

二手车电商盈利难,何处觅生机

■中国城市报记者 刘唤宇

降薪、裁员、变卖资产……近两年,二手车电商负面消息不断,人人车、车置宝等无一幸免。今年以来,中国汽车市场一度受新冠肺炎疫情影响降至冰点,这也导致二手车电商发展陷入困境。

近日,多家媒体曝光人人车作价1万港元(约合人民币8586元)拟将主要资产贱卖,这距离其上次获得融资已过去两年半的时间。而几乎就在同时,天天拍车获得汽车之家新一轮1.68亿美元融资。

如今,二手车电商领域的战争打了数年,耗资无数,仍未决出“寡头”。

“宠儿”交替 格局不明

二手车电商领域曾一度成

为投资者的“宠儿”。据相关媒体报道,2014年,有关二手车电商的投融资超过10起,吸引了晨兴创投、红杉资本、君联资本、IDG以及阿里巴巴等行业巨头相继入场。2015年至2018年,资本对于该领域的热情更显高涨,人人车累计获得约7.6亿美元融资;大搜车6年获得了6次融资;优信更是于2018年6月成功成为“二手车电商第一股”。

但自2018年4月后,人人车未再获得新的融资。这期间,人人车负面消息不断,除了屡屡传出资金链断裂隐忧之外,其运营主体北京人人车网络技术有限公司多次卷入诉讼纠纷,包括“侵害商标权纠纷”“分期付款买卖合同纠纷”“追索劳动报酬纠纷”等。

今年10月,人人车创始人李健以“自然人股东”“执行董事”身份退出北京人人车网络技术有

限公司,再次引发市场遐想。

全国乘用车联合会秘书长崔东树在接受中国城市报记者采访时表示,人人车现在的窘境折射出行业的困境,二手车电商行业的线上业务在二手车领域开展得并不是一帆风顺。

10月27日,二手车拍卖平台天天拍车宣布获得新一轮1.68亿美元融资,投资方汽车之家已连续两轮战略投资天天拍车。同时,这也是今年一季度瓜子二手车获得融资后,二手车电商领域的唯二笔融资。

“现在二手车电商的格局十分复杂,竞争硝烟未散,产业远远没有达到一个相对稳定的阶段,仍在竞争、分化过程中。”崔东树说。

模式选择影响发展

在二手车电商领域,存在

着C2C、C2B、B2B等交易模式,各企业的模式也各不相同。

作为一家典型的C2C平台,人人车于2017年开始“增肥”,业务由线上延伸至线下,开设线下严选门店,而这种模式需要平台预付50%至80%车款以锁定个人车源,这对人人车现金流造成了影响。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊在接受中国城市报记者采访时表示,人人车做了很多努力,包括二手车严选商城等尝试,但在推进过程中突然遇到资金问题而影响了现金流。“在推进发展、扩大规模的过程中,需要源源不断地‘输血’,一旦中断,立马就会陷入困境。”他说。

以C2C直卖模式闻名的瓜子二手车,如今摘掉了“没有中间商赚差价”的标签。在其母公司车好多集团2019年3月完成15亿美元D轮融资后,同年9月,瓜子二手车宣布推出“全国购开放平台”,接入第三方商户,与现有个人车源形成有效补充。

崔东树表示,C2B模式比较适合当前发展形势,效率相对较高,成本相对较低。

据了解,天天拍车采用二手车C2B线上拍卖模式,也就是将个人车源经过检测评估后放到线上,再提供给在线的二手车商竞拍。据相关媒体报道,疫情期间,天天拍车依靠“在线检测+在线拍卖”的卖点,克服了因疫情隔离带来的业务冲击,在全行业大幅萎缩的情况下,实现业务同比50%以上的增长。

罗磊表示,二手车电商能否成功,取决于最初设计的商业逻辑是否成立,能否跟现实市场产生紧密契合。“做C端生意的公司,我觉得都很难。电商要发展必须跟实体企业紧密结合,帮助实体企业卖车,帮助消费者去选择适合的产品。”罗磊说。

疯狂“烧钱”回报不佳

此前,无论线下的地铁、商

场,还是线上的网站、电视,黄渤、孙红雷等明星代言的二手车电商广告都给人们留下了深刻印象。为了抢占市场,二手车电商在广告方面疯狂“烧钱”。

2015年9月,杨浩涌以58赶集集团联席CEO的身份对外宣布,瓜子二手车将投入超过2亿元用于市场推广,年底目标是占领二手车C2C线上80%份额。超过2亿元的投放,让上线仅10天的瓜子二手车网站日均访问量超过100万。

