

# 中国汽车产业:从无到有“新四化”浪潮催生产业变革

本报记者 梁德明 赵毅

从1949年到2019年,中华人民共和国走过了70年的风风雨雨。历经70年建设发展,各行各业、人民生活都发生了翻天覆地的变化。

## 产销量连续10年蝉联全球第一

近日,美国《财富》杂志正式发布2019“世界500强”企业榜单,其中23家车企榜上有名,有6家是中国车企。

60多年前,新中国第一批国产汽车驶出装配线,中国汽车工业发展史从此开始记录。到了1978年,全国共生产汽车14.9万辆,其中轿车仅为2611辆,年度汽车产量仅占世界的0.35%。

如今,中国成为全球主要的汽车消费市场,国产车企中涌现出一批颇有建树的企业。截至2018年,中国汽车产销量已经连续10年蝉联全球第一。

近日,美国《财富》杂志正式发布2019“世界500强”企业榜单,其中23家车企榜上有名,有6家是中国车企。榜单显示,上汽集团、东风汽车、

## 车市遇冷政策扶持“暖场”

2019年6月以来,国内多个城市开始放宽限购,其中广州和深圳打响了国内放宽限购的第一枪。

与前些年国内汽车市场的高增长发展相比,2018年车市遭遇28年来首度负增长,对于车企而言无疑是又一新的竞争阶段。

中汽协数据显示,2018年汽车产销2780.92万辆和2808.06万辆,同比下降4.16%和2.76%。而在2019年1~8月,汽车产销分别完成1593.9万辆和1610.4万辆,产销量比上年同期分别下降12.1%和11%,产销量降幅比1~7月分别收窄1.4和0.4个百分点。

在此情况下,国产车企销量难免也受到一定影响。从造车新势力情况来看,目前销量仍然较少,“新老势力”均面临一定挑战。

而回顾中国汽车工业发展,至今也已经有60多年的时间。1956年7月,第一批解放牌汽车徐徐驶出装配线,新中国的汽车工业正式起步。中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)数据显示,2018年中国汽车产销分别完成

一汽集团、北汽集团、广汽集团和吉利控股6家中国车企再度入围,分别是第39、82、87、129、189、220位。

1997年6月广汽集团成立,广州汽车工业从广州标致合资项目的失败、负债近30亿元的困境中重新起步。在22年的发展过程中,广汽集团在成功的合资合作基础上发展起自主品牌事业。

回顾目前市场上的多家国产车企,也已拥有多年的发展历史,并在汽车市场上占有一席之地。1978年,面对改革开放的历史性契机,长安汽车开启“军转民”,启动了第一次创业,1984年第一辆长安微车走

下生产线。据了解,2014年长安系中国品牌汽车产销就已累计突破1000万辆,成为第一家跨入“千万俱乐部”的中国品牌。小康股份成立于1986年,发展至今已形成集汽车整车、发动机、汽车零部件的自主研发、制造、销售及服务于一体的完整产业链。小康股份方面提到,“三十多年来,国内汽车市场可以说是从无到有,从小到大,从保护到开放,产业、企业、产品、技术等各个方面取得长足进步,目前稳居全球汽车产销量的第一位。”

此外,比亚迪成立于1995年2月,随后在2003年1月比亚迪收购

2780.9万辆和2808.1万辆,连续10年蝉联全球第一。

在历史的进程中,广州汽车集团股份有限公司(601238.SH,以下简称“广汽集团”)、比亚迪股份有限公司(002594.SZ,以下简称“比亚迪”)、重庆长安汽车股份有

限公司(000625.SZ,以下简称“长安汽车”)等车企顺应时代谋求发展,在不断变革中保持活力。近几年,多家造车新势力也如雨后春笋般相继涌现在汽车市场之中,给中国汽车市场发展注入新活力。

西安秦川汽车,创立比亚迪汽车有限公司,正式进入汽车行业。2010年9月,启辰品牌宣告成立;2017年2月正式脱离东风日产,开启了品牌“单飞”之路。

而在近几年,造车新势力的出现更是为国内汽车行业注入了新活力。对于“新旧势力”的看法,小鹏汽车方面认为,造车新势力的出现带来了许多创新,给汽车行业带来一些新的思考。新特汽车CEO先越提到,站在未来看现在,实际上造车新势力和传统车企各有优缺点,未来有可能会是传统车企和造车新势力的融合发展。

