

新车“以价换量”按下暂停键 二手车市场逐步回暖

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“这款车的车龄虽然比较老，但车况还是比较好的，都是原版原漆的。”8月20日，在上海二手车交易中心二楼展厅，一位二手车商手持手机对着一辆二手车，卖力地做着直播。

中国汽车流通协会发布的数据显示，2024年1—7月，全国二手车累计交易量为1099.23万辆，同比增长6.3%。其中，7月份的交易量为160.94万辆，环比增长5.95%，同

行业逐步走出低谷

二手车市场在经历了一段时间的调整后，正逐步走出低谷，恢复增长动力。

“这几个月都不太好，从4月中旬价格就一直往下掉，基本上是一个星期一个行情。”在二手车行业工作十余年的周升（化名）称：“新车市场的‘价格战’结束，二手车市场行情稍微好一点，如果‘价格战’不结束，二手车的市场行情也不会好，这个月是趋于稳定了。”

对于新车的“价格战”，中国汽车流通协会人士表示，新车市场在二季度经历激烈的“价格战”后，7月成交价格开始企稳，以价换量的规模将有所减小，这一现象将传导至二手车市场，二手车交易价格也将趋于稳定，7月二手车均价为6.51万元，较上月小幅回升了700元。

“价格战”影响有待修复

新车价格的波动也影响了车辆的保值率，使得部分二手车车主产生了惜售心理，从而减少了市场上优质车源的供给。

进入2024年，新车市场“价格战”始终未得停歇，并带来一系列的连锁反应。对于“价格战”带来的影响，文闻告诉记者，新车市场持续的“价格战”，一方面导致消费者观望情绪加重，消费意愿大幅降低，对销量有所影响；另一方面，新车价格的下探，引发二手车价格波动，车商经营利润降低、库存周期激增、资金回笼困难，还伴随着在库车辆的贬值损失。

瓜子二手车相关负责人亦表示，新车市场的价格竞争会导致消费者购买决策上的犹豫不决，在新车和二

比增长2.37%。

对于国内二手车市场7月的表现，中国汽车流通协会人士表示：“7月，二手车市场呈现出复杂多变而又逐步回暖的态势。尽管面临淡季挑战和极端天气的不利影响，但在报废更新政策推动、市场需求增长以及新车市场价格企稳的多重支撑下，二手车市场呈现出积极的复苏迹象。”

8月13日—22日，《中国经营报》记者与多位上海的二手车商交流。他

“新车如果涨价了，二手车后面也要跟着涨价。我们有些车是在新车降价的时候收来的，现在新车涨价的话，我们之前低价收的车就要好卖一点，这对消费者来说也是有利的。”8月20日，在上海二手车交易中心一楼，二手车商何跃（化名）向记者如是坦言，“当然，现在一些新车终端市场的销售价格上涨，我们要去收车的话，收车价格也会相对高一些。”

“前段时间BBA的新车优惠确实还蛮多的。”何跃指着一款标价12万元不到的红色奔驰向记者说道，“这款车我们价格算便宜的。如果想要的话，现在的价格还可以优惠点。”

手车之间观望，导致二手车市场热度下降。此外，新车价格的波动也影响了车辆的保值率，使得部分二手车车主产生了惜售心理，从而减少了市场上优质车源的供给。

不过，上述负责人也告诉记者：“新车‘价格战’虽然对部分消费者产生了影响，但对于原本计划购买二手车的用户来说，也带来了意外的利好。由于保值率的下降，这些用户现在可以更低的价格购买到二手车，特别是在新能源二手车领域，这一价格优势尤为明显。”

对于新车市场“价格战”带来的

影响，张延伟告诉记者：“7月总体表现稳中向好，交易量首先起来了。不管是协会数据，还是平台数据，天天拍车7月总成交量环比增长10.3%。”

“因为天天拍车业务特色是C2B，是二手车上游生产环节，成交量起来表示下游需求在升温，对未来的经营信心在慢慢修复。所以说二手车是经济晴雨表，七、八月是蓄势期，接下来九、十月是大家今年经营收获的关键时期，还有就是年前的出货期。”张延伟说道。

