

从依靠传统电子商务网站和汽车垂直类网站卖车，到车企自建电商平台，汽车与互联网的紧密融合正在悄然提速

汽车电商之火能否燎原

■ 李永钧

进入2014年，汽车电商市场发展超出了很多人预期而步入“快车道”。随着越来越多的车企进军电子商务市场来分一杯羹，汽车电商之火愈演愈烈，星星之火能否燎原？

自带电商平台

如果说当初是依靠传统电子商务网站，及通过汽车垂直类网站卖车是汽车电商的1.0和2.0时代的话，那么今天车企自建电商平台则意味着汽车电商开始步入全新的3.0时代。据统计，目前共有大众、丰田等25家汽车厂商进驻电子商务渠道，其中大部分选择自带电商平台。

今年3月，上汽集团选择斥资2亿元打造全新平台，依托旗下各大品牌及数千家经销商网络通过线上线下对接的电子商务模式，为用户提供一站式服务，率先在上海、南京、杭州、苏州、宁波、天津、成都、深圳八个城市超过120家经销商进行试点。

目前国内汽车电商的模式主要有三类：一是以天猫、京东为代表的传统电商平台，二是以易车、汽车之家为代表的垂直类网站，第三即为以上汽“车享网”为代表的车企自建电商平台。前两类平台虽然流量较大，能产生更多销售线索，但车企却难以从中对汽车销售线索进行系统性管理，更多仅集中在销售环节。

而车企如果自建电商平台，这些资料就可以汇成大数据库，并以此对客户信息进行及时掌握和跟踪，进一步提高销售转化率，同时能够打通后市场的各个环节，从而实现用户体验的提升，降低研发成本，确保产品成功率提升。

此前汽车电商的形态以车企在电商平台开店为主，但这一途径的一个明显弊端就是车企没有掌握主动权，难以满足个性化的需求，在营销和销售的效果转化上往往受制于电商平台，只能做跟随者。而自建电商平台则实现了突破，不仅模式上可以由车企自己说了算，车企还可借此平衡产业链利益。

日前，在杭州阿里巴巴的总部所在地，来自东风汽车的200多位营销高管齐聚于此，



高高文摄/GFP供图

一项关于东风的电商规划逐渐浮出水面；此外，长安、广汽等汽车企业集团也都在近日表达了要建电商平台的意愿。眼下，一场车企自建电商平台的暗潮正在涌动，大有势不可挡之势。

切勿操之过急

然而，车企自建电商平台阻碍不少。上汽集团斥重金打造汽车电商平台的消息传出之后，业内人士存在两种截然不同的观点。有观点认为，一旦上汽建成这个超级平台，营销成本会降低，提高了产品价格的竞争。但另外一种观点则认为，汽车电商作为一个战略去发展，需要解决的问题很多，切勿操之过急。

对于上汽来说，自建电商平台，旗下那么多公司怎么协调，如何解决与经销商的关系、如何协调消费者的利益等等，这些问题均需解决。另外，上汽建成超级平台后形成的汽车超市，未来还可以销售其它品牌，其它厂商是否会受到压制也令人产生疑问。

有业内人士认为，网络新车销售只是一种销售新车的意向达成，至多是通过网上交付定金。而更多的手续，如检测、交车、交付余款等仍需要网下的方式进行。因此，电商平台存在较大的局限性，这种局限性造成了所有

汽车电商平台将更多停留在“吹鼓手”的角色。“此外消费者对电商的接受有个过程，经销商已经形成了固有的利益格局，要实现真正的汽车电商不是那么容易。”

在这样的阶段中，汽车电商平台更多的是一种产品资讯的承载与传播平台，而非交易平台，其充其量至多是一种促成交易达成概率的机会。从目前各个汽车电商平台所宣传的所谓交易量来看，大都是基于一种意向消费者的统计，而不是完成全部购车过程的交易实际金额与销售数量。此外，各汽车电商平台在统计与宣传上也会故意模糊了这两种概念之间的区别，暗含着太多虚构的机会与可能。如果汽车电商一直处于这种促销与询价的阶段，那么汽车电商这个平台的作用就将逐渐萎缩，甚至最终退出市场。

