

二手车电商疯狂扩张背后：看谁“烧”得起钱

■ 本报记者 汪晓东

中国汽车市场销售颓势表现得愈加明显,进入今年7月,似乎更是陷入绝境,销量同比去年下降7个百分点,8月份虽然同比增速回升,但比去年只增加0.6%。

而与此相反,二手车市场却逐渐变得火热。据艾瑞咨询《中国二手车电子商务行业研究报告》显示,截至2014年12月,中国二手车交易量达到605.29万辆,同比增长16.3%,交易额则达到了3675.56亿元。火爆的销量使得中国的二手车市场极具诱惑,一时间,优信二手车、车易拍、瓜子二手车、平安好车等二手车电商纷纷崛起,并获得了资本的疯狂追捧。

但扩张的背后,则是二手车电商平台愈加惨烈的竞争。

新车销售总体放缓

2011年起,中国市场上的汽车数量增长迅速,中国已经超越美国成为世界第一大汽车市场。亦有数据统计,最近十年,私人汽车拥有量平均增速为24%,这对于中国汽车商来说值得庆祝。

但一个问题是,近年来,汽车销售却逐渐变得惨淡。根据中国汽车协会发布的数据,今年7月中国汽车销量比去年同期下降7%,8月份虽然同比增速回升,但比去年只增加0.6%。

在2015年已经过去的时间里,这样的数据足以摧垮汽车经销商的意志。事实上,经过两个季度,数轮厮杀,价格跳水之后,有媒体报道,很多撑不住的车企开始大幅减产,个别企业7月减产幅度达40%,一汽大众等厂商职工的薪酬也出现较大幅度的缩水。

在网上咨询某品牌轿车时,各4S店的销售电话几乎打爆记者手机。原先22万元的车型现在只要20万元,且价格仍能优惠。

从各家车企公布的8月份销量中,以上海大众、上海通用汽车、上海汽车集团乘用车分公司等8家车企为例,除上汽维柯柯红岩商用车有限公司同比去年销售偏低外,其余各家车企似乎同比增幅较大。但值得一提的是,在累积同比增幅中,除去上汽通用五菱和上海汽车商用车有限公司分别达到8.27%和91.97%之外,其它6家企业均为负增长。

数据中,家用轿车销量亦不容乐观。上海大众8月销售12.6万辆,与去年同期的13万辆相比,下降2.9%;今年1—8月,上海大众累计销售116.9万辆,同比下滑2.86%;上海通用8月销售12.9万辆,与去年同期的13.3万辆相比,下滑2.95%;今年1—8月,上海通用累计销售102.6万辆,同比下滑6.68%。

但部分车企却保持强劲增长。广汽本田8月销售4.3万辆,同比增长38.3%;今年1—8月累计销售32.97万辆,同比增长37.39%。广汽丰田8月销售3.1万辆,同比增长7%;今年1—8月累计销售25.85万辆,同比增长11.42%。

尽管如此,业内人士认为,从目前的数据来看,2015年汽车销售总体增长已经放缓。

二手车电商大爆发

相比已显颓废的新车销售市场,二手车电商却玩得风生水起。

根据中国汽车市场指数研究所预计,到2020年,中国二手车市场交易量有望达到4000万辆,市值将会突破1万亿元。“资本向来追逐利益。”晋商文化交流协会副会长郭志勇感叹,这是定律,尤其有着巨大发展空间的商机更是不错错过。

根据艾瑞咨询《中国二手车电子商务行业研究报告》显示,截至



王利博制图

2014年12月,中国二手车交易量达到605.29万辆,同比增长16.3%,交易额则达到了3675.56亿元。

不容置疑,这是一场史无前例的资本竞速。从车易拍获得1.1亿美元D轮融资到优信二手车获得1.7亿美元C轮融资,再从人人车获得8500万美元的C轮融资到车猫网宣布完成12亿元B轮融资,2015年,资本成就二手车电商大爆发。