不仅如此,9月12日,贵阳市公安局交通管理局发布公告称,单位和个人办理机动车登记不再需要取得指标。而这意味着贵阳成为全国9个实施限购省市中的首个取消限购的城市。

9月4日,国务院办公厅印发了《关于加快发展流通促进商业消费的意见》,商务部等部门正在深入开展相关调研,广泛征求汽车行业企业的意见,将会同研究有针对性的政策措施,并适时出台,支持汽车产业高质量发展。中汽协方面认为,国家的有关政策和举措将有助于缓解汽车行业的下行压力,对我国汽车消费起到很好的促进作用。

判断2021年中国新能源汽车将进入以市场驱动的快速发展阶段。”其实自2019年来,相关政策的出台实施一直为国内汽车行业发展“保驾护航”,为遇冷车市“暖场”。2019年初,国家发改委、工信部、财政部等十部委联合印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,提出“促进农村汽车更新换代”等六项举措,在业内人士看来,这意味着时隔10年,“汽车下乡”刺激政策措施重启。

2019年6月以来,国内多个城市开始放宽限购,其中广州和深圳打响了国内放宽限购的第一枪。

西安秦川汽车,创立比亚迪汽车有限公司,正式进入汽车行业。2010年9月,启辰品牌宣告成立;2017年2月正式脱离东风日产,开启了品牌“单飞”之路。

而在近几年,造车新势力的出现更是为国内汽车行业注入了新活力。对于“新旧势力”的看法,小鹏汽车方面认为,造车新势力的出现带来了许多创新,给汽车行业带来一些新的思考。新特汽车CEO先越提到,站在未来看现在,实际上造车新势力和传统车企各有优缺点,未来有可能会是传统车企和造车新势力的融合发展。

不仅如此,9月12日,贵阳市公安局交通管理局发布公告称,单位和个人办理机动车登记不再需要取得指标。而这意味着贵阳成为全国9个实施限购省市中的首个取消限购的城市。

9月4日,国务院办公厅印发了《关于加快发展流通促进商业消费的意见》,商务部等部门正在深入开展相关调研,广泛征求汽车行业企业的意见,将会同研究有针对性的政策措施,并适时出台,支持汽车产业高质量发展。中汽协方面认为,国家的有关政策和举措将有助于缓解汽车行业的下行压力,对我国汽车消费起到很好的促进作用。

判断2021年中国新能源汽车将进入以市场驱动的快速发展阶段。”其实自2019年来,相关政策的出台实施一直为国内汽车行业发展“保驾护航”,为遇冷车市“暖场”。2019年初,国家发改委、工信部、财政部等十部委联合印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,提出“促进农村汽车更新换代”等六项举措,在业内人士看来,这意味着时隔10年,“汽车下乡”刺激政策措施重启。

2019年6月以来,国内多个城市开始放宽限购,其中广州和深圳打响了国内放宽限购的第一枪。



近日,广汽传祺全新一代传祺GA6正式上市。

本报资料室/图

## 智能网联成下一战场

近年来,汽车智能化成为行业发展趋势。比亚迪董事长兼总裁王传福曾表示:“电动化是汽车变革的上半场,下半场将是智能化。”

从目前市场情况来看,在汽车行业电动化、网联化、智能化、共享化“新四化”浪潮下,汽车产业同步迎来变革。

近年来,汽车智能化成为行业发展趋势。比亚迪董事长兼总裁王传福曾表示:“电动化是汽车变革的上半场,下半场将是智能化。”小鹏汽车方面也提到,新能源汽车不等于下一个汽车时代,智能汽车(AI)才是下一个汽车时代的水分岭。

从各车企的智能网联布局上来看,2018年4月,比亚迪发布DiLink智能网联系统。近日在华为开发者大会上,比亚迪DiLink携手HUAWEI AI PASS率先推出手机NFC车钥匙。

除此以外,长安汽车先后启动了北斗天枢智能化战略、香格里拉新能源战略,目前两大战略正在持续推进当中。长安汽车方面表示,新时代下长安汽车加快实施第三次创业——创新创业计划。

小康股份方面也直言,目前正朝着智能电动方向转型,立志成为“全球智能汽车品牌企业”,

已经开启了小康集团的第三次创业,积极投身智能电动汽车领域,全新智能电动汽车品牌SERES(赛力斯)应运而生。此外在2019年上海车展上,东风启辰也发布了“启明星计划”,聚焦全新EV车型,以“高品智”和“趣生态”带来一整套纯电出行生态解决方案。

而提起智能网联,则不得不提起为市场注入新鲜血液的造车新势力。小鹏G3在2018年12月正式上市,围绕AI能力、自动辅助驾驶能力、远程管理和操作系统四个维度构建全方位的智能体验,并通过整车OTA升级服务赋予车辆不断迭代进化的能力。

