

缺乏长远规划,服务同质化严重,用户黏度低 ,投资方失去耐心

上门洗车公司集体步入寒冬

■本报记者 车辉

眼见它起高楼,眼见它楼塌了。也就1年的时间,火热的上门洗车行业就经历了过山车般的历程。

时光倒转到1年前,这个行业还是另外一番光景,资本热钱涌动、创业者纷纷入局。“1元上门洗车”的概念与口号随处可见,上门洗车服务的人员干脆直接进驻各个停车场,让车主们现场扫码注册,体验“1元上门洗车”。

仅仅几个月后,开展上门洗车服务的创业公司就纷纷死亡,而近日该行业呼声较高的E洗车宣布暂停相关业务,再次敲响这个行业迅速萎缩的锣声。

上门洗车为何相继死亡?给我们带来哪些启示?

急功近利凸显行业浮躁

李师傅曾是一家互联网上门洗车企业的洗车工,年前在广告的鼓动下,他选择了在这家企业打工。

简单面试通过后,他们被送到一个地方培训。关于洗车内容的培训非常简单,重点的培训内容是“话术”。即教他们如何迅速赢得车主信任,扫码,收集车主信息,在此平台上进行汽车消费的大数据分析,并开展后期保养、换件等业务。

培训到一半的时候,很多工友都相继离开,因为这些朴实的农民工只想学习一门技术和创业经验,可培训过程让他们非常失望,觉得这一切都有点像传销。但李师傅认为:“人家是互联网企业啊,新鲜事物发展都是需要过程的。”于是他坚持了一年,但最后还是没看到公司振兴,反而倒闭了。

其实干到一半时,他就觉得这个干法不靠谱了。“搭人,搭设备,搭水,就收1元钱,那靠啥赚钱呢?公司要是没有后继投资,我们的工资怎么办?”李师傅的担忧最终成为了现实,E洗车欠了他几千元的工资至今没有了

90后小伙杨丙鸽利用微信洗车创业项目“双十一”抢客户,因为他到一小区内给客户洗车。

中新社 供图



结。

不仅仅是E洗车,11月份,“我爱洗车”CEO李东晋悄悄解散了公司QQ群,停用了常用手机号,留下了200多万元债务消失了。据悉,公司低价洗车难抵高昂运营成本,洗一台车亏损高达189元。而武汉已经倒闭了百家“1元洗车”的创业公司……

洗车工觉得公司业务不靠谱,而车主们觉得服务不到位。

一位尝试过上门洗车业务的车主告诉记者,开始自己是图新鲜,抱着好奇心尝试上门洗车服务,哪里提供免费洗车,他就下载哪里

的手机应用客户端。

他自己明白上门洗车不是自己的刚性需

求,“我不会经常使用这样的上门服务。因为即使可以上门,自己也要下楼盯着洗车工清洗,没有节约时间。”他表示:“关键是上门洗车条件所限,用的都是微量的水,车每次都洗不干净。”

大多数洗车O2O的创业公司最初均想以高频洗车需求入手,切入美容、保养等低频高毛利的领域营收。但很多公司出现问题的原因正是在于没有专注做好洗车业务,只考虑了转化。

资本失去关注的耐心

除了行业发展无序,该行业进入寒冬的另外一个原因是模式盈利预期不明显,无法

唤醒车主的刚性需求,让资本逐渐对这一创业模式失去了耐心。

2015年下半年,尽管汽车后市场还保有一定的热度,但是明显上门保养和上门洗车类的创业公司都并未产生大额融资事件,即便是E洗车,也只是拿到了A轮。

E洗车的订单是从今年四五月份“一分钱洗车”开始激增的,而在此之前,他们刚刚拿到了融资,彼时尚担任CEO的张品曾坦承,用户习惯的培养是最“烧钱”的,E洗车每个月的洗车补贴要烧掉六七百万元。

