

库存周期超两个月 多地二手车市场销售平淡

本报记者 尹丽梅 童海华 成都报道

尽管车市已进入一年一度的“金九银十”销售旺季,但是作为车市消费重要一环的二手车市场却呈现出不一样的“风景”:多地二手车市场销售平淡,未见明显起色。

近日,《中国经营报》记者实地探访成都市多家二手车交易市场了解到,虽然有“双节”加持,但是二手车市场需求仍然不及预期,成交量也打了不少折扣。记者在成都市宏盟二手车交易市场看到,虽然市场上“挤

二手车没有“金九银十”

收一台十多万的车利润比以前要低几千元,为了回笼资金,只能选择少赚点。

“‘金九银十’对于二手车行业来说已是老观念了。现在,工作日市场内的客流量少,周末也跟工作日差不多。”10月11日下午,有着十余年二手车销售经历的吴鹏一边擦拭着展车一边对记者说道。

正如吴鹏所言,虽然正处于“金九银十”期间,但成都市宏盟二手车交易市场并未有明显的客流增长。宏盟二手车交易市场的规模并不小,官网信息显示,宏盟二手车交易市场驻场商户超800余家,展车规模12000余辆,涵盖豪华档、高中低档海量车型,是全国二手车交易市场标杆,荣膺2023年度二手车交易市场百强排行榜第一名。

“一个车位一个月的租金是1000多元,我们店里有10台车,我们现在一个月只能卖出去5台车,卖不到5台车就会亏损。生意不好做,我们现在收的车没有以前多了。一般来说,9万元以内的车比较好卖,但是这个也说不准,运气好的车刚买回来就卖了,运气不好放几个月都卖不掉。”吴鹏告诉记者。

满”了展车,但来看车的客户却寥寥无几。记者在走访中看到,虽然有一些销售人员会主动询问购车意向,但有不少二手车门店的销售人员或蹲在地上或坐在椅子上,低头玩手机,即便偶尔有看车的客户经过,也未起身招徕顾客。

“现在二手车没有‘金九银十’。国庆节期间,我们的成交量比去年减少了三分之一。今年大趋势是大家都没钱,7月份之前我们的生意都还不错,8月份开始就比较差了,9、10月份也没达到预期效果,现在人流量很少。”成都

吴鹏补充道:“现在一台车从买进来卖出去,周期要一个多月。以前,超过一个月就算库存车,2019年~2021年大概半个月或者二十天左右就可以周转出去。今年比较‘恼火’,有些车要两个多月才能卖出去,同时利润也不如从前。现在我们的利润要比以前低得多,收一台十多万的车利润比以前要低几千元。没办法,为了回笼资金,只能选择少赚点。”

1800多公里外的刘涛(化名)与吴鹏有着相似的感受。刘涛是北京花乡二手车市场的一位二手车商,刘涛告诉记者:“年初的时候,很多人预计今年市场应该还可以,但实际上今年的生意并不好做,没有2019年的时候市场行情好。现在来看车的客户消费更加理性了,成交量比较少,车商利润也被削弱了,‘金九银十’期间也是如此。”

同在一线城市广州从事二手车销售的车商陈波(化名)也告诉记者:“今年中秋、国庆期间的二手车交易相对而言比较低迷,市场上看车的消费者观望、询价的多,有订购意向的少,车商利润普遍不如从前,

鸿友川贸易有限公司合伙人吴鹏在接受记者采访时说道。

成都二手车市场的情况并非个例。记者注意到,10月7日,中国汽车流通协会发布最新一期“中国二手车经理人指数”(UCMI)。本期UCMI结果显示,9月份二手车经理人指数为48.7%,相比8月份上升8.4个百分点,仍处于荣枯线以下,二手车市场表现一般。记者了解到,二手车经理人指数以50%作为二手车市场表现强弱的分界点(荣枯线)。高于50%,表示二手车市场需求扩张,景气度高;低于

50%,则表示二手车市场需求疲软,景气度低。

针对当前二手车市场出现的“冷淡”行情,中国汽车流通协会有形市场分会常务副理事长苏晖在采访中向记者分析道:“二手车市场不景气的一个重要原因是,消费者购买力出现了下滑。与此同时,虽然近两年二手车领域出台了诸多政策,但是由于市场复杂,不少政策落不了地,没有得到有效执行。此外,二手车最核心的问题是在全行业建立诚信体制,但目前诚信机制尚未真正建立起来。”



