

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 699 期 | 2017 年 9 月 6 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

二手车市场为何异军突起?

进入 2017 年后,二手车销量逆势增长超过 20%,一举成为当前车市的新亮点。今年二手车市场为何异军突起?增长能持续下去吗?

利好政策驱动

去年 3 月,李克强总理在政府工作报告中提出“要活跃二手车市场”;同日,国务院办公厅又发出《关于促进二手车便利交易的若干意见》,业内称“国八条”,在二手车流通领域,政策已经从国家层面,有了新的突破。统计显示,截至 6 月底,全国已有 13 个省涉及 135 个城市,下发文件要求全面取消二手车迁入限制。随着国务院第 4 次督办打破限迁,限迁终将逐步破除。

中国汽车流通协会数据最新显示,今年 1-7 月累计交易二手车 683.90 万辆,同比增长 20.83%,为同期新车市场增长率的 5 倍,其中乘用车交易 409.23 万辆,同比增长 19.55%;客车 72.15 万辆,同比增长 20.40%;载货车 60.70 万辆,同比增长 5.26%。凸显了利好政策对市场的驱动。

政策环境的改善,是二手车市场爆发的先决条件之一。今年以来

国务院等多部门发文活跃二手车市场,并积极推进二手车税收政策,临时产权政策以及金融扶持政策,法治化营商环境正在逐步形成,二手车市场的活力不断地释放。

与此同时,据公安部统计,今年一季度我国汽车保有量已达 2.1 亿辆;而去年二手车全年交易量,才 1000 万辆,仅占总保有量的二十分之一,这个保有量析出率水平远低于国际平均水平,二手车爆发的基础已经具备。

此外,中国消费者对二手车接受度正在变高。从近 6 年的年均复合增长率来着,二手车市场的增速高于新车。二手车电商大批进入,以电商平台为主的二手车年检测量已超过 800 万辆。由于二手车电商平台在各种媒体的大力宣传,二手车行业正从一个不受关注的边缘行业,一举成为热门产业,加速了井喷期的到来。中国汽车流通协会预计今年二手车交易量将达 1250 万辆,按目前进度,完成年度目标应该不会问题。

资本大量融入

今年以来,在资本市场,二手车

企业也是斩获颇多。仅 6 月 16 日一天,就有三家二手车企业发布了融资和战略规划,瓜子二手车宣布获得 B 轮 4 亿美元融资;车置宝宣布获得 C 轮 5 亿融资;优信二手车在今年 1 月融得 5 亿美元的 D 轮融资后,也于 6 月 16 日发布了全新的品牌战略。

当然二手车行业的融资热闹并非仅此一天。据不完全统计,今年以来几乎每个月,二手车行业均有融资消息传出。1 月,优信二手车获 5 亿美元融资;2 月,车 300 宣布拿到近 2 亿元 C 轮融资;3 月,车置宝获 1 亿美元融资;4 月,大搜车宣布完成 1.8 亿美元 D 轮融资;易鑫宣布签署高达 40 亿元人民币的投资协议;5 月,迈迈车获 2 亿元人民币融资。一组数据是上半年涌入二手车行业的资金已达 129.26 亿元。另一组数据是二手车金融渗透率已经接近 15%,向万亿规模迈进。

与此同时,二手车金融公司已成为二手车金融渗透的主角之一。从几家大的金融公司提供的资料看,第一车贷、易鑫金融、美利车金融、备胎好车等四家金融公司二手车业务累计贷款规模已达 800 亿,

以每辆 5 万元贷款额计算,贷款车辆数量达到 160 万辆。目前在二手车全生态链上,已经聚集了诸多二手车专业的评估公司、经纪公司、数据采集公司、估价公司以及二手车品牌零售商,这些数以千计的二手车公司正以二手车金融为纽带,向潜力巨大的二手车市场掘进。

