



C10 | 负债高企现金流吃紧 亚星客车亟待资金“输血”
C11 | 云度新能源前三季度3.5万辆目标完成率仅15%

»C9~C12

车市寒冬下“绝地求生” 战火烧向“新零售” 二手车电商“多国杀”

本报记者 刘媛媛 上海报道

疯狂的“烧钱”火并之后，“新零售”正成为二手车电商们的新战场。

近期，瓜子二手车严选直卖店相继落地重庆、昆明，截至目前，瓜子严选直卖店已经在全国开设了超过100家。无独有偶，人人车在今年9月推出二手车严选商城，计划在一年内开设上百家线下门店；大搜车于近期与中石油昆仑好客有限公司签署战略合作协议，计划在昆仑好客超过20000座加油站网点进行创新性新零售布局；去年6月，优信集团董事长兼CEO戴琨曾表示，将引领汽车电商进入新零售时代，预计到2020年构建2000家线下门店和

100城对200城的物流线路，启动“全国直购”……

不难看出，在抢占线上份额的同时，二手车电商们纷纷开始收割线下市场份额，试图通过线上线下打通的新零售模式来解决用户信任度低及盈利难等痛点。瓜子二手车创始人杨浩涌在接受媒体采访时曾表示，明年公司的发展重点仍将放在线下新零售领域。

不过，在《中国经营报》记者的采访过程中，二手车拍卖平台天天拍车COO张延伟直言，二手车直卖电商转向所谓“新零售”，本质上是二手车直卖模式的根本性失败。疯狂烧钱打广告带来的线索量难以转化为成交和优质的用户体验，巨额融资后的直卖平台必须另谋出路。

巨亏下的生存考验

据Wind数据统计，最近8个季度，优信亏损将近49亿元。

亿欧数据显示，受到今年下半年整体市场环境的不理想，以及新车市场的频频降价影响，二手车市场总体需求下行。2018年10月，全国31个省1068家二手车交易市场共交易二手车118.18万辆，环比下降3.18%，与去年同期相比增长13.94%，增长幅度继续回落。

除了需求下行之外，今年9月，大搜车CEO姚军红曾透露，中国二手车商零售毛利率较低，销售均价15万元左右的二手车商平均毛利率约为5%。同时，因受新车竞争加剧的影响，近一年内在持续下降。

姚军红出示的数据来自于旗下车商SaaS系统大风车，该系统数据显示，全国215家车商在今年8月，平均毛利率仅为4.6%，而在今年1月时平均毛利率还为6.2%。

具体到二手车电商的境况来看，或许可以从赴美上市的优信集团身上窥一斑而知全豹，截至目前，优信仍未摆脱亏损的困扰。

11月20日，优信发布了未经审计的三季度财报。财报显示，

优信在2018年三季度实现营业收入8.64亿元，同比增长59.6%；净亏损5.94亿元，去年同期净亏损为7.66亿元，同比下降22.44%；非公认会计准则调整后的净亏损为5.17亿元，相比去年同期的3.94亿元，亏损进一步扩大。

根据优信财报数据，今年前三季度，其二手车成交量为22.13万辆，按照此交易量计算，每卖出一辆车，优信就亏损近2700元。

另据Wind数据统计，最近8个季度，优信亏损将近49亿元。而截至二季度末上市，公司共融资2.25亿美元，约合人民币16亿元，若持续巨额亏损，公司的资金储备能否支撑令人担忧。对于这一问题，截至发稿，优信方面未作出回应。

与此同时，近日有消息称，人人车关闭了多家城市业务，此前，其官网简介中“覆盖超百座城市”的内容已被删除，目前服务城市列表不足80家，关闭城市业务数量达两成。记者登录其官网发现，截至11月29日，人人车官网显示的服务城市列表里只剩下70家。

“广告战”致元气大伤

2015年，二手车电商广告投放总额超过8亿元，2016年达到12亿元。2017年，仅优信公司在销售和营销上的投入就达到了22.03亿元，占同期总收入112.9%。

对于亏损的原因，优信在财报中解释，在成本及支出方面，优信第三季度的销售和营销支出为7.554亿元，同比增长39.6%；总务和行政支出为2.663亿元，同比增长2.6%；研发支出为8240万元。

显然，优信在三季度销售和营销方面的支出超过了总成本及支出的一半，烧钱营销仍为优信亏损的重要原因。

不过，优信方面表示，公司第三季度销售及营销费用占营收的比重，无论是同比还是环比，都有明显下降。三季度市场销售及营

销费用占营收比重下降至87.5%，而去年同期为100.0%。

实际上，进入市场之初，“烧钱”打广告是二手车电商们的普遍打法。据艾瑞市场咨询的数据显示，2015年，二手车电商广告投放总额超过8亿元，2016年达到12亿元。2017年广告战继续升级，优信招股书显示，2017年公司仅在销售和营销上的投入就达到了22.03亿元，占同期总收入112.9%。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊此前接受本报记者采访时表示，二手车电商之所以在广告上