对于7月市场的表现，天天拍车

“之前新车市场的‘价格战’对我们还是有一些影响。现在新车‘价格战’的势头减弱，我们二手车的生意也在慢慢回升，但速度没那么快。”一位进入行业一年多的二手车商直言，“相较于新车，二手车现在就是性价比更高一些，但这个主要还是看车况。”

“现在二手车整体的生意一般般，没有疫情前那么好看。”另一位进入行业十余年的二手车商向记者坦言，“现在很多人买新车都是置换，新车如果不好卖，我们的车源就会减少。”

“我们每天基本都要卖出七八辆，如果是周末的话，来的客户会多一些，那我们就能卖出十几辆。”

影响，张延伟称：“首先肯定是价格上跳水，新车降价必然带动二手车价格波动，二手车经销商为求生存，选择以价换量，以保障资金流动性和回笼。”

张延伟给出了数据，天天拍车平台2023年7月的二手车成交均价是6.34万元，其中燃油车是6.12万元、新能源汽车是8.84万元，而今年7月分别是5.64万元、5.37万元、7.74万元。“从价格上简单对比下，今年在去年的基础上进一步下探，对于二手车买卖双方都带来了损失”。

“这种影响短时间内难以修复，我们作为平台，寄希望于通过全国交

易流通网络和竞拍模式，去帮助卖家找到一个愿意出最高价的买家，反过来帮助买家找到本地相对紧缺或好卖的优质车源，这是我们提供的市场服务，也是我们保持竞争力的优势之一。”张延伟告诉记者，“下半年我们还将加强和汽车之家、平安在汽车服务方面的资源合作，抱团发展。”

记者了解到，除了天天拍车外，为了应对新车市场价格竞争带来的影响，瓜子二手车平台采取了一系列策略来维持竞争力，核心就在于维持二手车的价格优势，以及确保车况透明。

一家只做新能源的二手车商告诉记者，“现在新车的价格慢慢回升，那我们二手车的收车价格自然而然也会偏高一些，都是跟着新车的市场行情走。因为今年上半年新车市场比较‘卷’，新车的优惠幅度比较大，所以我们收过来的二手车的价格整体都是偏低的。”

值得注意的是，中国汽车流通协会发布的数据显示，7月二手车经理人指数为42.2%，同比下降0.3个百分点，环比增长1个百分点，尽管仍处于不景气区间，但市场景气度较上月有所提升。“二手车市场在经历了一段时间的调整后，正逐步走出低谷，恢复增长动力。”

记者了解到，除了天天拍车外，为了应对新车市场价格竞争带来的影响，瓜子二手车平台采取了一系列策略来维持竞争力，核心就在于维持二手车的价格优势，以及确保车况透明。

记者了解到，除了天天拍车外，为了应对新车市场价格竞争带来的影响，瓜子二手车平台采取了一系列策略来维持竞争力，核心就在于维持二手车的价格优势，以及确保车况透明。



上海二手车交易中心的二手车商告诉记者，新车市场“价格战”趋缓，二手车市场行情也逐步向好。 本报资料室/图

“以旧换新”政策刺激消费需求

补贴的增加激发了消费者的购车热情，促进了汽车的更新换代。

虽然正经历“阵痛期”，但二手车行业长期向好的趋势并未改变。7月下旬，国家发展改革委、财政部印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》的通知，统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新。

记者了解到，上述政策的出台也给整个二手车行业的发展带去利好。中国汽车流通协会人士指出，7月下旬，汽车以旧换新政策加力，1000多亿元长期特别国债定向用于汽车以旧换新补贴，将极大地加速汽车消费需求继续释放，也为二手车市场带来了新的发展机遇和增长空间。

“首先，随着老旧车辆的淘汰，市场上将有更多优质的二手车源供消费者选择。一定程度上可以推动车源端增量。其次，政策的实施将带动汽车消费的活跃，为行业的持续发展提供有力支撑。”对于上述政策的出台对二手车行业的影响，文闻向记者如是说道。

瓜子二手车负责人则告诉记者：“补贴的增加激发了消费者的购车热情，促进了汽车的更新换代。这一方面促使更多二手车流入市场，增加了供给；另一方面也让很多潜在用户的购车需求落到实处。两者结合下，包含二手车行业在内的整个汽车消费都将得到极大振兴。”