新特汽车也加入基于Linux内核的车机系统平台AGL,并独立自主研发D-OS智能车联网系统。

对于未来国产车企的发展,小鹏汽车方面提到,2017年前十大汽车企业收入全部过1000亿美元,市场规模够大,但中国只有一家企业上榜。相信未来十年以后,中国一定会有更多的汽车企业会在前十、前二十的榜单里。

## 多业绩指标趋向健康 车好多集团施展规模与效益“平衡术”

# 精细化运营驱动规模与效益双增 瓜子二手车有望四季度实现盈利

在成立四周年之际,车好多集团CEO杨浩涌发表的一封内部信,让业内外看到了二手车市场的明朗未来。

内部信中,杨浩涌透露了多个利好消息:今年上半年,瓜子严选营收同比增长207%,毛豆营收同比增长238%,瓜子养车订单量半年内增长165%。规模增长的同时,车好多旗下瓜子二手车和毛豆新车亏损也大幅收窄,按照目前的态势预测,瓜子、毛豆的主营业务将在今年四季度实现整体盈利。

在国内车市“阴霾”尚未消散的当下,车好多的逆势增长可以说打破了行业困局,从亏损到盈利的跳跃也证明了其业务模式的正确,以及在精细化运营道路上的成功。根据规划,未来,车好多集团还将从五个方面继续突破,包括持续广告投放收割市场、增加二手车全国购开放平台、创新底层技术,推动行业的升级重构等。

“四年是一个商业创新的生死期,创业四年,我们取得了阶段性的领先。”在杨浩涌看来,过去,车好多用规模化跑赢了竞争,今天,最大的威胁来自自己,在互联网背景下,集团的战略核心将聚焦于为用户创造价值的高质量增长。

## “寒冬”中逆市上扬

自2018年以来,狂奔了十年之久的中国车市开始显现疲态,根据进入2019年亦未有所好转。根据中汽协最新数据,今年1~8月,汽车累计产销量分别为1593.9万辆和1610.4万辆,比上年同期分别下降12.1%和11%。中汽协副秘书长顾建华预计,2019年全年汽车销量将会下滑5%。

不过,在汽车市场整体下行背景下,二手车市场仍保持增长趋势,体现出了二手车的抗周期性优势。据中国汽车流通协会数据显示,2019年上半年我国累计完成交易二手车686.2万辆,累计同比增长3.93%,交易金额为4336.09亿元。

这其中,车好多集团的表现可圈可点。经过近4年的发展,旗下瓜子二手车营收能力不断增强;瓜子二手车、毛豆新车、瓜子金融、瓜子养车等形成的业务生态合力也已逐步显现。2019年上半年统计数据,瓜子严选营收同比增长207%,毛豆营收同比增长238%,瓜子养车订单量6月与1月相比增长165%。

此外,杨浩涌在内部信中透露,集团整体财务模型更趋健康,瓜子和毛豆的主营业务亏损均大幅收窄,有望在今年四季度实现整体盈利。

在资金储备方面,今年2月份,车好多集团完成了15亿美元D轮融资后,累计融资金额已达38亿美元,这将为集团后续加强产品技术研发投入、发展新业务及加强市场营销准备了充足的“粮草”。

而在用户规模上,根据极光等第三方监测数据,今年8月,车好多旗下瓜子二手车APP月均日活数约是行业第二名的3倍以上,旗下毛豆新车APP月活用户数约是行业第二名的2.6倍。另据易观千帆数据显示,2019年7月,瓜子二手车APP的行业独占率达36.15%,是第二名的近7倍。汽车分析师任万付指出,从去年开始,整个二手车行业经历了很大的波动,大多数二手车电商结束了“烧钱”模式,通过调整人员、业务、组织架构等方式,在

支出上做到了较好的控制,瓜子二手车亦如此,因此今年上半年在财务数据上更趋健康。当前,中国汽车市场已经进入换购阶段,二手车市场潜力巨大,可以预见的是,车好多集团在二手车业务上依旧前景可期。

## “规模化+精细化”并举

事实上,车好多集团财务的趋向健康归功于企业在做大规模后,向精细化运营模式的转变。在成立之初,二手车、新车领域均处于激烈的市场竞争阶段,车好多集团用大规模的广告投入“点燃”行业,快速开拓了市场。数据显示,瓜子二手车正式上线后,仅用了10个月的时间,就将业务版图扩张到了40座城市,累计交易额突破10亿元。

