

因租赁合同纠纷身陷多起法律诉讼

被指“套路营销” 花生好车迎急速扩张之痛？

本报记者 陈茂利 北京报道

从“蜜月期”到通过法院诉讼解决纠纷，花生好车平台与曾热情追捧过它的消费者到底经历了什么？

近日，《中国经营报》记者独家从花生好车消费者方面了解到，在从花生好车购车后，他们感到受到了商家的“欺骗”决定起诉花生好

车平台。
“我们准备联名起诉。”山东的梁先生告诉记者，“我之前是花生好车的门店经理，在门店买了辆二手车，是成都门店收回来的。今年审车的时候发现有两条成都那

记者通过天眼查查询发现，截至目前，花生好车所属捷众普惠国际融资租赁有限公司(以下简称“捷众普惠”)有121条自身风险，282条周边风险。其中，因租赁合同纠纷，捷众普惠身陷多起法律诉讼，同时有多家子公司被列入异常经营名录。

记者从花生好车内部拿到的一份名为“聚能计划项目”培训资

料中看到，花生好车刻意设置销售话术“圈套”，让消费者“入套”：“我们应铭记客户要的不是真正的占便宜，而是感觉上占了便宜，满足他占便宜的心理。需要‘戏精’出马，配合团队，其利断金”。

对于上述情况，花生好车某主管在接受记者采访时表示，企业在快速扩张期，或可能出现相关问题，正在了解解决。

“隐患”：40个月开设500家直营门店

记者在黑猫投诉平台、新浪微博、百度贴吧等网络平台看到，有很多消费者投诉花生好车。

“1成首付开新车，月租千元，先用后买，终身服务。”花生好车成立于2015年11月，隶属于捷众普惠，总部设立在北京，是一家“标榜”为用户提供“先用后买，终身服务”的汽车新零售平台。

根据花生好车官网信息，截至2018年10月份，该平台已经完成了天使轮、A轮融资投资，B轮融资

其中，2018年10月完成的2.1亿美元B轮融资，由凯欣资本领投，高盛跟投，老股东京东数科、峰瑞资本本轮继续加持。

记者梳理发现，从2015年11月创立，到2019年3月，花生好车用了40个月在全国铺设了500多家直营门店，平均每个月开设直营店面12.5家。

3年多时间，在全国400多个城市开设500多家直营门店，花生好车创造了业内惊人的“开店速度”。与此同时，花生好车的经营问题也逐渐暴露出来。

花生好车联合创始人陈鹏云曾表示，“花生好车的客户群体定位为三四五线、中西部的小镇青年。这类人群尽管没太多存

款，但目前未来的收入稳定，租租模式某种意义上是把他们的消费提前。”

但记者关注到，花生好车与消费者的矛盾也越来越多，极速扩张后的隐患逐步凸显。记者在黑猫投诉平台、新浪微博、百度贴吧等网络平台看到，有很多消费者投诉花生好车。

“纠纷”：与消费者、平台方发生几十起诉讼

花生好车销售门店会利用“信息不对称”和创造紧张的氛围促使消费者购车。

除了消费者将矛头指向花生好车，花生好车所属公司捷众普惠还陷入了多起诉讼纠纷。

记者通过天眼查查询发现，花生好车所属公司捷众普惠有50多起法律诉讼案由是“融资租赁纠纷”。仔细研读这些案件的法律文书可以发现一些特点，一些融资租赁纠纷发生的主要原因是融资租赁平台在售前、售中、售后过程中业务表述不清楚。

具体来说，由于承租人、回购人存在认识误区，导致产生履约瑕疵和争议。

对于认识误区，有业内人士告诉记者，花生好车销售门店会利用“信息不对称”和创造紧张的氛围促使消费者购车。

实际上，有多位在花生好车平台购车的消费者向记者反映，在交付购车订金时，自己并没有机会看到全部的合同条款。有消费者反映，自己曾被门店销售催促签订合

同，且并不知道自己签订的是“租赁合同”而不是“购车合同”。

另有多位消费者向记者反映，在扣款当天，收到了来自省内不同城市花生好车门店员工的恐吓、谩骂电话。在消费者提供给记者的一段录音中，花生好车门店销售人员直呼“我们公司不垃圾，我们遇到了垃圾客户，只好用垃圾的办法处理”。