中国汽车流通协会指出，尽管短期内二手车市场可能仍会受到一些波动和挑战的影响，但从长远视角来看，随着汽车消费市场的不断扩大和消费者对二手车认可度的提高，二手车市场的长期发展趋势仍然保持着向好的态势，为消费者提供更加多样化的购车选择和服务。

“尽管市场存在挑战，但我们对今年二手车市场的发展前景持乐观态度。国家对以旧换新的政策支持旨在促进汽车消费，这一消费热情预计将逐步传导至二手车市场，从而推动整个汽车产业的良性循环。”谈及对今年二手车市场的发展预期，瓜子二手车上述负责人说道。

上市前业绩“变脸”被问询 黄山谷捷“赶考”创业板IPO

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

近年来，新能源汽车在保持高速增长的同时，也带动产业链相关企业加速竞逐资本市场。日前，黄山谷捷股份有限公司（以下简称“黄山谷捷”）IPO过会，拟在创业板上市。

据悉，黄山谷捷是一家专业从事功率半导体模块散热基板研发、生产和销售的国家高新技术企业，产品主要应用于新能源汽车领域，系车规级功率半导体模块散热基板行业的企业。

黄山谷捷此次拟募集5.02亿元用于功率半导体模板散热基

板智能制造及产能提升项目、研发中心建设项目、补充流动资金，拟使用募集资金分别是3.28亿元、0.73亿元、1亿元。

黄山谷捷创业板招股说明书（上会稿）显示，2021年—2023年（以下简称“报告期内”），黄山谷捷的营业收入和净利润实现

双增长。但进入2024年，黄山谷捷业绩出现“变脸”。

8月9日，深圳证券交易所上市审核委员会召开2024年第14次审议会议。上市委会议现场主要问询了黄山谷捷的经营业绩问题，要求其说明未来业绩是否存在进一步下滑风险。

除了业绩下滑的风险被关注外，黄山谷捷还存在招股书内容与公开资料不相符的地方，包括黄山谷捷独立董事、副总经理在内的多名高管，存在任职履历与公开资料相矛盾的地方。

对于公司2024年业绩“变

脸”、信息披露等相关问题，《中国经营报》记者致电并致函黄山谷捷证券事务部。相关负责人在给记者的书面回复中表示，公司已收到采访函，但公司领导工作繁忙，暂时无法抽空接受采访，详情可见公司招股书等公开披露的资料。

上半年营收净利下滑

“2016年以来我国新能源汽车产业整体发展较快，铜针式散热基板作为新能源汽车电机控制器用功率半导体模块重要组成部分，其市场亦发展迅速。”黄山谷捷在招股书中表示。

铜针式散热基板对黄山谷捷至关重要。报告期内，公司铜针式散热基板销售收入分别为1.82亿元、4.02亿元、5.90亿元，占主营业务收入的比例分别为93.48%、96.96%和98.51%。

记者注意到，作为黄山谷捷最主要的收入来源，铜针式散热基板销售收入在逐年增长的同时，也助力黄山谷捷营业收入和净利润实现了双增长。报告期内，黄山谷捷营业收入分别为2.55亿元、5.37亿元、7.59亿元，复合增长率72.37%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为3398.34万元、9671.78万元和1.45亿元，复合增长率106.77%。

2024年，黄山谷捷并未延续业绩的增长态势，第一季度的营业收入和净利双双下滑。相关数据显示，2024年1—3月，黄山谷捷实现营业收入1.40亿元，较上年同期下降9.83%。扣除非经常性损益后归属于母公司

股东的净利润2606.43万元，较上年同期下降8.38%。

为何营业收入在今年一季度出现下滑？黄山谷捷方面解释称，这主要系出口量受海外新能源汽车相关政策影响下滑较快以及新能源汽车市场竞争激烈，公司产品销售价格有所下滑。

除此之外，黄山谷捷还在招股书中表示，公司根据实际经营情况和在手订单，测算预计2024年1—6月营业收入为2.98亿元，同比下降13.07%至9.86%；归属于母公司所有者的净利润为5700万元至5900万元，同比下降15.00%至12.02%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为5300万元至5500万元，同比下降17.65%至14.55%。

对于公司2024年上半年营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润下滑，黄山谷捷方面解释称，是受海外新能源汽车政策调整、产品单价下滑和铜价持续上涨等因素影响。

