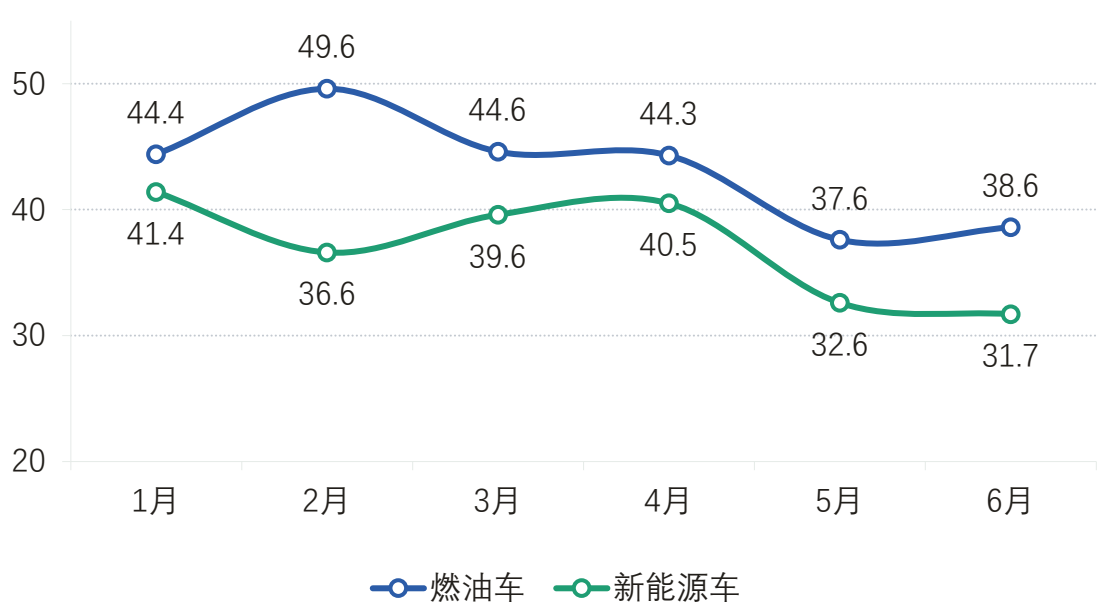
4.3 新能源车状况：毛利率稳定，且与燃油车的毛利率差距缩小

- 毛利率：
  - ① 燃油车毛利率由1月9.8%跌至6月8.3%，下降1.5个百分点；同期新能源车毛利率不降反升；
  - ② 新能源车毛利率仍低于燃油车，但差距有收窄趋势。
- 库存周期：燃油车均高于新能源车，3-5月差异收窄，燃油车占库存比例高，“以降价换周转”压力更大。

2026年1-6月燃油车VS新能源车：毛利率



2026年1-6月燃油车VS新能源车：库存周期 （天）

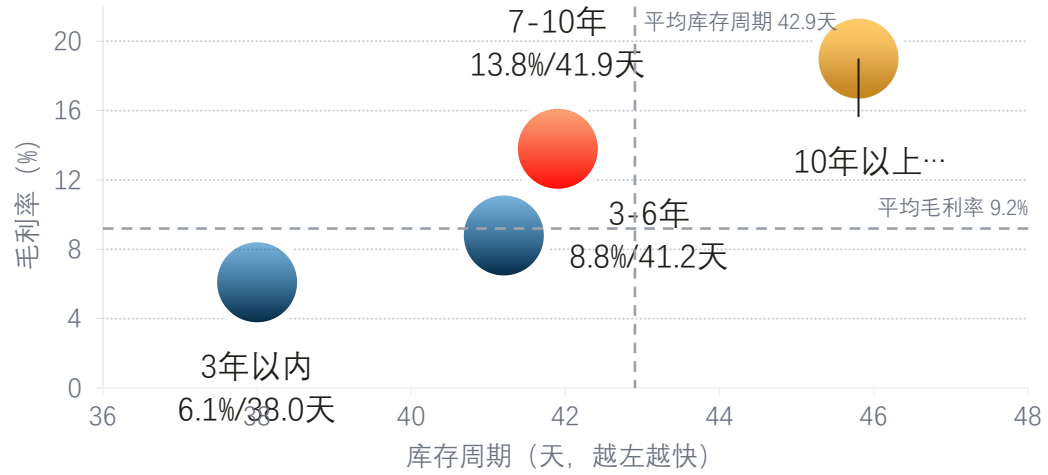


数据来源：大搜车

4.4 车龄及车型细分：优质细分 = 中等车龄，小车型

- 车龄与毛利率和库存周期呈正比：
  ① 3年以内毛利率仅6.1%，但周转最快，10年以上车龄，毛利率19%最高但周转最慢；3-6年、7-10年，周转率和毛利适中。
- 微小型车、紧凑型车：毛利率均在10%以上，且周转快于平均周期，是优质细分品类。