惊喜不断。8月28日,在杭州黄

二手车电商平台要想得到大量车源无非是一点,烧钱,但问题是,在成本与收入比方面,几乎是10家有9家亏本,而不亏本的都是一次性资本投入量较大的。

龙酒店举办的《中国好声音4》黄金60秒招标会上,优信二手车以3000万元的价格竞得该广告时段,从1070万元到3000万元,这个火箭式跃升着实让人咋舌。

3000万元/分钟,二手车电商大手笔将去年《中国好声音》“标王”上海大众斩落马下。

“2014年中国二手车交易量仅为新车的四分之一,而在今年,二手车销售量正逐渐缩小与新车销售量的差距。”郭志勇说。

事实上,中国汽车流通协会副秘书长沈荣曾对媒体表示,2015年年底,二手车交易规模有望突破1000万辆。

统计数据显示,2015年上半年

中国汽车产销分别完成1209.5万辆和1185.03万辆,同比增长2.6%和1.4%。二手车交易量同比增长5.79%,增幅明显高于新车交易。

“但与发达国家二手车交易量一般是新车的2至3倍相比,以目前的增幅,中国二手车交易仅是美国的10%,市场发展前景要广阔得多。”郭志勇说。

另一组数据显示,2014年下半年,中国二手车电子商务交易规模达72.9亿元,平均单车成交价格为41204.7元/辆,其中12月份交易额达到13.8亿元。2014年,二手车在线交易规模占据二手车总体交易份额的3%。

中国二手车市场交易规模的不断扩张让在线二手车商垂涎三尺。优信二手车、车易拍、人人车、车猫网、瓜子二手车、平安好车等二手车电商平台正逐渐蚕食中国传统二手车市场格局。

2015年3月,优信集团开始打造二手车交易网站,之后,优信二手车密集投放广告,直到以天价3000万元拿到“标王”,二手车电商全面发力,资本开始启动二手车电商时代,并为肢解传统二手车市场“路演”。

在记者采访时,大同二手车商老康面对自己实体店前停着的数辆“路虎”和“宝马”频频摇头。“二手车电商整合各地车源势不可挡,未来,传统二手车商纳入在线体系只是时间问题。”他感叹。实际上,老康融资收购来的二手豪车套现遇到阻碍,对他来说数百万可不是个小数目。

多数赔本儿赚吆喝?

二手车电商平台获得巨额融资,疯狂扩张的同时,也为旧车交易带来新规则,但问题似乎也随之而来。

“以往消费者买到问题车辆时,常常会因为没售后而后悔。”廊坊二手车商老吕告诉记者,而二手车电商则通过平台,很好地解决了购车者后顾之忧,全程陪同服务,甚至延长1万—2万公里的质保。

大同二手车贩老王也坦承,过去,二手车市场存在很多管理上的弊端。是否是问题车,即使像他们这样从事多年手机动车交易的老手也不免“打眼”,更何况是没有经验的消费者。“与二手车电商提供的近

千项检测相比,我们只能依靠眼力。”他说。事实上,这是极为不负责任的。

“买到疑似泡水车,却无法退车,这实在让人感到窝火。”太原王先生告诉记者,由于不懂车,加之熟人介绍,没能在购车协议上注明,致使二手车商对问题车辆不予认可。

“二手车电商所采用的模式各不相同,但不论采用B2B、B2C还是C2C模式,在线二手车电商都降低了购车门槛,提高了成交量和诚信度。”郭志勇说。但这一切显然是要获得车源为前提。

有专家分析,现在二手车电商处在一个发展阶段,与国外相比,目前国内对于电子商务的服务接受度还有待提高,所以现阶段的电子商务行业是不适合小资本运营的。

也就是说,二手车电商平台要想得到大量车源无非是一点,烧钱,但问题是,在成本与收入比方面,几乎是10家有9家亏本,而不亏本的都是二次性的资本投入量较大的。

有媒体报道,目前二手车电商平台的一般盈利点是收取2%—4%的佣金,以一台10万元的车为例,至多收取4000元服务费,但其单个交易用户的获取成本高达5000—6000元,到头来平台赔本儿赚吆喝,交易量越高赔得越多。

一个只赔不赚的二手车电商平台究竟可以在新规则中撑多久?