加大投入，是因为他们在组织一种新的方式，这种新的方式必须送达至消费者，培养消费者一种新的习惯，目的是跟他们的规模匹配起来。

值得注意的是，为了支撑起庞大的资金需求，二手车电商们必须不断融资来进行“补血”。今年10月16日，瓜子二手车母公司车好多集团宣布完成C+轮1.62亿美元融资；9月，大搜车宣布从阿里巴巴、春华资本、晨兴资本等机构获得新一轮5.78亿美元融资；6月，天天拍车宣布完成了1亿

美元D1轮融资，汽车之家为本轮融资投资方……

近日，还有媒体爆料称，人人车正在进行F+轮融资，融资规模约为1亿美元，估值13亿美元。对此，人人车方面回应称，公司F+轮融资早已结束，至于具体融资金额，公司方面未予透露。

不过，车置宝创始人兼CEO黄乐曾在接受媒体采访时直言：“随着各大平台在广告和补贴上的你争我夺，也加速了自身资本消耗，在难以稳定盈利的局面下，‘融资快、烧钱更快’的模式不会持久。”

转战“新零售”破局？

“二手车交易的本质是流通，二手车直卖电商转向所谓‘新零售’，自己开设线下门店，说明二手车直卖电商走回了流通的本质，亲自下场跟已有的二手车经销商进行竞争。”

或许是身处“战场”中的二手车电商们也意识到了烧钱营销的难以持续，意欲破局。今年以来，新零售成为了二手车电商们最多提及的一个词。

所谓“新零售”，杨浩涌的看法是，新零售不仅仅是把商品数据化，而且是把围绕零售的所有相关元素进行数据化。对于主要业务是线上的公司，如果有线下业务，能形成一个从线下到线上的镜像映射，把线下的关键节点全部数据化，回到线上，进行优化之后，再反馈到线下，对线下进行优化。

2018年，车好多集团开始启动汽车新零售的落地。在3月份宣布完成C轮8.18亿美元融资后，与以往不同，车好多集团计划将该轮融资重点布局线下新零售，此后在C+轮融资后，公司再次着重布局。如今，瓜子二手车严选直卖店已相继落地哈尔滨、重庆、昆明等地，瓜子二手车严选直卖店在全国开设的数量已经超过了100家。

10月份，大搜车与中石油昆仑好客有限公司签署战略合作协议，计划在昆仑好客超过20000座加油站网点进行创新性新零售布局。此前8月份，公司还与电咖汽车在杭州签署战



优信集团董事长兼CEO戴琨曾表示，预计到2020年构建2000家线下门店和100城对200城的物流线路，启动“全国直购”。图为优信在上海的一家线下实体店。

略合作协议，宣布两家公司将在汽车新零售等方向展开深度合作。

此外，今年9月，人人车也推出国内首家二手车严选商城，将目光瞄准二手车新零售，截至9月底严选商城数据显示，展售严选车辆为2000辆；去年6月，戴琨表示，将引领汽车电商进入新零售时代，预计到2020年构建2000家线下门店和100城对200城的物流线路，启动“全国直购”。今年9月，公司还携

手百度云打造“最落地”汽车新零售解决方案。

在汽车分析师任万付看来，新零售或许能给二手车电商们带来更多的机会，但本质上只是比原来多了一些工具或渠道。“所谓的新零售其实就是结合了一些线上的平台，以及加入了一些新的金融方式，确实对二手车市场的销量提升有帮助，但市场的发展有自己的规律，规律是不会变的，就像资本助推了行业的发展，但同时也让一些问题提前暴露出来。”

“二手车交易的本质是流通，二手车直卖电商转向所谓‘新零售’，自己开设线下门店，说明二手车直卖电商走回了流通的本质，亲自下场跟已有的二手车经销商进行竞争。”

天天拍车COO张延伟直言，二手车直卖电商转向新零售，是疯狂烧钱打广告后的另谋出路。

哈飞、夏利纷纷转让股权 铃木、菲亚特宣布退出中国

汽车行业洗牌提速

本报记者 陈茂利 董海华 北京报道

2018年车市遇冷，汽车行业洗牌加速。

江西志骋(原“昌河铃木”)转让挂牌两个月至今无人接盘，沦为代工的哈飞汽车挂牌转让，一汽夏利转让一汽丰田15%股权夹缝中求生，菲亚特、铃木发展

卖身求生

近日，一汽夏利发布公告称，向控股股东一汽股份出售所持有的天津一汽丰田15%的股权项目已基本完成审计和评估工作。

根据一汽股份、一汽夏利于11月26日签署的《股权转让协议》，交易价款为人民币29.23亿元。

无独有偶，哈飞汽车的38%股份进入公开转让，挂牌起价1元，挂牌期从11月21日起到12月18日结束。

重庆联合产权交易所披露的挂牌信息显示，哈飞汽车存在拖欠供应商货款、部分资产被冻结、多处房产被法院查封、专利

遇困，宣布退出中国市场。

纵观中国车市，“强者愈强，弱者愈弱”的马太效应显露无遗。以吉利、长城、长安为代表的自主品牌车企高歌猛进，而哈飞汽车、一汽夏利、昌河铃木、广汽菲亚特等自主、合资企业发展陷入困境。