虽然市场上“挤满”了展车,但来看车的客户寥寥无几。

本报资料室/图

能坚持做下去的就已经不错了。”

吴鹏以在二手车市场备受追捧的A+级两厢车市场的经典车型——上汽大众Polo为例给记者算了一笔账:“2017年销售出去的高配版1.6T Polo,我今年收来的价格是53000元,洗车、抛光整备好,上好户后卖给消费者56000元,也只能挣1000块钱。虽然利润不多,但是遇到有意向的客户我们也会选择尽快卖出去,因为市场这么大,Polo这款车也比较多,你不卖别人就卖了,市场竞争激烈。而在以前,有的国产车我

们能有5000元的利润。”

终端市场的感受与统计数据趋于一致。根据本期UCMI的统计数据,9月份二手车库存量基本持平、库存周转时间有所增加。其中认为库存量“持平”的二手车经理人比例为52.2%,认为库存周转时间“增加”的二手车经理人比例为56.6%。在接受调查的二手车经理人中,有三成表示2023年9月份资金流况下降10%,同时有七成的二手车经理人预计10月份资金流况将与9月基本持平。

另辟蹊径寻出路

二手车最核心的问题是要在全行业建立诚信机制,政府部门也应该参与进来。

对于二手车市场而言,消费需求不足是当前困扰二手车市场发展的主要因素。而要如何走出当前市场需求不足的周期,是摆在二手车行业面前的一道难以回避的难题。

记者关注到,无论是二手车商、线上二手车平台还是政府均已抛出破题思路。

其中,二手车商选择拓宽渠道,以加快周转,拓宽渠道的方式包括进行网上直播等。

记者在成都市多家二手车市场看到,不少有较大规模的二手车门店都有专人在进行直播卖车,有门店同时在直播卖车的人员多达3人。通过直播,可以吸引人气,实现线下门店的交易转化。

“为化解市场压力,我们正在做资源车业务,也就是把新车拿来上户后卖,卖价相比4S店大概有2万~3万元的差价,跟新车的质保是一样的,也是由4S店提供质保。”一家规模不大的二手车商负责人在采访中告诉记者:“我们是在省外拿的新车,我们已经卖了好多台,卖的车型包括奥迪A6等。这种业务在二手车商中并不是普遍存在的,而是有渠道的车商才能做。”

随着二手车市场转向买方市场,消费者更希望能准确透明地了解欲购车辆的车况。为了抢食市场“蛋糕”,线上二手车平台已针对这一痛点祭出了自己的撒手锏。

记者了解到,9月15日,天天拍车正式推出“天天拍车认证报告”质保产品,通过天天拍车官方检测等验车和平安保险等举措保障二手车车况的充分透明。与此同时,上个月底,瓜子二手车推出了“先试7天再买车”的新服务,即提供7天450公里的试驾体验,试驾期间平台居间保管车款,试驾满意后再将车款打给商家、办理过户。

“瓜子二手车与天天拍车的思路和尝试毫无疑问是正确的。二手车最核心的问题是要在全行业建立诚信机制,政府部门也应该参与进来,出台相关政策,帮助行业建立起诚信机制。譬如,在二手车恢复商品属性后,二手车商一旦开

继理想、问界后小米押注增程赛道 增程技术渐成主流?

本报记者 陈茂利 北京报道

小米造车一直备受市场关注,近日,一则小米汽车招聘增程系统设计开发工程师的招聘启事引发行业热议:小米也要“上马”增程。

小米汽车成为增程技术路线的拥趸并不令人意外。先行者理想、问界(华为、赛力斯)已经凭借先发优势吃了一波红利。今年以来,岚图、哪吒、零跑、深蓝等新能源品牌相继切入增程赛道。

在业内人士看来,增程式技术路线尽管被认为“不先进”,但消费者却用“真金白银”投了票,理想、问界、零跑打造的增程产品市场反响很不错。

“增程技术能解决用户当下的痛(选纯电汽车,担心续航和充电,选燃油车,担心油价上浮,选增程式汽车或插电混动汽车,至少可油可电),在新能源汽车普及的过渡阶段是汽车厂商可选的解决方案。在这方面,理想汽车L系列的异军突起,问界M系列的奋起直追,都为汽车厂商布局增程产品提供了有力的背书。”企业转型专家、“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚在接受《中国经营报》记者采访时表示。