老王认为,二手车电商的日子不见得好过。从目前二手车在线交易量占比二手车总交易量的3%来看,二手车电商急需打破消费者对二手车消费没有信心的问题,打造诚信,让在线二手车销售真正赢得消费者放心,但这一切似乎尚需时日。

事实上,类似北京这样的限牌城市,诸如新车的销售一定程度上依靠二手车置换。如果不选择上牌,那么下次购车还需要重新摇号,因此每两月新车的销售会有一个增长点。

二手车置换业务为新车销售贡献了很大一部分份额,但这杯羹,二手车电商却很难得到。

“二手车电商平台烧钱血拼的同时,只有品牌增值才是未来的发展方向。”山西财经大学教授刘海红认为。现实中,二手车交易只有结合金融、售后、保险、车辆检测等服务的商业模式才有盈利的可能性,这也是对消费者的负责。

二手车电商五大软肋



车源“后劲不足”

行业偏向卖方市场,供不应求,车源分布上明显集中在北上广深等一线城市,车源碎片化,信息壁垒导致二手车流通效率低下。



缺乏完整的“车况追踪系统”

缺乏汽车生产、出厂、出售、行驶公里数、维修、养护等一系列数据形成的“车况追踪系统”。



缺乏诚信

往往存在车主隐瞒或谎报车况以及黄牛将改造的事故车,编造车检报告后出售给缺乏汽车专业知识的购车人。



限购

北上广深等城市实施的汽车限购,刺激了原有用户旧车置换需求,形成一二线城市二手车流向三线城市消化,对侧重本地交易的二手车电商平台不利,而三线城市互联渗透不高,直接影响到二手车电商初期进展。



限迁

全国大部分城市规定,不符合“国4排放标准”的外地车,不得转籍,直接阻碍了国内二手车市场发展。



王利博制图

创业创新 决定中国未来

(上接第一版)

从空洞泛化的概念,到直指现实中的具体问题,是改革迅速取得成效的前提。只有在改什么、怎么改、改到什么程度上形成广泛的共识,改革的意愿才能转化成改革的合力。如果每个人都有自己心中的香格里拉,改革就会永远停留在概念层面,既无法形成统一的改革方案,更无法向纵深方向推进。共识的形成往往需要共同的经历和共同的目标。恰恰是创业创新这种形式,把年轻人置身于各种经济及社会矛盾交锋的最前端,让他们有机会直接发现产生问题的根源。由于他们所面对的问题和困难是有共性的,他们的诉求和愿望也是有共性的,因而对改革方向和目标更容易形成一致性的结论。能够想到一起去,这正是改革中最需要的。唯有如此,才能找出理性务实的解决方案,避免让改革陷入混乱和停滞。

在推动大众创业万众创新方面,国家可是花了不少精力和本钱,不仅仅是在加力度,也是在加保险。据不完全统计,从2013年5月至2015年9月,中央层面已经出台至少23份相关文件促进创业创新。9月23日,国务院又印发了《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》,以推动众创、众包、众扶、众筹等“大众创业万众创新”支撑平台健康、快速发展。随着国家商事改革力度的加大以及各种创业创新扶持政策逐步释放出能量,新兴市场主体出现了井喷式的势头。据国家工商总局统计,2015年上半年,全国新登记注册企业200.1万户,平均每天都有超过1万户的新企业诞生。

大众创业万众创新开启了一个让年轻人释放青春和个性的大时代。在最有激情和冲劲的年龄,遇上这样一个有机会发挥个人价值的大时代,对于年轻一代是幸运的。同样幸运的还有这个国家和民族,这也是一个改变民族性格和传统的重大历史机遇。告别保守和盲从,尊重个性价值和选择,既是这个时代与此前截然不同的标志,也是大众创业万众创新带给中国的最大价值和厚礼。只要让年轻人身上蕴藏的激情和能量释放出来,中国经济的发展就永远不会缺乏动力。