

暗战多元化渠道 汽车经销商“谋与变”

本报记者 夏治斌 石英婧
上海报道

作为上海单体量最大的纯商业购物中心，南翔印象城 MEGA 位于嘉定南翔镇最核心地带，地处虹桥交通综合枢纽“10 分钟辐射区”内，已成为各大车企争相入驻的新宠。

“我们都是晚上十点下班，和印象城关门的时间同步。”日前，一家新势力造车品牌的销售顾问向《中国经营报》记者表示。而在这家新势力造车展台的隔壁，是上汽奥迪的展台。上汽奥迪展台的斜对面，则是自主高端品牌魏牌的展台。

《2021—2022 中国汽车流通行业发展报告》(以下简称“《报告》”)显示，2021 年，位于商场/购物中心的的新能源商超店发展迅猛，已达到 2200 余家。近 7 成的商超店集中在 20 个城市里，其中，上海、深圳、北京三地的新能源商超店已超过 100 个。

普华永道方面曾指出，随着新能源汽车尤其是电动车在市场的快速发展，区别于传统燃油车经销商门店的 4S 店业态，直营商场店业态已经成为新能源汽车销售的主流。“无论是造车新势力，还是本土车企的独立新能源汽车品牌，抑或是传统车企的自主或合资品牌推出的新能源车型，都开始采用主机厂直营的商场店业态。”

销售渠道日益多元化

随着新能源汽车的快速崛起，电动车用户正养成全新的消费习惯，这使得汽车新零售模式也在不断创新。

近年来，新能源汽车得到迅猛的发展。工信部发布的数据显示，今年 1~7 月，新能源汽车产销分别完成 327.9 万辆和 319.4 万辆，同比增长 1.2 倍，市场占有率为 22.1%。

《报告》显示，新能源汽车市场发展迅猛，带动了新能源汽车渠道网络的快速扩张，并在渠道形态上逐渐形成 4S 销售商、展厅/体验中心、售后服务中心三大类承担不同功能的网络。

数据显示，2021 年，新能源汽车渠道各类网点数量超过 6000 家，其中独立销售体验店(含 4S 形态) 5000 多个。售后服务中心则绝大部分与传统燃油车共用售后车间。

“目前各品牌在不断探索渠道变革，无论新势力还是传统厂商的实际渠道模式都表现出一些模糊地带。新势力中的蔚来采取直营

加代运营模式、小鹏采取直营加代理模式；传统厂商则从某款车型入手，试水更多模式。”《报告》指出。

与此同时，随着新能源车市场的快速发展，厂商也加大了对新能源渠道的建设投入，并基于自身情况分别选址了共网或分网方式。目前豪华品牌主要采取并网方式，自主品牌推出的新能源高端子品牌大多采取分网的方式。合资品牌中，南北大众 ID 系列，一方面在原有渠道共网销售，一方面鼓励代理商在商业中心建立 ID 的商超店。

随着新能源汽车的快速崛起，电动车用户正养成全新的消费习惯，这使得汽车新零售模式也在不断创新。在多种创新的汽车新零售模式中，体验店入驻商超成了一种新风尚，尤其是客流量充足、城市黄金地段的购物中心，正成为各

车企开店的首选。

记者也注意到，在南翔印象城 MEGA 内，就有沃尔沃汽车、岚图汽车、蔚来汽车、理想汽车、特斯拉、飞凡汽车、极氪空间、福特电马汽车、小鹏汽车等多家的线下体验店。“现在大家都是这么卖车。”上述一家车企的销售顾问向记者说道。

以上汽大众 ID. Store 为例，上汽大众相关负责人告诉记者，ID. Store 选址落位于城市主要 CBD 商圈，利用客流量密集度和靠近消费群体的优势，提高大众品牌及 MEB 产品曝光量与关注度，满足消费者对线上服务和线下体验深度融合的需求。

上汽大众相关负责人表示，“实现 ID 营销渠道 To C 转型，从产品的角度，ID 系列产品上市和 NGA 代理制模式推广都需要依托



上海南翔印象城 MEGA 内，有沃尔沃、蔚来、特斯拉、上汽奥迪等多家车企的线下体验店。
本报资料室/图

新的渠道载体；从市场的角度，城市中心是品牌向上的主阵地，需要更多更新的产品和品牌露出；从客户的角度，消费群体在移动互联网和电商的影响下，逐渐形成了‘线下体验、线上购买’的新型消费行为，基于以上定位，上汽大众 ID. Store 新能源城市展厅率先从深圳、上海、成都、杭州等新能源重点城市落子布局。”