不过,在“野蛮生长”的同时,市场上有关二手车电商平台“难解口碑痛点、绕不过盈利坎”等质疑声也越来越多。这让车好多方面意识到,在二手车电商行业竞争基本结束、新车电商行业进入稳定发展的阶段,由追求规模化的粗放式管理迈向逐步追求利润、追求用户体验、追求市场份额的精细化运营成为必然。

因此,在向精细化运营管理模式转变过程中,车好多集团做出了一系列努力,体现在营销、服务、价格、战略等各个方面。

杨浩涌在内部信透露,接下来,在精细化运营方面将重点推出二手车“全国购开放平台”,接入第三方商户,与现有的个人车源形成有效补充,更好地满足用户多样化的购车需求,打造二手车业务新增长曲线。

搭建开放平台,走向合作共赢,是已被证明的行业、升级的普遍规律。从历史经验来

看,其他企业也均经历了这一发展路径。

国家相关部门研究员许伟认为,瓜子二手车推出“全国购开放平台”,是二手车交易平台发展模式的重大升级,通过开放平台赋能其他车商,输出自己在二手车流通领域全产业链服务能力,不仅能更为广泛地触达更多潜在交易主体,更做大了二手车交易相关行业的蛋糕。

值得注意的是,任万付指出,从自营迈向开放平台并非说做就能做,对平台的自身实力要求很高。“两个关键要素,第一平台要有很高的流量,可以帮助第三方车商缩短库存周期,第二能够帮助车商找到更好的买家。在这两个方面,瓜子二手车具有独特的优势。”

在汽车互联网行业资深分析师、中欧国际工商学院案例研究员钱文颖看来,瓜子二手车经过几年的发展,逐步构建完善了信息基础设施能力,经过海量数据训练的人工智能对一车一况的二手车估价准确率已经远远超过人工估价;也逐步提高了实体基础设施能力,能够为消费者提供从交易到金融、保险、维修保养等一揽子服务,这些能力可以帮助车商提升运营效率和竞争能力。

## 多举措推进高质量发展

瓜子二手车推出的全国购开放平台只是车好多集团针对未来发展落地策略的一部分,杨浩涌在内部信中提到,集团的战略核心是为用户创造价值的高质量增长。

如何进一步实现?首先,与目前多家知名二手车及新车平台在广告投放上不断收紧的策



略不同,杨浩涌提出,接下来,车好多还将继续持续广告投放,收割市场。

9月中旬,毛豆启动旺季广告投放,激活下沉市场的“金九银十”;10月初,瓜子代言人除孙红雷以外,考虑到年轻用户增多,将新增一位代言人,推出全新广告片,借力新代言人在年轻用户群体中的人气,瓜子将与之携手深入更年轻二手车消费市场,挖掘更多样用户群体。

其次,利用底层技术的创新推动行业升级重构。瓜子二手车原来的“严选模式”采取标准服务费定价模式,曾对克服二手车市场信息不对称发挥了巨大作用。但随着市场进一步发展,标准化逻辑难以满足更广泛用户的多样化需求。在此背景下,瓜子严选将推出“差异化服务费模式”,由一刀切的固定服务费调整至根据不同车辆因素和不同市场环境变化的差异化服务费,最终为用户提供更具竞争力的价格,丰富长尾车源。

此外,杨浩涌透露,毛豆新车将在直租模式之外,增加以旧换新、回租、长租等业务模式,同时继续推动服务下沉,覆盖至全国600多个县级城市,充分满足下沉

市场用户的多样需求。

瓜子养车作为集团的第三条增长曲线,此前完成了对瓜子、毛豆业务及用户服务的有力支持,同时,在经营模式和营收层面都获得了可喜的突破。未来,在这一领域,将继续深耕细作,打破后服务市场缺乏规模化、标准化服务的现状。

为更好地实现精细化运营,在组织提效、团队升级方面,今年3月份,车好多组织部在去华为学习后获得很大启发,作为30多年的本土公司,华为在引入科学的管理机制上投入了大量的财力和人力。因此,7月份,车好多集团邀请了知名咨询公司进驻,全线梳理。未来,还将推行去臃肿、去官僚、去复杂化,提升组织的效能;优化现有门店体系,建立科学的运营逻辑;提升员工服务素养及多元服务能力,缩减复杂流程,为用户提供更优质的服务。

“兵无常势,水无常形。创业的最大乐趣在于对未知的探索,今天的瓜子不是昨天的瓜子,明天的毛豆也不是今天的毛豆;市场激烈的变化,活在舒适区,就没有机会成为一家伟大的公司。”杨浩涌说道。