记者关注到，在案号为(2018)云0721民初55号的民事判决书中就发生了“催款”纠纷。

在这起案件中，根据原告捷众普惠的说法，作为被告的消费者在2018年4月12日正式签署了车辆由原告出租的东风悦达起亚K3-2016款1.6L自动，在支付了7期租金后，同年12月1日起便不按时支付租金，被告的行为构成根本违约。

因此捷众普惠请求法院按照双方签订的《融资租赁合同》判令被告向其支付合同罚金、租金(34

天)、违约金累计21447.95元。其中违约金17773.50元。

不过，据被告辩称，在其去花生好车门店解除合同的过程中，其家人曾被原告打电话恐吓，“一般情况下都是每月的1号支付租金，但是原告在每月的1号还没有到(中午)12点就打电话恐吓我家人，催我还款，且不是只打一次，而是几十次地打电话恐吓”。

值得一提的是，因违约金约定过高以及综合本案的案件事实，法院驳回了捷众普惠要求被告支付解约违约金17773.50元的诉请。

与此同时，记者关注到，捷众普惠股东、多家子公司以及投资公司被列入企业经营异常名录。主要原因包含“登记的住所或经营场所无法联系”以及公示企业信息隐瞒真实情况、弄虚作假等。

有知情人士告诉记者，由于融资不畅，花生好车遇到资金链问

题，一些地区的门店在收编，“原来的时候广告上是说400家以上直营门店，现在全国的话大体算下来的话，差不多也就有200多家。就像山东地区，日照、聊城那边还有门店，但青岛有门店关了”。

“套路”：专业话术被指“欺骗式”营销

不少消费者告诉记者，当时自己本着首付低、月供低才选择在花生好车平台购车，开始还款后才发现后面的还款方案越来越离谱。

“2600元的月供都还不上，你还买什么车？”记者从一段录音听到，花生好车负责人指责身在湖北暂时还不上月供的消费者。花生好车方面也向记者表示，可能存在类似情况。

记者梳理发现，不少法律诉讼中，是捷众普惠作为原告起诉在其花生好车门店或天猫旗舰店“购车”的消费者。起诉的主要原因是消费者出现了“不按合同约定还款”的情况。

“业务员推销时，自始至终说的都是低首付贷款买车，到门店签合同同时，从未告知是租车。”李先生告诉记者。与李先生的有同样经历的不在少数，有消费者告诉记者，签订合同之后，买车变租车。

此外，记者从多位消费者了解到，有的消费者觉得4年分期还下比在4S店提车贵4万~6万元，觉得不划算，就索性不还款了。有的消费者由于“还款当日没有扣款成功”，被花生好车门店“暴力催收”，导致关系“破裂”。

“当初看中的是首付低、月租低，后面发现费用太乱，就拿保险来说，保险价格、级别是五花八门。”吴先生告诉记者。

实际上，有这样心理的消费者不在少数。不少消费者告诉记者，当时自己本着首付低、月供低才选择在花生好车平台购车，开

始还款后才发现后面的还款方案越来越离谱。

看中“首付低”，却不知后面有高利息。曾在花生好车门店任职的销售人员告诉记者，“我们有一套教程，通过教程把客户绕进去，不让客户算出来费用高。实际上，利息比在4S店提车高，有的车利息是1分2以上，也有2分的。我知道的，普通4S店银行贷款一般在5厘左右。”

记者在采访中了解到，“高利息”并不是导致花生好车与消费者爆发矛盾的主因。前期销售人员过分强调“低首付、低月租”，故意不提高利息。很多用户在看不到整体的还款方案时会信以为真。后期还款才发现，利息远超过预期。