增程式技术路线是否因为被更多厂商所青睐而成为主流技术路线尚难论定,但对于未来5~10年有多大的增长空间,业内人士多认为,将取决于电池技术的进步和高压充电桩的布局情况。

小米汽车切入增程赛道

目标“未来进入全球前五”的小米汽车最近传出要“上马”增程的消息。

记者从小米招聘官网看到,小米发布了一条增程系统设计开发工程师招聘启事,从职位描述中可以看到,该岗位主要负责增程系统的设计开发和试验验证,负责推动供应商按要求完成增程系统的开发、验证、验收,负责对增程系统全

涌入多家“拥趸”

插电式混动技术和增程式技术谁更先进?插混派、增程派谁也不服谁。但无论是插电式混动产品,还是增程产品都在用销量证明自身的价值。

目前,混动市场中,以比亚迪、长城、长安、吉利为代表的插混派拿到了混动市场多数市场份额。以理想、问界为代表的增程派市场占有率在不断提升。

今年上半年,中国新能源车市场整体销量294.36万辆,同比增长40.4%,其中,纯电动车销量200.6万辆,同比增长22.25%;而插混+增程车型销量93.5万辆,同比增长

增程市场有可观的增长空间

今年以来多家车企宣布进入增程赛道,未来增程市场有多大的增长空间,能否成为主流技术路线之一?

杨继刚认为,就乘用车市场而言,增程技术产品的增量空间大小,取决于两个关键因素:一是纯电动车的续航里程,二是充电站及高压充电桩的市场布局。

生命周期内的开发和交付工作等。

基于这一招聘信息,以及此前小米公布的信息:小米汽车首款车型为纯电车型,业内多猜测,小米汽车第二款车可能为增程产品,或者为首款车型的增程版本。

从小米自身来说,纯电、增程同时布局或是基于销量目标达成的考量。小米创始人兼CEO雷军为小米汽车定下的目标是:2024年

105.73%,是纯电动车型增长幅度的5倍之多。

可观的增长引来更多的厂商押注。哪吒、零跑、深蓝、岚图等新能源品牌相继切入增程赛道。另外市场传出,小鹏疑似正在开发增程车型。

为何增程式技术路线受到越来越多的厂商青睐?零跑汽车高级副总裁兼董秘敬华曾公开表示,“成立之初我们是专注于做纯电的,但是随着电池整个上游材料价格的上涨,包括电池成本的上涨,以及用户也反馈纯电还是存在里程焦虑,所以我们在纯电基础上,立项开发了增程。”

“不久的将来,随着电池技术的革新以及电池成本的下降,如果600公里续航里程成为行业标配,那么增程式汽车的一部分增长空间会被稀释。相对于续航,充电才是新能源车主更深的痛,想想看,如果5分钟能充500公里,且充电站像目前的加油站那样普及和方便,续航这个焦虑就没有了,那个时候,选择纯电动汽

发布首款量产车型,此后3年内累计销量90万辆。

年均30万辆的销量对于一个新创汽车品牌来说并不容易,何况是主打纯电的新品牌。作为对比,特斯拉自2003年成立用了16年时间,直到2019年,才实现年销量突破30万辆。目前,蔚来(2014年)、小鹏(2014年)尚未达成这一销量成绩。

敬华介绍,按照计划,零跑汽车两个全新整车平台已在开发中,2025年年底前,零跑开发的所有全新车型上都将同时有纯电和增程的版本。

增程式电动车“可油可电”这一优势帮消费者拿掉了“续航焦虑、充电焦虑”的紧箍,是消费者买单的重要原因。

“对于消费者来说,增程式电动车提供了无与伦比的优点。首先,它提供了超长的续航里程,这意味着城市日常通行中,你可以完全依赖纯电行驶。当用户需要长途出行的时候,增程式电动汽车优势更加

在布局纯电的同时,发力增程,“两条腿”走路将有助于小米汽车达成目标。市场上,增程技术路线通过消费者投票已经证明了自己的存在价值。尽管增程技术“先进与否”一直存在争议,但不妨碍先行者理想、问界凭借先发优势吃了一波红利。