“需要解决的问题很多，最大的问题是消费者能得到什么。做一个在网上可以订车的平台很简单，但是选择什么样的模式更为重要。”业内人士认为。

车企融合提速

传统车企与IT拥有各自优势，也有弊端存在，需相互了解，相互融合，优势互补。随着互联网的普及，车企们开始商讨与互联网

的融合发展路径，汽车与移动互联网的紧密融合正在悄然提速。

继东风牵手华为、北汽密会乐视之后，上汽集团也向互联网企业抛出了橄榄枝。7月23日，上汽集团与阿里巴巴集团在上海签署“互联网汽车”战略合作协议。双方将积极扩展在“互联网汽车”和相关应用服务领域的合作，共同打造面向未来的“互联网汽车”及其生态圈。

小米创始人雷军的那句“用互联网思维改造传统行业”如今已经在汽车产业中得到了深刻的印证。不久前国务院公布了《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》，其中明确指出鼓励“发挥信息技术的积极作用。不断提高现代信息技术在新能源汽车商业运营模式创新中的应用水平，鼓励互联网企业参与新能源汽车技术研发和运营服务。”可以看出

互联网与汽车行业的融合将成为新热点。而对于车企来说，能够与国内互联网企业巨头携手合作提前布局，也将在下一轮的行业发展新浪潮到来前占得先机。

另外，随着中国改革开放的不断深入，金融环节的改革将成为重中之重。其中，互联网金融与汽车金融将是未来中国金融改革的重要内容。而汽车厂商入驻汽车电商平台，在延伸汽车电商交易价值链的同时，共同开拓汽车金融与互联网金融，将成为汽车电商参与各方共赢的新形式。从汽车电商的新车销售，再到汽车厂商参与到电商平台之后的互联网金融业务，将是未来汽车电商业务的全面升级。随着移动互联网等新载体的兴起，各大车企增加电商渠道投入已是大势所趋，可以预见未来汽车电商大战已不可避免。

链接

车商携手电商打造二手车O2O交易平台

本报讯 在潜力巨大的二手车市场，阿里巴巴也想分一杯羹。近日，阿里携手汽车经销商集团广汇汽车签署战略合作协议，为二手车提供认证和质保服务。

随着国内汽车保有量和车辆换购人群的骤增，二手车市场迎来了前所未有的巨大发展机遇。汽车流通协会的统计显示，去年二手车交易达到约500万辆，新车交易约2000万辆，新车、二手车的销售占比达到4:1。

与巨大的潜力相比，二手车市场却让人“望而却步”，在以往的二手车交易中，由于存在车辆评估混乱、车辆信息不透明、车源客源分离、服务过程无标准、售后服务无保障等问题，“不敢买”成为消费者在购车时的普遍顾虑，也在相当程度上限制了二手车行业的发展。

业内人士指出，当前互联网新经济模式给了二手车市场一个巨大的发展机遇，但现有二手车交易平台小而乱，无法形成一套统一的行业标准与规范，因此亟须摸索出一套透明的质量检验与认证体系，建立与健全标准及规范，并形成行业标准，推动中国二手车行业健康可持续发展。

据了解，此次阿里和广汇联手打造的二手车线上交易为面向普通消费者的平台，避开中间商户，让淘宝买家有机会以更优惠的价格成交，将涵盖售前、售中、售后各个环节的标准、规范和优质服务。售前，广汇汽车将对每辆二手车进行严格质量检测，层层把关，并出具详细的检测报告，提供在线咨询、安排线下看车、接待、物流等服务。淘宝网则为交易打造整套O2O解决方案，提升消费者线上选车、线下交易的顺畅度和便捷性。