“即便在疫情期间，也持续在

推进大众品牌 ID. Store 新能源城市展厅全面铺开。截止到 6 月底，上汽大众已发展 Volkswagen ID. Store 117 家，ID. 代理商共计 807 家，每天可向数以万计的客户提供服务。”上汽大众相关负责人告诉记者，“接下来 ID. Store 不仅会继续在一二线城市攻城略地、抢占商圈，还将加强三四五线城市布局，在全国范围的新能源市场上为品牌和产品带来更多的营销触点。”

18.1%经销商完成上半年目标

新的经销模式盛行的背后，传统的汽车经销商也正经历着巨变。

新的经销模式盛行的背后，传统的汽车经销商也正经历着巨变。8 月 1 日，中国汽车流通协会发布 2022 年上半年全国汽车经销商生存状况调查报告(以下简称“经销商调查报告”)。据悉，上述调查于 7 月初正式启动，调查对象以乘用车授权经销商为主。

调查结果显示，受到芯片短缺及疫情反复的影响，仅有 45.1% 的经销商完成了半年任务指标的 80%

以上。此外，完成半年度销量目标的经销商占比为 18.1%，其中，豪华/进口品牌经销商目标完成情况较好，24.6% 经销商完成半年度销售目标。

在盈利方面，调查结果显示，2022 年上半年经销商盈利面为 27.3%，亏损面为 19.1%，大部分经销商盈利情况基本持平。豪华/进口品牌整体盈利情况较好，超过五成的经销商实现盈利，合资品牌及自主品牌

的盈利经销商占比在 15% 以下。

直营模式会给传统的 4S 店模式带来多大的冲击？东北证券研报指出，新势力选择直营的原因多样，如迎合年轻消费者、提升服务满意度等，但底层逻辑在于提高盈利。“购物中心和线上的流量成本很低，当销量规模起来之后，直营模式下卖一辆车的销售成本可能只有传统授权模式的 1/2~2/3。但是直营不会全盘取代授权，直营、

代理、授权将长期并存。”

上述研报还指出：“传统车企仍倾向于授权，或部分尝试代理(收入大幅下滑，利润小幅下滑)，威马、哪吒探索直营后回归授权，小鹏在各个环节开展与经销商的深度合作。电动车目前处于渗透期，供不应求阶段直营可赢得高利润，但在供过于求时大量的重资产直营渠道将成为沉重负担。”

经销商调查报告显示，今年 6

月，国家减税、地方政府补贴、厂家补贴、经销商促销等众多消费政策落地，对需求消费端实现较强的拉动作用，加速汽车市场恢复。

值得一提的是，中国汽车流通协会 8 月 10 日发布的 2022 年 7 月“汽车经销商库存”调查结果显示，7 月汽车经销商综合库存系数为 1.45，环比上升 6.6%，同比与去年持平，库存水平位于警戒线以下，处于合理范围内。

二手车市场新蓝海

面对二手车这一蓝海市场，国内众多经销商集团也在深度布局二手车业务。

对于汽车流通行业的未来发展，中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三提出，品牌厂家的淘汰赛开始加速，随之带来流通渠道的变革，二手车业务将成为经销商最为核心的战略性业务板块。

面对二手车这一蓝海市场，国内众多经销商集团也在深度布局二手车业务。以永达集团为例，2021 年

初，其推出“2+1”的二手车新零售商业模式，打造线上线下融合的数字全渠道的业务格局，实现从传统运营向数字化+全渠道运营体系升级。

8 月 18 日，永达集团旗下二手车零售品牌，即“永达官方认证二手车”正式发布，全新名称、标识、产品及服务体系正式启用。永达集团副董事长、总裁徐悦在发布仪式上指

出，此次品牌升级，标志着永达二手车正式迈入品牌化发展新阶段。

对于二手车市场未来的发展规模，罗兰贝格此前预计，中国二手车市场未来 5 年将保持约 10% 的年化市场增速，2025 年二手车交易量预计可达 2340 万辆左右，中国的二手车市场仍是未来我国汽车价值链的高价值潜力环节。

东北研报指出，当前正处于二手车十年爆发期的起点。根据先导国家美日经验，乘用车报废更新率达到 20% 左右二手车市场进入 10 年左右的爆发式增长期，年均增速远快于新车。