凭借增程式汽车“可油可电”以及精准的用户定位,理想汽车仅

明显,它并不依赖充电设施,可以实现燃油车一样的行驶自由度,这意味着节假日出游完全没有任何焦虑,也没有任何担心。”理想汽车智能及系统部副总裁范皓宇表示。

“增程技术还具有较低的成本和技术门槛,相对于纯电动车而言,更容易被车企接受和推广。”传播星球APP联合创始人由曦向记者指出。

华为常务董事、终端业务CEO、智能汽车解决方案董事长余承东则判断,充电桩的完善与普及还需要时间,增程模式是目前最适合的新能源车模式。

“从近期看,电动车成本偏高、电池成本也偏高,补贴又在下降,所以未来5~10年插电混动和增程车的占比会逐步提升到30%~40%,甚至接近50%都是可能的。”中国科学院院士、清华大学教授欧阳明高表示,“但是中长期看,电池商业模式和传统燃油车的便利性,因此市场上有较大的潜力。”

了发票,他就负有法律责任,就不敢糊弄消费者了。”苏晖说道。

实际上,记者注意到,早在今年7月,国家发改委、工业和信息化部等13部门就曾发布《关于促进汽车消费的若干措施》,其中提到加快培育二手车市场,鼓励汽车领域非保密、非隐私信息向社会开放,提高二手车市场交易信息透明度,完善信用体系。可见,我国多个部门已意识到要解决这一“痛点”。

值得关注的是,针对二手车市场的发展,国家发布的措施不仅于此。今年以来,国家以及多地地方政府大力推动二手车的出口。9月28日,商务部副部长郭婷婷在国新办新闻发布会上透露,准备出台支持二手车出口等方面的政策措施。

在政策鼓励之下,二手车出口已取得不俗成果。数据显示,今年前8个月,天津市二手车累计出口1.1万辆,出口额超过20亿元,同比增加6倍,数量、货值均创下历史新高。今年1~8月,西安市共出口二手车2251台,完成去年全年的5倍,出口金额6343.46万美元(折合人民币约4.64亿元),完成去年全年的4.9倍。

“今年,二手车出口取得了不错的成绩。但我们也要注意,走出去不是一锤子买卖。车卖出去了,还要考虑到后市场怎么办,要注意把控后边的风险,卖到国外的车,后市场售后服务、维修保养都要跟上去,要建立完善、强大的售后服务。”苏晖对记者说道。

中国二手车市场起步晚、存量巨大,建立起完善的发展生态需要全行业的经营。近年来,国家还陆续出台和完善了促进二手车发展的法律法规。当前,随着二手车行业政策的全面落地,尤其是“限迁”“异地提档”等方面的政策松绑,全国二手车统一大市场正加速形成,二手车行业正在向规范化、规模化、品牌化发展。中国汽车流通协会方面认为,预计今年全国二手车交易量将达到1800万辆,实现交易额1.2万亿元。多位受访人士认为,我国二手车市场未来仍然有蓬勃发展的空间。

用39个月的时间便创下了国内造新车势力豪华品牌最快交付30万辆的纪录。今年多个月份销量突破3万辆。

去年7月上市问界M7凭借华为背书和其作为增程产品备受关注。近日,新款问界M7更是热销。数据显示,9月12日,新M7发布至今(10月6日),首销大定超过5万辆。

至于插电式混动技术和增程式技术谁更先进,杨继刚认为,着眼市场,率先跨越鸿沟的一批汽车厂商将吃到红利。“在技术和市场之间存在着一条巨大的鸿沟,鸿沟的这一端,是一些汽车厂家的技术偏见:技术领先,产品才会有竞争力。鸿沟的那一端,是用户视角的买单理由:不选贵(价格贵/技术好/外形酷等等)的,只选对的。哪些汽车厂商会跨越鸿沟?显然,没有销量,一切免谈,而销量的核心是用户买单。从这个角度考虑,所谓增程式技术路线是‘落后技术’是个伪命题,这本质还是厂商视角或者技术视角。”

降,纯电动的优势会越来越明显。我个人的判断是,2030年之后,这两种的占比会逐步降低。”

未来市场充满变数,但眼下,增程产品卖的最好的理想汽车立下Flag,“争取明年四款增程SUV(理想L6—L9)的产品线挑战BBA(奔驰、宝马、奥迪)每个品牌所有车型的销量。”