2026年H1依据车龄段，划分“高利润·高周转”细分市场



2026年H1依据车型级别，划分 “高利润·高周转”细分市场

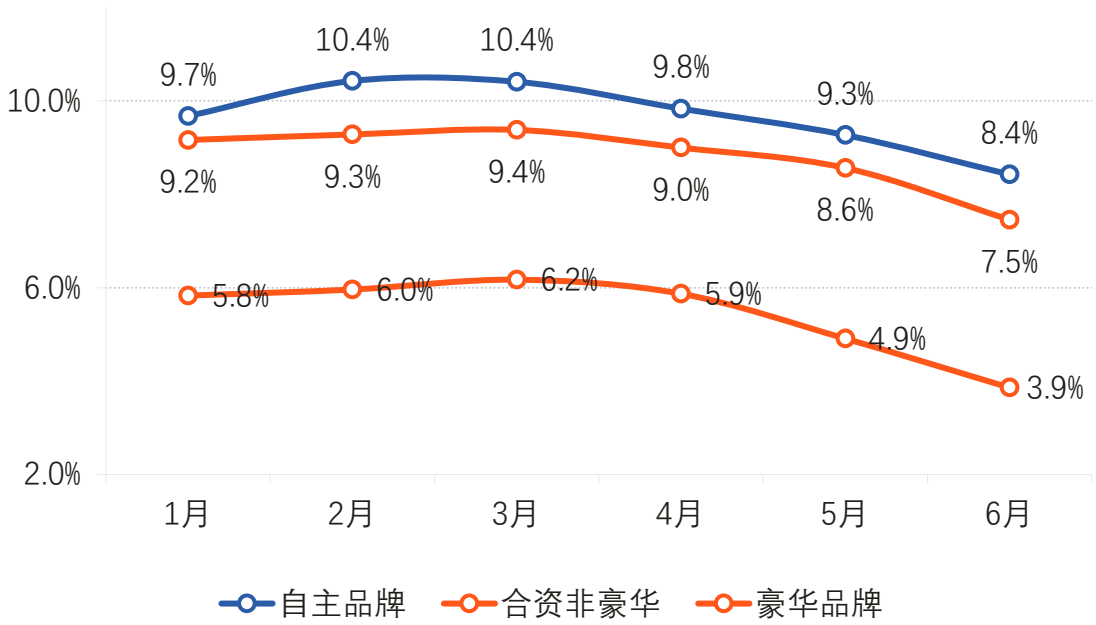


数据来源：大搜车；依据“平均毛利率（9.2%）、平均库存周期（42.9天）”划分“高/低利润”、“高/低周转”