瓜子二手车发起了广告战,人人车和优信紧随其后。2015年几乎同一时间,三家开始通过巨额的广告投放来吸引用户。黄渤的广告上线是2015年11月底,比瓜子二手车晚了两个月。优信在2016年到2018年期间的营销费用分别为7.93亿元、22亿元、27亿元,占当年营收的96.24%、112.8%、81.04%。

有媒体曾统计,仅仅在2015年到2017年末,二手车广告投放总额便超过了35亿元,几乎是行业总融资额的1/3。大量的广告使得企业的市场占有率迅速上升,企业规模迅速扩大。二手车电商平台的竞争似乎都聚焦在砸钱营销获客,注重规模的增长,而非解决诚信、标准化、检测标准漏洞等问题。

罗磊表示,二手车消费是非常低频的一项经济活动,跟快消品的逻辑完全不一样,周期很长,因此用户粘性很差。“这些广告的效果很好,老百姓都知道二手车了,但是转化率太低,最终收效甚微。”他说。

崔东树表示,二手车电商发展应当健全诚信体系与大数据的联通,让消费者有更多信心,让企业有更多把握,实现数据化评估。

“做电商也好,做实体企业也好,首先要想到用户的需求是什么,怎么结合用户的需求让成本最低。如果总是站在自己的角度,从一种空想的逻辑出发,可能会背道而驰。”罗磊说。



山东青岛:新一代跨座式单轨列车成功试跑

日前,新一代跨座式单轨列车在位于青岛的试验线上成功试跑,正式下线,标志着我国在跨座式单轨车辆技术领域取得重大突破。列车由中车四方股份公司研制,具有完全自主知识产权。新一代跨座式单轨列车最高运行速度为100千米/小时。车体宽3098毫米,6编组最大载客量为1400人,整车使用寿命长达30年。

中国城市报记者 全亚军

通讯员 张进刚 姜超摄

黑河高质量发展暨自贸片区开放创新研讨会在京举行

■中国城市报 张芸帆

11月30日,黑河高质量发展暨自贸片区开放创新研讨会在北京举行。会议围绕中俄自由贸易制度突破、国际产能合作模式探索、中俄服务贸易合作机制创新、沿边金融综合改革、数字经济驱动实体经济升级、数字自贸创建方案谋划、边境文旅品牌塑造等主题展开交流,寻找创新发展模式和路径,凝聚发展新动能。

农业农村部乡村振兴专家咨询委员会委员、原农业部党组副书记、常务副部长尹成杰

在致辞中强调,中国(黑龙江)自由贸易试验区黑河片区的获批,充分体现了党和国家以及黑龙江省委、省政府对边境地区发展开放型经济的高度重视和殷切期望。希望黑河市能够抓住自贸片区获批的机遇,应对挑战,在贸易投资自由化便利化的创新过程中,探索中俄自由贸易区先行先试,争取成为国家以自贸区为载体进行跨境自由贸易的标杆和典范。

泛华集团副总裁杨年春在会上发布了《黑河边境区域中心城市顶层设计及自贸片区发展战略规划》成果,从战略、产

业、空间、重大项目、机制创新和实施保障等方面对黑河市高质量发展进行了全面谋划,制定了“国家北向开放战略门户、中俄跨境集群联动枢纽”发展定位。

黑河市委书记马里有在推介时说,去年,黑河市委在党中央、国务院和省委、省政府的支持下,获批自由贸易试验区、跨境经济合作试验区、跨境电子商务综合试验区和兴边富民试点市,在深度融入“一带一路”,参与中蒙俄经济走廊建设,打造国际一流营商环境、贸易便利化、培育贸易新业态、跨境投融资便利化,以及实体经济转型

升级、国际人才管理、建设边境区域中心城市等方面,争取到政策、资金、项目更多向这里倾斜,黑河高质量发展迎来百年未有的重大机遇。我市将全面打开北向开放战略门户,奠定跨境枢纽战略定位,打造向北开发开放新的经济增长点。

国家文旅部文化品牌重点实验室学术委员、中国城市报社副总经理常亮认为,城市发展进入品牌时代,城市品牌是城市竞争力的制高点。中国城市报在国家财政部、国家市场监督管理总局、国家标准委支持下,成功研制了我国第一部城市品牌评价国家标准,并依据该国

家标准和国家统计局数据,多次成功发布了全国城市排名。面对目前我国城市建设面临的诸如目标趋同、产业同构、形象单一等问题,常亮建议,黑河市要充分利用乡贤大招商、招大商,发展特色边贸物流产业;要研究国家政策,用足用活政策,提高站位,发展边贸经济。

与会专家一致认为,今天的黑河,天时、地利、人和,处处蕴藏无限商机;站在新的历史起点,黑河加快振兴、全面振兴的时机已经成熟,高质量、跨越式发展前景广阔、未来可期。希望更多企业家参与黑河发展建设。