在售后方面，广汇汽车覆盖全国的网点，可以为消费者提供运输、保险、延保、金融、过户上牌等全方位的售后服务。淘宝网则结合二手车行业特殊性，与广汇汽车共同搭建二手车售后维权保障方案，为消费者解决后顾之忧。

分析人士表示，汽车与互联网的日益结合，表明汽车电商的市场价值正逐步得到市场认同。而在二手车市场，标准化的缺失使得线上市场均未形成规模型企业，如果能探索出一套O2O交易的规则和标准，这一领域将潜力无限。

比亚迪上半年净利降15%

本报讯 (记者戴明阳)日前，比亚迪公布中期业绩公布，上半年实现营业收入267.16亿元，同比增长2.59%；净利润3.61亿元，同比下降15.52%，低于市场预期的4.35亿元。同时比亚迪发布盈利预警，预计今年前三季度盈利只有3.6亿元至4.1亿元左右，年降幅11.7%至22.45%。据此计算，比亚迪第三季度可能最多只有5000万元的利润，最坏情况甚至会出现轻微亏损。

财报中指出，盈利预警是因为传统汽车行业受行业淡季及自主品牌市场份额下滑所影响，太阳能业务亏损持续收缩，对整体业绩带来一定压力。而新能源汽车业务与手机部件业务将继续维持良好发展。

财报显示，汽车业务下滑幅度加大，收入约12647百万元，同比减少7.45%；二次充电电池及光伏业务的收入约2583百万元，同比减少0.89%。而手机业务增长幅度最大，收入约11086百万元，同比增长19.98%。其中受益于混合动力车型“秦”的热卖，比亚迪新能源汽车销量大增6倍，实现收入约27亿元，同比增长1216.67%，占集团总收入的10.29%。

2014首届北京梦想车展举行

本报讯 (记者蒋蓝)2014年首届北京梦想车展FB-SHOW日前在北京蟹岛国际汽车文化主题公园拉开帷幕。作为一个顶级的个性化主题车展，本届展会汇聚了超级跑车、越野定制、高级房车、超级皮卡、复古经典以及重型机车六大类别的600余台汽车，为每一个追逐汽车梦想的人打造了一场独特的盛宴。

本届展会的主题为“我的中国梦，我的车之梦”，旨在弘扬个性汽车文化。在这里，来自全球10个国家和地区的50余家世界顶级豪车品牌的Dream Car悉数亮相，大家不仅可以一睹全球各大限量版顶级豪车的风采，还可以见识到各种另类的私人改装车。与此同时，本次车展还有ATV、UTV、游艇、机车等多类型的泛户外娱乐装备参加展出，大批高端装备、户外用品以及汽车定制、改装相关的企业也在展会期间推出各种高、新、尖产品及设备，全面展现了产品与技术完美融合的成果。

通用汽车召回部分进口萨博9-3汽车

据新华社电 (记者徐庆松 徐博)国家质检总局日前发布消息称，通用汽车(中国)投资股份有限公司，将自2015年3月31日起，召回部分2006年款至2009年款进口萨博9-3敞篷版汽车，生产日期为2006年6月13日至2008年11月3日，在中国内地地区共涉及65辆。

缺陷产生的原因是由于驾驶员坐椅安全带自动张紧系统的拉索可能发生断裂，从而引起驾驶员坐椅安全带卷收器回拉功能失效，如果发生碰撞事故，这将增加驾驶员受伤的风险，存在安全隐患。自2014年9月30日起，为降低客户在召回实施前的潜在风险，通用汽车(中国)投资有限公司将召回车辆免费更换驾驶员坐椅安全带卷收器(老型号零部件)以延长使用周期降低风险。自2015年3月31日起，通用汽车(中国)投资有限公司将召回范围内的车辆采取免费更换驾驶员坐椅安全带卷收器(新车型零部件)的措施，以消除隐患。

因燃油泄漏问题

上汽召回58477辆荣威550轿车

本报讯 (记者戴明阳)日前，国家质检总局通报，上海汽车集团股份有限公司乘用车分公司将召回2008年5月至2009年8月期间生产的部分荣威550轿车，共计58477辆。