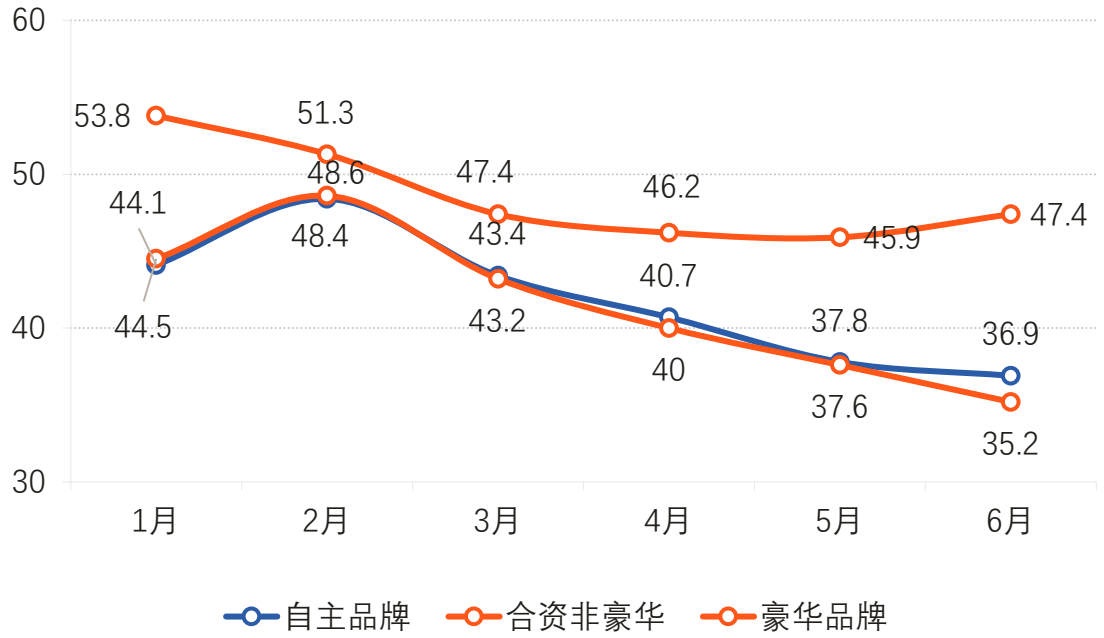
4.5 品牌类型细分：豪华品牌*毛利率降幅最大、周转压力最大

- 1月到6月，三类品牌毛利率均呈现冲高后逐月回落走势，其中豪华品牌降幅约2.0个百分点，为三类中最高；
- 豪华品牌*周转压力也最大，库存周期天数虽有所回落，仍高于另外两类，也高于全行平均水平。