E洗车产品总监张宽曾透露,E洗车的洗车用户选择保养行为的转化率在5%~6%之间,保养业务的转化率并不及期望,从线下



成都新能源车主遇尴尬:充电桩难找或不能用

在靠近成都天府大道一侧的地面停车场内,有20个充电桩伫立在车位旁,而对应的车位上都停着普通汽油小车,并未见到新能源汽车充电。近距离观察后,发现这些充电桩

都未通电,部分充电桩的充电口处已经结上了蛛网,所有充电桩的正面都贴着一张标签:设备故障、暂停使用。

视觉中国 供图

车讯集纳

中国已成为全球第二大车险市场

近日,中国保险行业协会(中保协)发布《中国机动车辆保险市场发展报告(2014)》(下称《报告》)称,2014年中国的车险保费收入达到5516亿元,同比增长16.84%,成为全球第二大车险市场,仅次于美国。

《报告》指出,2014年,车险在财产保险业务中的占比为73.12%;车险总赔款支出3026.74亿元,同比增长11.24%。随着业务规模稳步扩大,风险保障能力逐步增强,理赔服务水平持续提升,车险在分散交通事故风险、

提供经济损失补偿、维护道路交通安全、服务社会经济建设等方面发挥了重要作用。

与此同时,当前国内车险市场的体制机制问题仍然存在,车险整体经营压力仍然较大。其中,车险的综合赔付率仍处于高位运行,市场竞争激烈,中小保险公司处境困难。数据显示,2014年,人保财险等三家公司的车险市场份额总和为66.61%,剩余36家经营车险的中资财险公司的车险市场占有率不到1/3。

调查称特斯拉S款车型动力系统存隐患

一份针对早期特斯拉S款车型的用户调查显示,约三分之二车辆在行驶6万英里(约9.66万公里)以内便需要更换动力系统。

据悉,这项调查由美国非营利组织Plug-In America发起,共327名特斯拉车主参与,涉及的车辆主要产于2012-2013年间。在这份调查中,车主回答了一系列问

题,包括车辆行驶里程、是否更换过发动机以及更换动力系统部件时的行驶里程。

目前特斯拉在世界范围内已销售10万辆S款车型,发售三年以来,特斯拉一直是批量生产的续航里程最长的电动汽车。但如果Plug-In America得出的结论正确,对特斯拉、特斯拉消费者以及整个电动车行业都会有重大影响。

新能源车奖励将与推广量等指标挂钩

近日,财政部、科技部、工信部、国家发展改革委、国家能源局五部门日前发布《关于“十三五”新能源汽车充电设施奖励政策及加强新能源汽车推广应用的通知(征求意见稿)》,就加快充电基础设施建设,培育新能源汽车服务和应用环境公开征求意见。

根据征求意见稿,充电设施建设奖励资金将与各地新能源汽车推广数量“挂钩”。各地要编制2016年至2020年新能源汽车推

广应用实施方案,切实承担起充电基础设施发展的主体责任,制定出台充电基础设施建设运营管理办法和地方鼓励政策,并向社会公布,加快形成适度超前、布局合理、科学高效的充电基础设施体系。

同时,征求意见稿明确了奖励资金的使用范围,奖励资金应当专门用于支持充电基础设施建设运营、改造升级、充换电服务网络运营监控系统建设等相关领域。(丁楠根据媒体公开报道整理)

我国本土新能源汽车品牌市场份额不断扩大

■新华社记者 徐岳

今年1到11月我国新能源汽车累计生产27.92万辆,同比增长4倍。天津大学中国汽车战略发展研究中心常务主任郭淼说,我国已经成为世界上最大的新能源汽车市场。

加快培育和发展新能源汽车,既能有效缓解我国的能源与环境压力,也是加快汽车产业转型升级、培育新增长点的战略举措。记者采访中看到,近年来,一些本土汽车品牌注重技术研发投入、加速布局新能源汽车产业,产品类型日益丰富,市场份额不断扩大。

郭淼说,这一过程中,国产品牌的新能源汽车也已经进入发展的快车道,不仅越来越多的传统汽车企业开始加入新能源汽车的生产,更有北汽、比亚迪这样的企业和品牌依靠技术进步取得了突出的成绩。