黄山谷捷在创业板上市的审核中心意见落实函回复中称，随着以新

能源汽车为代表的国内自主品牌汽车的崛起，汽车行业整体竞争趋于激烈，新能源汽车厂商陆续通过主动降价争夺市场份额，下游整车厂商普遍面临较大的价格竞争压力。“整车厂商的降本压力向上传导至零部件供应商，进而导致新能源汽车零部件行业出现产品价格下降。此外，随着车规级功率模块散热基板需求量的快速增加，其他竞争对手逐渐进入，亦给公司经营带来一定挑战。”

记者注意到，报告期内，黄山谷捷核心产品铜针式散热基板销售均价分别为97.63元、95.40元和90.97元，呈下降趋势。此后，受新能源车降价促销等因素影响，2024年1—6月公司核心产品铜针式散热基板平均价格由2023年度的90.97元/件预计下降到86.16元/件。

对于未来业绩是否存在进一步下滑风险，黄山谷捷方面称，如果未来新能源汽车行业政策出现较大不利变化、新能源汽车市场价格竞争加剧、铜价持续上涨等因素进一步导致产品销售单价和毛利率下滑，公司将面临经营业绩下滑的风险。

信息披露或存在瑕疵

在IPO顺利过审的背后，黄山谷捷招股书还存在与公开资料不符的情况，其中便包括多位高管的任职经历。招股书显示，2022年9月至今，程家斌任黄山谷捷副总经理、董事会秘书。

招股书显示，程家斌1996年7月—1997年12月任安徽省宁国双津实业有限公司企管处科员。1998年1月—2002年5月历任安徽飞达实业股份有限公司企管部主管、项目办主任、办公室主任。2002年6月—2012年4月历任安徽中鼎控股（集团）股份有限公司秘书科科长、办公室主任。2012年5月—2013年11月任芜湖夏夏汽车股份有限公司证券事务代表（兼证券事务部部长）。2013年12月—2021年12月任安徽太平洋电缆股份有限公司董事、董事会秘书。2022年1月—9月任谷捷有限（黄山谷捷前身）董事会秘书。

天眼查显示，安徽省宁国双津实业有限公司（现为“安徽双津实业有限公司”）成立时间均为1997年12月，安徽飞达实业股份

有限公司（现为“安徽飞达实业有限公司”）成立时间为2003年1月，这意味着程家斌在上述两家公司开始任职的时间，这两家公司还未成立。

黄山谷捷副总经理罗仁棠也是如此。招股书显示，2003年11月—2010年11月，罗仁棠任江苏昆山通用锁具有限公司质量经理。但天眼查显示，该公司成立于2004年10月。

黄山谷捷独立董事徐冬梅也有上述经历。招股书显示，徐冬梅2003年7月—2005年7月任大连华录影音实业有限公司营销部部长。但天眼查显示，该公司成立于2003年12月。

值得注意的是，除了招股书中披露的内容与公开资料不符受到外界广泛关注外，黄山谷捷在报告期内对研发的投入也备受外界关注。招股书显示，黄山谷捷研发费用分别为494.09万元、1234.41万元、1840.03万元，分别占当期营业收入的1.93%、2.3%、2.42%。

对于2022年、2023年公司研

发费用分别较上年增幅149.84%、49.06%，黄山谷捷方面解释称：“主要系随着公司客户需求增加，公司加大了新产品、新工艺方面的研发投入，以及为满足公司研发的需求，公司加大了人员的投入。”但黄山谷捷的研发费用占比低于同行平均水平。

据了解，黄山谷捷同行可比公司报告期内的研发费用占比的平均值分别为5.29%、6.83%、5.13%。“公司研发费用占比低于同行可比上市公司平均水平，主要系公司将研发活动过程中产出的可对外销售的样品成本从研发支出结转至营业成本/存货。”黄山谷捷方面表示。

记者注意到，研发实力的提升也引起黄山谷捷的足够重视。在招股书中，黄山谷捷方面提到的上市目的之一，即“通过本次上市，公司将借助资本市场平台优势，进一步提升整体研发实力，通过技术升级，丰富产品矩阵、提升产品品质，扩大市场占有率，强化公司市场地位”。