“伴随着二手车政策解绑，如税率下调、全面取消二手车限迁、限购城市设置小客车周转指标等，下一

步还可能明确二手车商品属性、修订《二手车流通管理办法》等，2025 年有望实现二手车交易量与新车销量持平，二手车业务将成为经销商企业重要利润增长点。”上述研报指出，“可以乐观的预计，二手车交易量将保持 20% 左右远超新车的高增速，有望在 2025 年左右与新车销量持平，达到 2000 万辆规模。”

入主云度汽车 布局新能源赛道

均瑶集团造车棋局初显

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

火热的新能源汽车“围城”外，从不缺乏新的入局者。

天眼查显示，以上海均瑶(集团)有限公司(以下简称“均瑶集团”)为主要股东的珠海宇诚投资中心(有限合伙)(以下简称“珠海宇诚”)日前已成为“造车新势力”云度新能源汽车有限公司(以下简称“云度汽车”)的最大股东，持股比例达 85.31%。除此之外，云度汽

车前 CEO 林密的职务也变为公司董事；公司法定代表人则由吴俊钦变更为具有均瑶集团旗下公司任职背景的王精龙。

资料显示，王精龙曾任均瑶集团旗下上市公司无锡商业大厦大东方股份有限公司(以下简称“大东方”，600327.SH)副总经理兼财务总监。2020 年 11 月，王精龙任该公司董事会董事，2021 年 11 月 15 日因工作变动辞职。值得注意的是，今年 7 月下旬，在莆田广播电视台

播出的云度汽车复工复产后首款新车型下线报道中，王精龙作为合作方代表低调出镜。

对于均瑶集团入股云度汽车并布局新能源汽车产业等相关事宜，《中国经营报》记者致电林密，其表示需通过云度汽车官方渠道进行沟通。

随后，记者多次致电云度汽车总部，但电话始终无人接听。而均瑶集团相关负责人则表示：“尚不清楚具体情况。”

云度“卖身”传闻落定

云度汽车称得上是国内“造车新势力”早期的代表公司之一。2015 年，云度汽车正式挂牌成立，主要从事新能源汽车及关键零部件研发、生产和销售。

作为国内最早拿到资质的“造车新势力”之一，云度汽车曾有着自己的高光时刻。在公司成立后的两年时间内，云度汽车快速完善产品布局，并推出了云度 π 1、π 3 和 π 7 三款产品、七大车型。

除此之外，云度汽车还在 2018 年克服量产和交付两大难关，全年完成 9300 辆销量并 100% 实现交付，被业内称为“交付最早”“走得最稳”的“造车新势力”企业。

不过，云度汽车此后开始陷入发展困境。直到 2020 年 5 月，

作为公司创始人之一的林密在离开云度汽车两年多后，宣布回归并出任公司 CEO，全面主持公司整体战略制定及日常经营工作。

云度汽车方面彼时也表示：“此举标志着已经在新能源造车之路上走过五年历程的云度汽车，将‘从心出发’，重新踏上二次创业之路，开创新的征程。”

但在国内新能源汽车行业竞争日趋白热化的背景下，云度汽车并未能重现往日的辉煌。公开数据显示，今年一季度，云度汽车旗下两款在售车型累计销量仅为 516 辆。

而在此前，云度汽车已陷入“卖身”传闻中。早在 2021 年 7 月份，就有业内人士告诉记者，新能源汽车“中概股”康迪科技集团

(KNDI.US) 已和云度汽车进行过多轮洽谈，希望通过全资收购的方式将云度汽车位于福建莆田的生产基地纳入到公司的产能布局体系中。

彼时，云度汽车副总裁兼营销中心执行副总裁张震告诉记者：“公司确实跟一些潜在投资者在沟通，等到时机成熟的时候会和大家沟通。”

天眼查显示，云度汽车目前最大股东便是珠海宇诚，持有 85.31% 的股份。珠海宇诚的股东分别为林密、深圳市前海溟天投资管理合伙企业(有限合伙)、上海均瑶航空投资有限公司、上海吉道航新能源发展合伙企业(有限合伙)。股权穿透信息显示，后两家公司的股东都包括均瑶集团。

深度布局汽车产业链

面对新能源汽车广阔的市场前景，均瑶集团也在低调进行着布局。

官网资料显示，均瑶集团是以实业投资为主的现代服务业企业，现已形成航空运输、金融服务、现代消费、教育服务和科技创新五大业务板块，旗下拥有 4 家 A 股上市公司，员工近 2 万人，规模位居“中国服务业 500 强企业”第 181 位。