作为新能源汽车领域发展速度最快的公司,北汽集团已形成一个研发基地、五大研发平台、七个设计中心以及各级企业研究院

所组成的自主研发体系,掌握了中高档轿车的整车开发集成技术、涡轮增压技术、缸内直喷技术、手动及自动变速箱开发技术,以及纯电动、智能化、车联网技术,全面提升了产品的核心竞争力,并在纯电动汽车领域走在了技术发展的前列。

“北汽新能源作为新能源汽车市场的领军者,今年1~10月累计销售13815辆,同比增长580%,在国内纯电动车市场排名第一,全球排名第四。”北京新能源汽车股份有限公司总经理郑刚表示。

记者采访了解到,近年来我国大力发展新能源客车产业,在此驱动下,新能源客车技术不断提升,已经达到国际先进水平,一批优秀企业脱颖而出。

天津市松正电动汽车技术股份有限公司科技管理总监李乔说,公司研究开发的3代、4代混合动力客车动力系统及其核心技术,在世界范围内率先实现客车“发动机怠速起停”和“双绕组电机”技术,节油(气)率分别达到32%和45%,明年起第5代产品也将实现产业化销售,节油(气)率可达到50%。该技术

新能源汽车销量的增长带来了零部件需求的激增,尤其是关键的零部件动力电池

新能源车动力电池供应隐忧显现

■丁楠

新能源汽车,这种在前几年还只有车展上才能看到的“高大上”的交通工具,如今却已经势不可挡地走进寻常百姓家。在新能源车逐步火热的同时,其最关键的零部件——动力电池生产企业,也摩拳擦掌,欲求分一杯羹。

12月16日,新能源汽车再出利好政策,财政部等五部门联合发布《关于“十三五”新能源汽车充电设施奖励政策及加强新能源汽车推广应用的通知(征求意见稿)》。文件指出未来五年,中央财政将向新能源汽车推广应用较大、充电基础设施建设较为完善的省(市、区)发放奖金。

实际上,继2012年以来,从中央到地方各地区政府针对新能源汽车的各种利好政策不断,比如购车补贴、税费减免、基础设施建设等。在北京,新能源汽车已经不用摇号,上海也是直接免费送新能源牌照。有了政策支持,消费者的购买欲便被刺激起来了,新能源汽车市场迅速增长,成为低迷的车市中的一匹黑马,销量飙升。

工信部最新统计数据表明,11月份,我国新能源汽车生产7.23万辆,同比增长6倍,环比增长42.6%,继续超出市场预期。1~

11月,新能源汽车累计生产27.92万辆,同比增长四倍。新能源汽车销量的增长带来了零部件需求的激增,尤其是至关重要的动力电池。

电池供不应求,厂商纷纷扩产

2015年是新能源汽车市场迅速扩张的一年,许多车企都想抓住政策福利,增加销量,从而扩大市场占有率。虽然行情大好,但是北汽新能源、上汽乘用车、江淮等制造商却纷纷表示新能源汽车陷入产能不足的困境。

有业内人士表示,新能源汽车的关键零部件——动力电池的供应不足,是限制新能源汽车产量的重要原因。

这样的情形虽然让动力电池生产厂商始料未及,但却及时做出了应变,纷纷大规模扩产,以弥补新能源汽车动力电池巨大的市场缺口。

国内动力电池生产企业天能动力称明年至少将新增4条生产线,总产能1吉瓦时,届时将可以满足15万~20万辆电动汽车的电池供应需要。国内另一主流动力电池供应商国轩高科明年也将投产2.4亿安时的动力电池生产线,而且未来新增产能也将主要放在动力电池上。

到线上保养汽车的消费习惯也远未养成。

一位关注汽车后市场的投资人表示,上门洗车模式烧钱速度太快,200元左右的成本1元就付出,可带来的收益又很小,没有人会继续填补这一无底洞。

“很多车主利用这轮融资补贴,经常下载一个软件体验一次免费洗车,然后再卸载,可以体验十几次免费洗车,出现这样挥霍投资人的现象是很难被容忍的。”