2026年1-6月不同品牌属性：毛利率

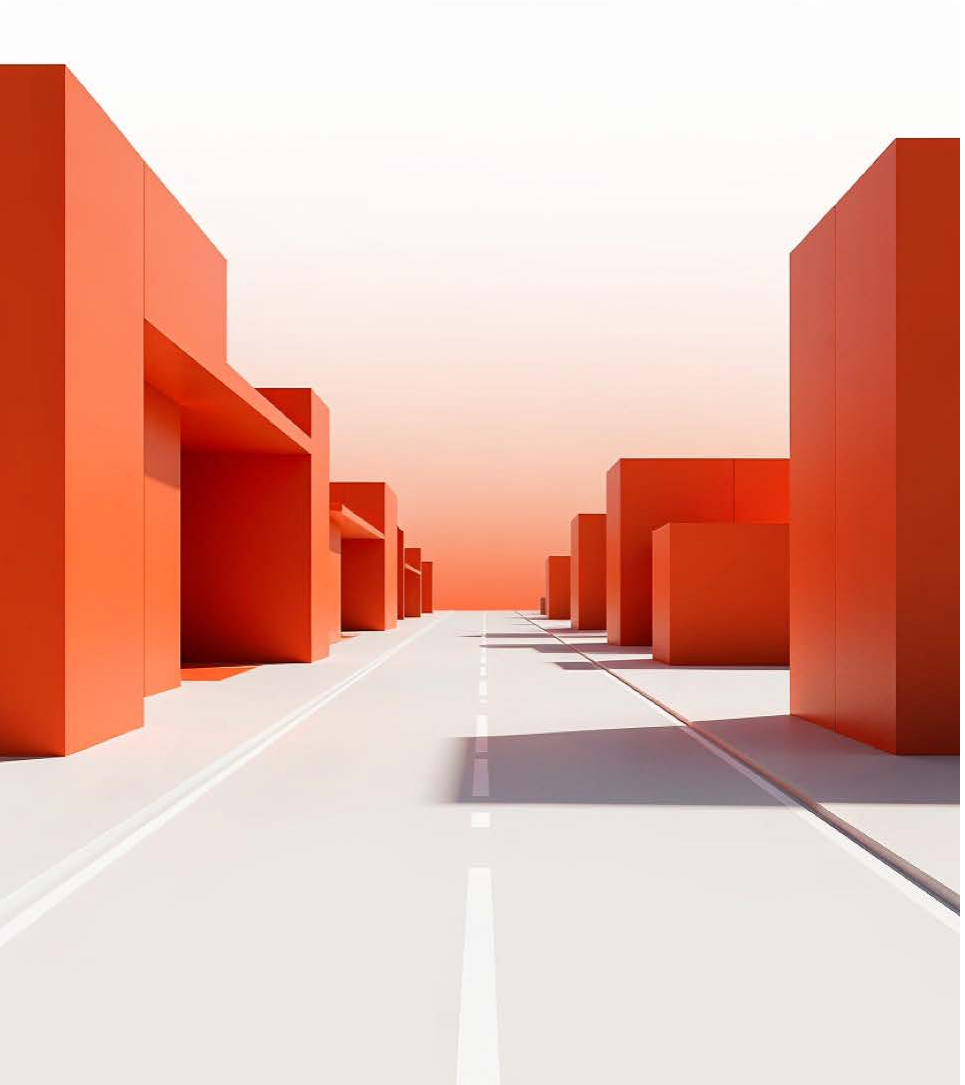


2026年1-6月不同品牌属性：库存周期 （天）



数据来源：大搜车

* 豪华品牌：基于品牌历史、品牌影响力、高端用户群、市场定位来划分"豪华品牌"和"非豪华品牌"，同时考虑普遍认知、价格等其他因素



05

核心结论与行业展望

Key Findings and Industry Outlook

5.1 核心结论 30

5.2 行业展望 33

5.1 核心结论（一）：规模与驱动

二手车交易量逼近新车，长期规模取决汽车保有量和车龄，短期受新车价格战影响

二手车 / 新车交易比（2026H1）

0.98 倍

2025年全年约0.74，比值跃升主要来自新车回落

二手车价格指数（2022H1=100）

76.9

四年下跌23%，跌幅约为新车（−11%）的两倍

3年内准新车交易占比（2026H1）

24.9%

2023H2为28.2%

- 交易量：2026年H1，二手车交易971.3万辆，同比微增1.5%，与国内新车销量比率为0.98（2025年全年为0.74），比率上升主要源自新车销量同比下滑21.1%。长期看，二手车规模取决汽车保有量和车龄；新能源车主的换车周期明显短于燃油车车主。但2023年以来的新车价格战吸引了部分二手车需求：3年内车龄车源的交易占比下降。
- 价格：新车价格战对二手车价格影响大；二手车价格指数四年下跌23%，约为同期新车跌幅的两倍；冲击首先落在与新车直接竞争的准新车上。
- 人群：2026年H1， 35岁以下买家占二手车买家的41%（新车为35%），年轻群体对二手车的接纳程度较高。
- 流通：跨区域流通持续深化：城市跨域流转率由2022年上半年的35.3%升至41.6%，北京、上海异地流出率约七成；上半年交易量排名前十的省份中有8个同比下滑，增量更多来自中西部及非头部区域。

5.1 核心结论（二）：价格与残值

残值定价逻辑正在重构，品牌溢价式微，车况与技术代际成为核心变量

豪华与自主品牌保值率差（3年内车龄）

3.9 个百分点

2022H1为8.7个百分点

车况“优”与“中”保值率差（3–5年车龄）

12–13 个百分点

车况已成为比品牌更重要的定价变量

新能源与燃油车保值率差（1年车龄）

2.5 个百分点

2025H1为5.8个百分点

- 3年内车龄车辆中，豪华与自主品牌的保值率差距从2022年上半年的8.7个百分点缩至3.9个百分点，合资相对自主的溢价从4.3个百分点降至1.2个百分点。
- 与此同时，3–5年车龄段“车况优”与“车况中”的保值率差达12–13个百分点，车况已成为比品牌更重要的定价变量。
- 新能源残值开始修复：1年车龄新能源与燃油车的保值率差距由5.8个百分点收窄至2.5个百分点。但电池技术更差的老款车型的残值衰减仍明显更陡，8年车龄保值率仅11.6%（燃油车27.9%），呈现“新款可经营、老款有风险”的代际分化。

5.1 核心结论（三）：车商经营

车商进入薄利与分化阶段，盈利取决于选品、周转与资金效率

车商毛利率指数（2026年6月）

85.6

2026年1月=100

年交易50台以下车商盈利占比（2026H1）

28.7%

2025H1为40.7%，同比下降12.0个百分点

年交易200台以上车商数量占比（2026H1）

10.8%

2022H1为4.1%

- 上半年车商毛利率指数由1月的100降至6月的85.6。全行业盈利下降，各规模车商的盈利占比同比下降10–16个百分点，年交易50台以下的车商仅不到三分之一盈利。
- 出清在加速：根据大搜车样本数据，年交易50台以下车商的占比由2022年的70.3%降至56.6%，200台以上的由4.1%升至10.8%。
- 分品类看，7–10年车龄（毛利率13.8%、库存41.9天）和微小型、紧凑型车是相对优质的品类；豪华品牌6月毛利率仅3.9%、库存周期47.4天。新能源车周转快于燃油车（6月31.7天对38.6天），两者毛利率差距由3.7个百分点收窄至2.1个百分点。