值得关注的是，由辉煌走

向衰落的哈飞汽车、昌河铃木都曾经济型/微型轿车市场中的佼佼者。但时至今日，都一致出现了资不抵债的经营状况。其中，哈飞汽车负债高达77.1亿元。

挂牌出售，这些被边缘化的车企是否能找到新东家？“现在正在停产状态，还没有意向接盘方。”哈

“折戟”，也有一批合资品牌水土不服，退出中国汽车市场。

今年6月，菲亚特克莱斯勒集团(简称“FCA”)宣布菲亚特退出中国市场的消息，并宣布FCA将专注Jeep、玛莎拉蒂和阿尔法罗密欧三个核心品牌。

继菲亚特宣布退出后，5月，铃木汽车宣布退出昌河铃木，将所持合资企业全部股权转让给中方股东。

股份转让完成后，昌河铃木改名为江西志骋。9月，昌河汽车挂牌转让全资子公司江西志骋汽车70%的股权。据悉，截至2017年，昌河铃木亏损严重，已经陷入资不抵债的状况，总

资产为13.90亿元，总负债却达到17.90亿元。

9月4日，铃木汽车在中国的第二家合资企业长安汽车发布公告，将以1元收购日本铃木及铃木中国分别持有的长安铃木40%和10%股权。

截止到2018年4月30日，长安铃木的净资产为-2.74亿元，已经是资不抵债。对于此次股权收购，有长安汽车投资者表示，净资产-2.74亿，也就是说1元收购还亏了约1.3亿元。

值得一提的是，在2018年12月31日完成股权交割后，“小车之王”铃木将正式告别中国市场。

续命难矣？

“国民车”夏利、“微面之王”哈飞、“小车之王”铃木都曾辉煌过。

7年时间，一汽夏利销量从2011年25.3万辆迅速下滑至今年1~10月累计1.7万辆的销量。境遇相同，长安铃木在2011年突破22万辆的销量后，销量持续走低，今年1~10月销量仅为4.2万辆。

销量下滑的背后，是长安铃木、一汽夏利、哈飞汽车长期发力微型车市场与国内经济型轿车(微型/小型车)市场份额的持续萎缩的矛盾。

“在其他车企更新技术、推出新产品时，这些企业产品迭代太慢，品质水准、技术水准逐渐落后。”汽车行业分析师万春雷表示。

不肯轻易服输，一汽夏利在生死边缘苦苦挣扎，或将通过出售所持一汽丰田15%股权获得的29.23亿元交易价款来为自己输血。

一汽夏利方面表示，本次交易可以改善公司现金流状况，实现企业资源合理配置。

“慢慢要脱壳，一汽丰田的股份，一汽集团不愿意卖给别人。先把一汽丰田的股份抽完以后，剩下的把一汽夏利的股份卖掉。”钟师表示。

在万春雷看来，一汽夏利转让持有一汽丰田的股份是在吃老本，是吃之前投资的红利。“我个人觉得是在清盘，这笔资金是否真正投入到研发或者新能源车，完全不知道。”

不甘心的还有长安铃木。铃木汽车虽然退出，长安铃木却决心再战小型车市场。11月13日，长安汽车研究总院长铃研究院正式挂牌成立。

与此前不同，长安铃木将基于现有平台开展改款改款、电动化开发，同时导入新的车型平台。力争在未来3年内，开发3~4款产品，包括纯电动车等。

相较于一汽夏利、长安铃木的自救。哈飞汽车欲借新能源重生。早在挂牌转让之前，去年4月，就与金主北京唐奕丰新能源汽车科技有限公司共同成立了哈飞汽车制造有限公司(以下简称“哈飞制造”)，双方分别持股90%、10%。有消息称，哈飞汽车是以生产资质与厂房设备入股。

但新车型尚未推出，哈飞制造便生险象。11月7日，工信部发布了第一批《特别公示新能源汽车生产企业》文件，共计27家新能源汽车生产企业在列，哈飞汽车榜上有名。这则公告意味着哈飞汽车有撤销新能源汽车生产资质的风险。

对于哈飞汽车、长安铃木、一汽夏利此类企业是否可以借机翻盘，两位业内人士均持悲观态度，“发展速度很重要，品质更重要。”万春雷表示，“现在中国汽车品牌实在太多了，已经到了鱼龙混杂的地步。需要淘汰机制，淘汰一部分劣质的。”