浮躁与忽悠注定不能持久

行业观察人士鲁振旺分析称,此前互联网洗车的火热是通过互联网洗车公司大量的补贴实现,而实际上,上门洗车的成本又远远高于实体店洗车,因此上门洗车这一业务模式本身就是一种扭曲的互联网经济模式。

他认为,因为补贴才产生这种商业行为,现在很难融到钱了,投资人对这种商业模式也不是很认可。现在是资本寒冬,其实抛开资本层面不说,很多商业模式在“互联网+”的浪潮里都不合理,没有长期价值。

北京市商业经济学会秘书长赖阳表达了相似的观点,他认为目前除了人员、设备、交通方面的成本压力,缺乏科学的运营模式是上门洗车企业发展陷入困境的关键。一方面,各个平台为了吸引用户,不断烧钱开展价格战,而缺乏长远规划,服务同质化严重,用户黏度低;另一方面多数上门洗车企业以洗车业务作为入口,希望借此吸引用户向其他业务转化,但这种理论其实行不通。

“实际上,上门洗车这一创业模式的衰败也印证了靠忽悠一个概念就可以圈钱的做法是完全靠不住的。”一位投资人告诉记者,一段时间以来,在资本往互联网领域大量投放的阶段,行业与投资领域都缺乏理性,仅凭一个虚无的概念就可以融到很多资金,缺乏认真分析与证伪,造成了大量资金的浪费和行业的最终衰败。

与上一轮融资政策集中在中低端市场不同,此次购置税减免政策对全行业都有刺激作用。目前,从自主品牌到豪华车,以及各个级别的细分市场都在加速小排量进程。从明年布局来看,1.6L及以下车型占比或将进一步提升。在市场份额方面,11月,1.6升及以下车型占乘用车销量比重为70.9%,比上月提高1.9个百分点。购置税减半政策持续促进该类车型的销售。分析认为,伴随小排量已经成为汽车行业发展趋势,未来,1.6L及以下车型的

市场份额或将进一步走高。在销量方面,1.6L及以下车型销量增长13%,而1.6升以上下滑5%。在乘用车市场销量排名前10位中,全部被1.6L及以下车型包揽。其中,排名第一的朗逸单月销量突破4万辆,在中国汽车市场进入调整后,这一情况比较罕见。(丁楠)

李乔介绍,长期以来,松正公司研发投入投入占到营业收入的6%,先后建成了国家级企业技术中心、省部级工程技术研究中心等科研中心。目前,公司产品的市场占有率达到25%,在同行业中占据领先地位。

位于天津经济技术开发区的天津优量锂电科技有限公司,专注生产制造锂电池的一种原料,公司总经理郝德利说,在新能源汽车产业,国内很多企业已掌握世界领先的生产技术,但不少品牌起步较晚,需要积极参与市场竞争。

郭淼说,我国由汽车制造大国向汽车制造强国转变,新能源汽车是一个很好的突破口,我国也制定了长期的发展规划,国内企业面临发展机遇。但同时应看到,新能源汽车中电池、电机、电控等高附加值产品中,本土品牌不少还位于中低端,高端产品的技术与国外相比仍有差距。未来要发展本土品牌,还要着力解决地方保护问题,注重充电桩等基础设施建设,统一充电接口等等。(据新华社电)

充电7秒钟,续航35公里;我国成功研制石墨烯超强电池

据新华社电(记者王琳琳)18日,记者从中科院上海硅酸盐所获悉,该所科学家已研制出一种高性能超级电容器电极材料——氮掺杂有序介孔石墨烯。该材料具有极佳的电化学储能特性,可用作电动车的“超强电池”;充电只需7秒钟,即可续航35公里。相关研究成果已于18日发表在世界顶级期刊《科学》上。

超级电容器,是介于传统电容器和电池之间的一种电化学储能装置。由于具有功率密度高、循环寿命长、安全可靠等特点,现已广泛应用于混合动力汽车、大功率输出设备等多个领域。如何让超级电容器兼具高功率、高能量、长周期以来科学家并没有找到理想材料。