2017 年是二手车电商爆发年,但二手车用户 50%以上有贷款需求,金融给每单交易平均贡献 5%的利润,汽车金融应该同交易成为双引擎。通过延长生态链,金融、保险、后市场、租赁等增值服务将共同为二手车电商平台提供盈利。

行业格局剧变

2017 年,期待已久的我国二手车市场“风口”已经到来,行业格局发生巨大而深刻的变化。其特征归纳为三点:经营主题的多元化、经营模式的多样化、互联网+平台化,这三个特征已经成为二手车行业发展的趋势。各种交易业态和模式的出现形成行业充分竞争,为二手车消费者购车提供了更多的选择。

首先,汽车厂商重视程度空前,目前奥迪有超过 97%的经销商提供

二手车服务,遍及全国 193 个城市,443 家经销商,并有 205 个标准展厅。另外,除了像通用、丰田等已经有成百上千万用户的主流合资品牌之外,包括奇瑞、吉利等自主品牌,也已将二手车业务作为未来发展重点。主机厂的介入能够直接面对客户,同时杜绝了中间环节,并增强消费者的信任程度。

不过,二手车市场未来发展的主导权,不在主机厂,而是在汽车经销商。作为中国第一个营收突破千亿元的汽车经销商集团,2016 年广汇汽车二手车业务全年代理交易 9 万辆,同比增长 97.59%。值得注意的是,这占到了广汇汽车去年总销量的十分之一。随着消费意识的觉醒,二手车交易已成为越来越多消费者的行为之一。这意味着新车销售换购和增购时代已经来临,将催生出巨大的二手车市场空间。经销商集团应该将客户从新车销售开始,变成一个完整循环。由客户使用周期,扩展到汽车生命周期,进而把它变成 4S 店可以不断重复、循环去操作的战略性业务。

与此同时,二手车交易渠道也在不断推陈出新,呈现出传统渠道与电商平台共存的新格局。随着二手车电商的快速发展,“鲶鱼效应”将日益凸现,展示了广阔的市场前景。

雍君

新能源合资车企会否过河借桥

此前 6 月份江淮大众成立之际,我们曾质疑过,中国的汽车行业发展至今,尤其是在自主品牌蓬勃之际,是不是需要打破现有规定,允许外资品牌成立第三家合资公司?

直到众泰福特、东风与雷诺-日产相继拟签约或已签约成立第三家合资车企,才发现“为消费者提供既经济实惠又性能强劲的电动车产品”、“希望成为电动汽车领域的领军者”的合资项目远比我们想象来的多、来的快。质疑声被这波密集催生的企业彻底湮灭。

他们的来势汹汹,正如他们说的那样,是要给中国汽车行业的新能源领域带来真正的欣欣向荣吗?未必是。

以众泰福特为例。虽然无缘从何而来,但福特汽车还是打算和中国众泰牵手,成立一家新的合资公司,专门生产新能源汽车,而后者,在中国汽车行业以保时捷一战成名。

福特在中国有两家合资车企,一家是长安福特,另一家是江铃福特,日子都不难过。但今年 6 月,国家发布了《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法(意见征求意见稿)》,也就是俗称的“双积分”政策,将于明年实施。这一政策最直接的影响是,如果车企积分不达标,那可能面临不能生产或新车无法准入的风险。换言之,它几乎可以被定为决定企业生死存亡的挑战。恰巧,福特那两家合资企业在新能源车生产上,目前都是短板,而众泰 2017 年 1-7 月份新能源销量已达到 2.1 万辆,积分上多少能共享。为了拯救现有的燃油车销量,福特牵手众泰,成立第三家合资企业,也是情理之中。

另一方面,在今年的上海国际车展上,即便是再忙于无人驾驶技术,福特还是发布了在华新能源战略,例如,明年将量产蒙迪欧 Energi、5 年内将投放单次充电续航里程超过 450 公里的纯电动小型 SUV,2025 年前实现 70% 的福特品牌将提供电动车型、长安福特旗下的全系车型均有电动车型。彼时的福特,未来计划里完全没有众泰。眼下的拟合资,可以想见是多么的仓促。

以现在政策和时间双重压力,催生的不会只有众泰福特和易捷特。而一直以来,发展新能源车被认为是自主车企弯道超车的有利途径,从销量上来说,自主车企的表现也的确是可圈可点,只是这条道路突然间挤进来一些加速发力的外敌,而且越挤越多。等到八年内福特在华新能源战略实现了,众泰福特又会是谁呢?