实际上，花生好车会刻意利用客户心理来达到销售目的。记者从花生好车内部资料中看到，该公司聘请的一位赵姓培训师专门为花生好车总结了“三高、三低、三多、三少”的销售话术，即高品质、高效率、高可靠，低首付、低门槛、低月供，产品车型多、金融方案多、服务保障多，猫腻少、麻烦少、手续少。

记者关注到，上述赵姓老师在与一位门店负责人交流时特别问道，“这两天大家把我去你们店培训过的话术、套路都用起来了没？”



针对销售，花生好车总结了“三高、三低、三多、三少”的话术。花生好车消费者/供图

融资成谜 破产隐忧

博郡汽车创始人黄希鸣的野心与尴尬

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

4月9日，刚完成更名不久的天津一汽夏利汽车股份有限公司(000927.SZ,以下简称“一汽夏利”)发布了2019年年报。

数据显示，一汽夏利2019年实现营收4.29亿元，同比减少61.85%；净利润-14.81亿元，同比下降4068.32%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-15.61亿元，同比下降23.57%。2019年末，公司净资产为-13.9亿元，同比下降1585.65%。

而就在一汽夏利财报发布的前一周，一则有关南京博郡新能源汽车有限公司(以下简称“博郡汽车”)“边申请5亿融资边研究破产法案”的消息在网上盛传。

在投资者互动平台上，便有投资者向一汽夏利董秘提问：“一汽夏利重大资产重组对手方博郡汽车是否正在向天津市政府申请融资的同时也在准备着破产？请问天津市政府会花国家和纳税人的钱来支持天津博郡这个民营企业吗？”

不过，对于此问题，4月9日，一汽夏利董秘并没有直面问题，仅回复投资者称，公司与博郡汽车的重大资产重组实施工作尚在积极推进中。

针对上述消息的真实性，《中国经营报》记者多次拨打博郡汽车官方客服热线，但上述号码已不提供服务。随后记者多次拨打一汽夏利董秘电话，但也始终无人接听。

“缺钱”的博郡汽车

天眼查显示，博郡汽车成立于2016年8月，注册资本1.38亿元，经营范围涵盖了新能源汽车及零部件研发、制造、销售、技术服务、技术转让、技术咨询；自营和代理各类商品及技术的进出口业务(国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。

与蔚来汽车、理想汽车、小鹏汽车等互联网出身的创始人不同，黄希鸣曾就职于福特、通用等大型汽车公司10余年，致力于车型和整车性能开发、底盘设计、调校等领域，有着丰富的行业从业经历。

众所周知，造车需要巨额的资金投入。梳理博郡汽车的融资历程可发现，自其诞生以来，频频获得地方政府的青睐，这其

中包括南京、淮安、上海三个地方政府。

受地方政府青睐的同时，作为投资回报，博郡汽车先后在南京、淮安、上海投资建厂。具体来看，在成立之年，博郡汽车便宣布将投资100亿元，在南京浦口经济技术开发区建设纯电动整车制造基地，两期项目建成后总产能将达到30万辆。

2017年7月，博郡汽车旗下投资公司思迅新能源落户淮安高新区，项目总投资额约50亿元人民币，一期投资约为20亿元，工厂建成之后可年产10万辆新能源汽车。

2018年11月，博郡汽车再次宣布将与上海临港经济发展(集团)有限公司、临港产业区公司签署三方战略合作协议，在临港产

业区兴建博郡汽车新生产基地，总投资规模约35亿元。

毫无疑问，多地投资建厂势必会耗费博郡汽车大量的资金。博郡汽车的资金短板也开始显现。数据显示，截至2018年末，南京博郡的总资产约5.5亿元，净资产为0.57亿元；2018年度营业收入为0.57亿元，净利润为-4.79亿元。

至此，多米诺骨牌效应出现，2019年5月，博郡汽车被曝出取消员工2018年年年终奖，虽然博郡汽车方面对此事予以否认。但在今年1月份，来自北京北斗星通导航技术股份有限公司(以下简称“北斗星通”)的《关于2019年度业绩预告商誉及资产减值风险提示性公告》，还是将博郡汽车的资金问题摊到明面上。