据悉，近一段时间，质检总局收到消费者反映荣威550汽车燃油泄漏的问题。经专家调查、分析，认为油泵法兰支架由于设计制造问题，车辆在长期使用后，回油管接头裂纹会导致燃油泄漏，风险较高，存在安全隐患。

汽车产业迎来新一轮合资大潮

30年前中国第一辆合资企业组装的桑塔纳轿车在上海大众基地下线，带动了中国第一轮汽车合资潮，数十家合资车企如雨后春笋般涌现。而如今，随着第一轮汽车合资年限即将陆续到期，中外双方纷纷提前布局，拉开新一轮汽车合资大幕。

续约还是另选

对汽车企业而言，是续约还是另选合作伙伴？已引起行业的各种猜测。这种重组不仅包括重新选择对象，也包括股份公司内的中外资话语权的重新平衡。

根据国内汽车业相关“合资法规”要求，一般项目的合营期限为10年-30年，最长不能超过50年。从目前已签或延长的合资期限来看，新一轮汽车合资多集中于2030年左右到期，如上海大众的合资期限为2028年，一汽-大众到2032年，广州本田到2028年，北汽现代到2032年、东风悦达起亚到2032年、一汽丰田到2030年等。

新一轮的合资年限集中在2030年前后被业内人士多种解读，具说服力的解释是跨国公司对中国汽车市场未来的判断：汽车产业早已被西方列为夕阳产业，中国汽车业整体已经步入行业利润下滑的瓶颈期。

事实上，此番关于合资股比是否需放开的论战，与中央目前提出的更加积极主动的开放战略有关。去年11月中旬召开的中共中央十八届三中全会强调，要放宽投资准入。10余天后，商务部新闻发言人沈丹阳随即表示，将进一步开放钢铁、化工、汽车等一般制造业领域的外资准入限制。这句话立刻被业界解读为汽车合资企业中方占股比例不得少于50%的政策规定即将被放开。

跨国汽车巨头们在珍惜现有合资机会的同时，希望未来尽可能多的享受国内市场红利，赢得未来的市场需要全新的战略选择。

然而，业内人士指出，要实现汽车强国战略，合资续签的做法值得商榷。当初日韩也是走引进技术的路线，日本到了30年期限后就不再续签，坚定走自主的道路；韩国更是在合资进行了一半就撕毁单干。而中国车企合资

而现实中，红线已开始模糊。北汽集团和戴姆勒在去年11月签署全面合作协议，明确戴姆勒将入股北汽股份12%的股权，并在重组后的合资公司北京奔驰中持股49%。至此，戴姆勒实际控制北京奔驰的权益已经超过50%，成为汽车业放宽外资准入限制的第一案。

如果允许股权放开，合资双方按照彼此意愿决定股权比例，比拼的是综合实力，会不会演变成外方独资或者控股的新格局？业内人士分析，最终结果未必是中方一边倒，“中外股东会有一争”。随着汽车行业对外资准入限制放开大势所趋，何时放开，如何放开，以及中国汽车企业应如何应对这种重大变革等问题已逐渐提上议事日程。

传出众多信号

新合资时代已随着历史的车轮滚滚而来。目前从合资双方的利益诉求来看，新一轮汽车合资潮传递出与30年前不一样的信号。

长期以来，中国市场虽然为全球第一大市场，但合资公司关键岗位一般都由外籍人士领衔，如今，跨国车企正在强化人才本土化建设，中国本土化人才逐渐崭露头角，已经成为合资甚至外资品牌的中流砥柱，成为新一轮的合资大幕拉开后第一个强烈信号。

与30年前参与中国制定的“市场换技术”合资模式时的“傲慢与偏见”不同，跨国公

司在新一轮合资大潮中开始放下身段，主动寻求缔造新的合资关系。

早年奔驰公司在与一汽集团洽谈重卡合资项目时，坚决不允许“解放”品牌的存在，而以后与福田汽车签署的合作协议中，奔驰则同意合资双方以福田欧曼产品满足中国市场及出口需求。另外，随着海外车企对中国市场的渴望，常常出现多家海外车企嫁一家中国汽车企业的事情，中国汽车集团身价倍增。