除入股云度汽车之外，近期有消息称，上海吉祥航空股份有限公司(603885.SH，以下简称“吉祥航空”)母公司均瑶集团或将入局造车，将成立新能源汽车产业基金，

希望能在新能源汽车行业开创一家面向未来的公司，汽车品牌则被命名为“吉祥汽车”。

对于上述消息，吉祥航空相关负责人告诉记者，目前没有任何消息可以对外发布。不过，据澎湃新闻报道，均瑶集团的造车计划仍处于筹备阶段，讨论造车的具体时间可能仍然为时尚早。

尽管如此，均瑶集团已在多维度布局汽车业务。公司官网信息显示，大东方经营领域便涵盖汽车销售及服务，并下设汽车经销商集团“东方汽车”，定位于规模化的汽车销售及服务，主要立足长三角

经济最发达的地区进行区域布局。

此外，早在 2015 年 2 月，均瑶集团就成立了上海均瑶汽车贸易有限公司，经营范围涉及汽车、汽车配件、机械设备的销售，汽车、机械设备的租赁，从事货物及技术的进出口业务。

记者注意到，在旗下公司入股云度汽车的同时，均瑶集团还在今年 7 月成立了上海吉祥智驱新能源汽车有限公司，该公司注册资本 10 亿元，法定代表人为均瑶集团董事长王均金。天眼查信息显示，公司经营范围包含新能源汽车整车销售、新兴能源技术研发和汽车零部件研发等多个领域。

对于均瑶集团深度布局汽车产业链的举动，浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林分析认为，或是公司看到了未来新能源汽车的广阔发展前景，新能源汽车替代燃油车将成为必然趋势。

初始股东“割肉”离场

事实上，早在今年 4 月，就有相关媒体援引知情人士的话报道称：“均瑶集团于 4 月 20 日前与云度汽车签署了相关协议，将正式接盘，成为实际控制人。”

彼时的股权结构显示，云度汽车的最大股东为莆田市国有资产投资集团有限责任公司(以下简称“莆田国投”)，持有 43.44% 的股权；第二大股东为福建龙头产业股权投资基金合伙企业(有限合伙)，持股比例是 30%；第三大股东为珠海宇诚，持股比例为 15.56%；第四大股东则是江西海源复合材料科技股份有限公司(以下简称“海源复材”)，002529.SZ)。

据了解，莆田国投由莆田市国资委全资控股，珠海宇诚彼时的执行事务合伙人是林密。而海源复材早在云度汽车成立之初便出资 0.99 亿元入股，为公司初始

股东之一。

4 月 13 日，海源复材发布公告称，公司拟将持有的云度汽车 11% 股份转让给珠海宇诚，转让价款为 0.22 亿元。在上述交易完成后，海源复材将不再持有云度汽车股权。

上述公告显示，云度汽车 2021 年度的营业收入为 6776.32 万元，净利润亏损 2.13 亿元；今年 1~3 月(未经审计)，营业收入为 660.25 万元，净利润亏损 5571.36 万元。截至今年 3 月 31 日(未经审计)，云度汽车的资产总额为 16.52 亿元，负债总额为 16.82 亿元，净资产则为 -3079.64 万元。

“云度汽车及各子公司合并报表各年度净利润均是负数，且亏损态势越来越严重。目前因为资金链断裂，云度汽车于今年 2 月开始已处于停产状态。”海源复

材在公告中表示，“新能源汽车行业国补、地补逐年下降，该补贴收入对云度汽车经营影响重大且难以预测。受市场芯片短缺、电池供不应求的影响，对云度汽车的生产经营也造成了较大影响。”

不过，对于“因资金链断裂导致停产”的说法，云度汽车方面随即予以否认，并称停产是由于电池问题，预计在今年 6 月底左右复产。4 月 26 日，林密也曾向记者表示，公司计划将于 6 月底复产。直到 7 月 26 日，云度汽车复工复产后的首款新车型 π 1 lite 在莆田下线。

“经营亏损只是公司转让所持云度汽车股份的一方面原因。”对于转让云度汽车股份的目的和影响，海源复材相关负责人此前向记者表示，“更多的是因为我们把业务不相关的产业处理掉。”

遗失声明

杜邦贸易(上海)有限公司不慎遗失空白盖章纸，共计六张，特此声明作废。

杜邦贸易(上海)有限公司
2022 年 8 月 26 日

遗失声明

罗门哈斯电子材料(上海)有限公司不慎遗失空白盖章纸，共计 25 张，特此声明作废。

罗门哈斯电子材料(上海)有限公司
2022 年 8 月 26 日