

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，人人车现在的窘况折射出行业的困境，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。“在推进建设、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多月。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委员、原农业部党组成员、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。

黑河市委书记马里在推介时说，去年，黑河市在党中央、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、跨境电商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、国家市场监管总局、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。