为破解这一难题,中科院上海硅酸盐所联合北京大学、美国宾夕法尼亚大学展开持续攻关。黄富强研究团队最终发现,石墨烯是超级电容器电极的最佳选择。

通过反复试验、设计、合成,黄富强研究团队发现,氮掺杂有序介孔石墨烯的性能表现最佳。不仅能实现高能量密度、高功率密度,而且还可以通过使用水基电解液,做到无毒、环保、价格低廉、安全可靠。

据介绍,该新型石墨烯超级电容器体积小、轻巧、不易燃也不易爆,可采用低成本制备,实现规模生产。因性能较铅酸、镍氢等电池有明显的竞争优势,且在快速充放方面又远远优于锂电池,因此该“超级电池”可广泛应用于现有混合动力汽车、大功率输出设备的更新换代。

1.6L及以下车型11月销量占比超70%

本报讯 根据中国汽车工业协会近日发布的数据显示,11月,基本型乘用车(轿车)产销分别为119.32万辆和117.06万辆,环比增长15.57%和11.02%,同比增长10.19%和9.12%。1.6L及以下乘用车销售155.66万辆,比上月增长16.5%,高于乘用车总体增速3.1个百分点,同比增长29%,高于乘用车总体增速5.3个百分点。

与上一轮刺激政策集中在中低端市场不同,此次购置税减免政策对全行业都有刺激作用。目前,从自主品牌到豪华车,以及各个级别的细分市场都在加速小排量进程。从明年布局来看,1.6L及以下车型占比或将进一步提升。

在市场份额方面,11月,1.6升及以下车型占乘用车销量比重为70.9%,比上月提高1.9个百分点。购置税减半政策持续促进该类车型的销售。分析认为,伴随小排量已经成为汽车行业发展趋势,未来,1.6L及以下车型的

市场份额或将进一步走高。在销量方面,1.6L及以下车型销量增长13%,而1.6升以上下滑5%。在乘用车市场销量排名前10位中,全部被1.6L及以下车型包揽。其中,排名第一的朗逸单月销量突破4万辆,在中国汽车市场进入调整后,这一情况比较罕见。(丁楠)

冬季车辆故障高发低温天气只是诱因

本报讯 国内最大缺陷汽车产品信息收集平台车质网公布数据显示,每年12月到次年2月的投诉量几乎以2000宗/年的增速上升。在此期间内,发动机、变速箱、车身附件及电器部分是投诉的重点。分析显示,不少车辆故障具有特定性和一致性,低温天气只是诱因,车辆可靠性有提升空间。

在与季节性有着千丝万缕联系的故障中,异响投诉的大幅增加凸显其普遍程度。除发动机、变速箱异响最为集中外,噪音大、转向及制动异响也都可以列入冬季较为高发故障的范畴。尽管异响投诉量较大,但对车主而言并非最为棘手,相比之下熄火、无法启动、无法提速及电瓶故障的出现,将直接影响到车辆的正常使用。

分析指出,气候已不再是季节性故障出现的主因,而质量缺陷或不足因素渐渐浮出水面。随着直喷、涡轮增压、双离合变速箱、可变正时系统、发动机启停等技术的广泛应用,存在问题隐患的部位越来越多。虽然一些问题在其他季节也属于较为常见的现象,但冬季车辆故障的确有其特定性,希望所有生产企业都能认真研究对策,也希望车主保持一定的警惕,注重冬季保养,以最大程度减少冬季用车烦恼。(丁楠)

前三季度我国轮胎市场主要指标全面下行



12月16日消息,据中国橡胶工业协会轮胎分会透露,2015年1~9月份,其43家重点会员企业完成现价轮胎产值1327.08亿元,同比下降12.51%;实现轮胎销售收入1186.61亿元,同比下降13.61%。从具体产品来看,综合外胎产量26480.66万条,同比下降5.99%;其中子午线轮胎产量23680.64万条,同比下降5.17%;全钢子午胎产量6294.27万条,同比下降6.54%;子午化率89.43%。

安东 摄/中新社