5.2 行业展望（一）：规模走势

短期仍在筑底，中长期二手车与新车之比将向成熟市场靠拢

- 下半年，预期二手车交易量同比基本持平，市场处于企稳状态。
- 随着“反内卷”治理推进（2026年1月，工信部等部门召开新能源汽车企业座谈会，要求坚决抵制无序价格战），上半年新车价格指数已从86.8回升至88.8；9月二手车收车价基本平稳，终端卖价不再一路下探。非理性降价有望逐步退潮，被低价新车分流的需求，尤其是准新车需求，将部分回流。
- 反向力量同样存在：2026年预计超过1,200万辆乘用车符合以旧换新补贴条件，报废更新会分流老旧车源。

新车价格指数（2022H1=100）

88.8

2025H2为86.8，止跌回升

汽车驾驶人与汽车保有量之差（2026年6月底）

约1.6亿

潜在首购群体的规模

5.2 行业展望（二）：价格与定价

定价转向“看单车、动态调”

- 新车定价稳定后，二手车残值剧烈衰减得到缓解，定价机制有望恢复市场化和常态化。
- 品牌溢价式微，同车型、同年份车辆之间的价差会继续扩大，定价核心转向车况、配置、电池状态和区域供需。

二手车价格指数月均跌幅（2026H1）

约0.8%

每多压库一个月，吞掉约一成平均毛利

车商平均毛利率 / 库存周期（2026H1）

9.2% / 42.9天

定价失误的容错空间有限

5.2 行业展望（三）：车源与竞争格局

库存出清与车商出清叠加，竞争转向数据驱动的经营效率

- 燃油车换代库存的出清将持续；跨区流通与出口（上半年二手车出口32.5万辆，同比增长61%）为库存出清打开了更大的市场。
- 采购端和销售端的精准定价能力，对周转效率影响巨大。车商对数字化与AI工具的应用能力，将拉开竞争差距，头部车商的市占率和盈利能力有望进一步提升，同时尾部车商的出清将持续。

新能源汽车保有量（2026年6月底）

4,897 万辆

占汽车总量13.2%

二手车出口（2026H1）

32.5 万辆

同比增长61%

指标说明
Indicator Definitions

■ 指标说明_二手车交易价格分析：

① 新车价格指数= 100×当期新车价格 ÷ 基期新车价格

② 二手车价格指数=100×当期二手车价格 ÷ 基期二手车价格

③ 新车折扣率=（指导价-新车价格）÷ 指导价

④ 新车折扣率指数=100×当期折扣率÷基期折扣率

⑤ 保值率=二手车成交价 ÷ 新车指导价

⑥ 保值率指数=100× 当期保值率÷基期保值率

注：以上基期为2022上半年

■ 指标说明_二手车经营状况分析：

① 二手车毛利率 =（成交价-收车价）÷ 成交价

② 二手车毛利率指数 = 100×当期毛利率÷基期毛利率

③ 二手车库存周期 = 成交日期 - 收车日期 （单位：天）

④ 二手车库存周期指数=100×当期库存周期÷基期库存周期

注：以上基期为2026年1月

■ 数据来源：大搜车智云



公司介绍
About DSC

大搜车由姚军红创立于 2012 年，是中国二手车行业的 AI 应用基建。公司于 2026 年 6 月 25 日在美国纳斯达克上市，股票代码“ DSC ”。

十余年来，大搜车始终致力于推动中国二手车商从手工作业走向数字化、从孤军奋战升级为网络协同、从依赖人工走向 AI 智能。大搜车旗下的“大风车”，在中国二手车商运营系统领域长期保持 90% 市场占有率，已经成为行业标配。

通过“大风车”，大搜车深度链接了分布于全国各地的二手车商，并独家拥有巨量、细颗粒度、实时的行业数据。依托这一数字化基建，大搜车为二手车商提供贯穿其业务流程的多种刚需交易服务，包括二手车 B2B 在线拍卖（车易拍）、二手车检测（268V）、车辆交付（运车管家）等。

大搜车生态里还活跃着二手车交易的数千家协作方，包括 4000 余位检测师、40000 多台整车物流运力、互联网平台及其他机构，构建了一个以二手车商为核心的生态系统。

AI 应用方面，大搜车已将 AI 智能体落地应用于二手车商的日常经营场景，并已在真实业务中为车商实现了降本增效。多年来的数字化基础设施建设，在 AI 时代为大搜车贡献了两项独家且稀缺的资产：巨量、细颗粒度、实时的行业数据，以及规模部署 AI 应用的数字化经营环境。