随着中国自主品牌越来越意识到必须在真正平等话语权的基础上进行谈判。而中国车企在新一轮合资大潮中也有了新的立场和态度。长城汽车一位高层表示：“长城汽车不排除与国外企业合资，但坚持在拥有独立知识产权的基础上，与外方共同开发、联合生产，这是合资底线。”奇瑞也放出话来，要合资可以，必须“以我为主”。

另外，与之前的合资不同，国内车企寻找合资伙伴的目标更明确、更理性，多为借助外力提升实力，迅速补足现有短板，扩大规模。如吉利通过收购沃尔沃为其品牌添色不少，比亚迪汽车通过与奔驰在电动汽车领域的合作，也提高了声誉。

眼下，汽车合资第二春大戏正在火爆上演，可以肯定的是，无论新一轮合资潮与30年前有什么样的不同，合资双方都必须及时调整战略，直面挑战，中国市场的火拼将会更加激烈。

答好验车新规“落地考”

■新华社记者 南辰

为贯彻落实公安部和国家质检总局联合下发的《关于加强和改进机动车检验工作的意见》，9月1日起，北京市将试行非营运轿车和非营运小微型客车免予上线检验政策。上述车辆按照道路交通安全法实施条例规定的每2年定期检验时，车主或代理人持机动车行驶证、机动车交通事故责任强制保险（公安交管部门留存联）、车船税缴纳税或免税证明、经办人身份证明，并将涉及车辆的交通事故和交通违法处理完毕后，直接到本市公安交管部门车管所、车管分所、车管站、执法站等60个办理窗口申领检验合格标志。

对于便民利民的验车重大改革，如何好事办好至关重要。地方有关部门一定要保证政策在落实中不走样，便民效果不打折；二要加大宣传力度，让广大车主对于验车改革的主要内容、切换时间、流程变化、办公地点变化等要素清楚地知晓。

例如，根据北京市交管部门公告，自9月1日起，试行注册登记6年以内的非营运轿车和非营运小微型客车免予上线检验政策。上述车辆按照道路交通安全法实施条例规定的每2年定期检验时，车主或代理人持机动车行驶证、机动车交通事故责任强制保险（公安交管部门留存联）、车船税缴纳税或免税证明、经办人身份证明，并将涉及车辆的交通事故和交通违法处理完毕后，直接到本市公安交管部门车管所、车管分所、车管站、执法站等60个办理窗口申领检验合格标志。

从以上公告信息可以看出，办理手续的车主首先应当搞清自己拥有的车辆是否在政策规定的免上线检测范围之内。其次，需要特别注意的是，北京市交管局明确，

严找齐办理手续需要的所有文件，并将交通违法处理完毕，然后到北京市公安交管部门60个办理窗口申领检验合格标志。由于北京市机动车检测场不再办理申领检验合格标志的业务，车主一定别跑冤枉路。由于北京市60个办理窗口多位于市中心区，停车困难，车主最好乘公共交通工具前去办理，不给中心区交通添堵。记者认为，未来，可以尝试使用远程申领加快递送合格证的方式进一步简化流程。

同时，符合免安检上线的车辆也无需再到检测场上线检测尾气排放，这一符合民意期待的政策细则实际上彻底解放了符合相关条件的车辆，免去车主奔波检测场和等候排队之苦，节约的社会时间成本、经济成本以及带来的环保效应惊人。

需要特别注意的是，北京市交管局明确，

验车新规是得民心、顺民意的便民举措。各地交管部门应当把验车改革的落实作为转变政府职能的抓手，完善网络、微信、电话预约手段，抓好窗口人员服务态度的转变，让广大车主发自内心地为验车改革“点赞”。(据新华社电)