白诚

广汽传祺GS7、GS3双星联袂登场

广汽传祺两款重磅战略新品——“都市领秀大 5 座 SUV”GS7 与“新风潮智联 SUV”GS3,在乌镇互联网国际会展中心联袂上市,这两款新上市的全新重量级 SUV 车型,体现了广汽智能化、网联化的最新成果。传祺 GS7 共推出五款车型,售价为 14.98 万-20.98 万元;传祺 GS3 共推出八款车型,售价为 7.38 万-11.68 万元。

传祺 GS7 于今年初北美车展全球首发,获得福布斯“杰出全球首发车型”和纽约时报“新一代重磅 SUV 奖”。传祺 GS7 运用光影雕塑 2.0 设计理念,拥有全面超越同级的车身尺寸和宽敞大 5 座布局,整车静音媲美豪华车 NVH 水平。新车搭载传祺第二代



320T/280T 发动机,1750 转即可输出 320/280Nm 扭矩,匹配全新爱信 6 速手自一体变速箱,还配备博格华纳 i-4WD 第二代智能四驱系统。此外,传祺 GS7 还打造了炫酷三屏智联、信息自由切换的人车互联新体验。

传祺 GS3 瞄准了国内中小型 SUV 市场“乐趣至上”的年轻消费群,设计动感而时尚,采用了光带式 LED 日间行车灯及横向双 8 LED 尾灯设计以及飞机垂翼式隐藏 D 柱设计。GS3 车内配备的智能互联系统傲视同级,搭载广汽首

创贴心驾驶伙伴“广小祺”,可以和车主进行情感互动。GS3 搭载传祺第二代 200T/150N 高效发动机,其中 200T 引擎可迸发出 202Nm 的峰值扭矩,匹配全新爱信 6 速手自一体变速箱,换挡平顺,超低油耗领先同级。

江美



2020年挑战百万辆销量 东风悦达起亚发布未来战略

成立至今,东风悦达起亚在售车型达 11 款,销量从最早的 2 万辆到去年的 60 多万辆,三座工厂的累计年产能近 90 万台,并拥有 600 家 4S 店,车主人数突破 480 万。2017 年,东风悦达起亚年销量目标为 70 万辆。

东风悦达起亚新战略规划从新车投放、新能源产品导入入手,未来四年传统车型方

面将推出 18 款新产品,今年下半年将推 KX CROSS、凯绅、全新福瑞迪和焕驰等;新能源方面则将推出 3 款纯电动车型和 3 款插电式混合动力车型。与此同时,在智能化方面,东风悦达起亚计划 2020 年实现量产部分无人驾驶汽车、2025 年实现无人驾驶汽车开发、完成人车互联网技术等,并推进出行平台服务,通过支援强化顾客出行平台。

当天,基于 K2 打造的 KX CROSS、K4 中期改款车型凯

绅两款新车正式上市,售价分别为 7.49 万—8.59 万元和 12.88 万—14.98 万元。

KX CROSS 延续 K2 的设计风格,前脸换装了带有银色前护板的保险杠,整体造型看起来更为年轻,车尾黑银配色的下包围和单边双出的排气管,增添了不少运动元素。动力上,KX CROSS 搭载一台 1.4L 发动机,最大功率为 100 马力,峰值扭矩为 132 牛米,传动方面匹配 6 速手动或 6 速手自一体变速箱。

姚琼