公告内容显示，博郡汽车应收账款减值约617万元，由于博郡汽车资金链紧张，整车整体项目目前均处于停工状态，所欠北斗星通应收账款从2019年7月开始逾期，屡次未按照约定回款，从博郡汽车的经营状况判断，回款可能性很小，北斗星通已对其所欠应收账款计提了减值准备。

而后今年3月上旬，一份天津博郡汽车有限公司下发的《关于工资延迟发放的通知》在网上盛传，因公司股东方博郡汽车意向的政府投资未能如期到位，导致运营资金延迟到位，故全体员工当月工资延期发放。

除去身陷欠薪泥潭外，博郡汽车的高层架构开始动荡，有数位高管先后离职。这其中包括，

博郡汽车市场营销和销售副总裁陈曦离职，加盟奇瑞汽车EXEED星途品牌；博郡汽车市场传播总裁张震离职；博郡002号员工、营销副总裁张天离职。

天眼查信息显示，成立至今，博郡汽车共进行了6轮融资，除了在2019年6月，公布了由浦口高投、园兴投资、银鞍资本等投资的25亿元外，其余5次的具体融资数额均未对外披露。

彼时有报道称，博郡最新一次的25亿元融资并未完全到位。对此，当时博郡汽车相关负责人回复记者称，本轮融资实际落实情况良好，投资资金也在按照相关协议的规定陆续到位。截至目前，博郡汽车再未有融资的进展公布，25亿元到账情况成谜。

“尴尬”的一汽夏利

众所周知，于造车新势力而言，获得造车生产资质，是人局造车业首要解决的问题之一。为此，博郡汽车选择“牵手”一汽夏利，在天津合资成立了天津博郡汽车有限公司(以下简称“天津博郡”)，并于2019年11月20日取得了营业执照。

资料显示，在上述合作中，博郡汽车以20.34亿元现金出资，一汽夏利以整车相关土地、厂房、设备等资产及负债作价5.05亿元出资，双方各持股80.1%、19.9%。

根据此前一汽夏利与博郡汽车双方签订的《股东协议》的约定，在取得营业执照之日起30日内博郡要完成首期缴付出资10亿元，剩余缴付出资的10.34亿元则需在6个月内完成缴付。

一汽夏利1月14日公布的《关于重大资产重组进展情况的公告》显示，截至2020年1月13日，博郡汽车以货币方式向天津博郡缴付出资1400万元，其他注资资金仍在审批流程中。

对于天津博郡成立后的生产

计划和安排，一汽夏利方面称，主要生产博郡汽车研发的新能源车型。合资公司设立后将立即引入并生产博郡汽车开发的两款新能源产品——iV6和iE3车型。

而iV6便是博郡汽车的首款量产车，已经在2019年上海国际车展上开启预售，并计划于2020年一季度开始交付。不过，截至目前，博郡汽车没有任何的量产、交付信息。博郡汽车相关负责人此前告诉记者，博郡iV6的上市计划没有变化，博郡将努力确保2020年上半年实

现首款车型的预售，并实现交付。

今年3月12日，一汽夏利发布公告称，企业名称和法人代表完成变更，企业名称变更为“天津博郡汽车有限公司”，法人代表变更为“HUANG XIMING”。

当前一汽夏利的状况并不乐观。4月9日，在发布年报的同时，一汽夏利发布公告，因公司2019年期末净资产为-13.9亿元，公司股票交易自4月10日起将被深圳证券交易所实行退市风险警示，股票简称将由“一汽夏利”变更为

“*ST夏利”，4月9日停牌一天，4月10日复牌。

3月12日，蓝鲸财经报道，黄希鸣正在努力找钱，苦守天津政府两周，希望得到当地政府的

支持。但能否获得天津政府的出手相助，目前来看还是未知数。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树曾向记者表示，今年对新势力来说，融资的话难度比较大。目前，地方政府对融资也越来越谨慎，且对车企量产化有更高的要求。