

# 疫情“冰封”二手车行业 优信、瓜子等深陷裁员减薪风波

据中国汽车流通协会数据显示，截至3月2日，二手车经销商综合复工率为36.6%。

作者 / 易扬

裁员、减薪、停工待岗、高管离职，接连不断的财务亏损、运营中断等类似新闻曝出，二手车企业似乎集体走入行业阵痛期。

被誉为“二手车第一股”的优信二手车也被传出安排员工停工待岗的消息。

此前，优信还传出降薪消息，涉及一般员工与高管，降薪从20%到40%之间，并暂实行至今年5月31日。

3月2日，优信二手车便立即否认了公司有关停工待岗的传闻。优信方面表示，疫情暴发之初，公司就对行业、公司做了预判，成本得到了有效控制、现金流安全，并决定不裁员。

“没听说有裁员消息，之前受疫情影响，没什么人看车，所以上个月工资肯定很低了。”3月2日，一名负责检测二手车的优信员工向时代财经表示，有听说其他企业同行因为减薪离职的，在疫情这种时候，其实这类现象并不意外。

疫情突袭，二手车平台在二月份或将面临创纪录的低成交量，现金回流难度进一步加大，企业运营压力陡增。

事实上，在疫情之前，行业发展的不景气也持续拖累着头部企业的表现。优信去年的最新财报数据显示，优信三季度总营收为4.61亿元，净亏损2.684

亿元，截至2019年三季度，优信亏损金额已达10.13亿元。

在股价方面，截至美东时间下午四点收盘，优信二手车报收1.62美元/每股，总市值4.76亿美元，较上市时的27.61亿美元已跌去八成。再与1月21日的股价2.67美元/每股相比较，疫情期间，其股价已经跌去近四成。

## “二手车第一股”被传裁员、减薪

在疫情的突袭下，二手车行业受损严重，零成交、资金吃紧、经营困难等现象成为各大企业的普遍现象。

3月1日，有媒体称，优信二手车给部分员工发通知表示，因公司经营遇到困难，岗位暂无工作安排，于3月1日安排停工待岗。停工待岗期间，将按照各地政策支付最低生活保障，并负担员工基本社保和住房公积金，待公司经营状况转好，再安排归队事宜。

不过，优信二手车在第二天就否认了此消息，并称疫情期间，优信各项工作都在正常开展，没有停工更没有休克，同时成本得到有效控制，现金流处于安全状态。

但对于此前的临时降薪传闻，优信并未否认。优信在公告中表示，2月15日，公司启动了暂时性灵活用工及在岗员工临时降薪等措施，为部分待岗同

事依法依规缴纳保险全额发放生活保障金，其他员工按级别临时性降薪，在疫情之下，优信不裁员。

“大家应该可以理解这些措施，毕竟待在家，干的活少，待遇自然会减下来。”上述优信员工对时代财经表示，由于工种不同，自己没有降薪，对于被减薪的部分员工和高管，他并不了解相关措施执行情况。

不过疫情尚未结束，危机也无法解除。可以预见的是，优信二手车在疫情冲击下，开年业绩将受到相应冲击。优信在公告中也承认，虽然整体二手车行业和公司业务已在逐渐恢复，但根据当前市场状况，公司预计Q1甚至Q2业务会因此受到不同程度的影响。

3月2日，时代财经就公司发展和受疫情影响等问题致电优信二手车，截至目前，未获直接回复。

除了开年业绩并不乐观以外，优信二手车近两年的持续亏损也尤为引人关注。

在2017年，优信实现营业收入19.51亿元。2018年6月，优信正式登陆美股后，其发行价为每股9美元，总市值高达27.61亿美元，当年营收也实现了高速增长，达到33.15亿元。

不过，2017年和2018年，优信二手车依旧“不挣钱”，两年分别亏损27.48亿元、15.38亿元。

进入2019年，据最新财报数据显示，去年前三季度优信累计亏损10.13亿元，亏损幅度虽然在收窄，不过近年持续亏损的基本面未能改变。

## 二手车行业遭疫情“冰封”

面对疫情冲击，优信二手车遭遇的困境只是整个行业的缩影。

在此前时代财经的采访中，多位二手车商曾表示，此次疫情严重影响了企业的正常运转节奏，运营受阻导致无力承担成本支出。在二月份，几乎零成交的业绩表现让不少企业面临资金链中断风险。

“受疫情影响，二月份前三周新车销量大概下滑九成以上，二手车的交易量估计和新车销量的下滑幅度差不多。”3月3日，资深汽车行业分析师张翔告诉时代财经，目前行业发展在疫情未解除之前，并不乐观。

3月2日，广州保利捷二手车行一名经销商告诉时代财经，虽然现在进入3月份，但还是没人来看车，对整个市场没有太多信心。他还表示，很多同行没有启市，因为知道即便开门，短期内也不会有成交。

据中国汽车流通协会数据显示，截至3月2日，二手车经销商综合复工率为36.6%。可以预见的是，疫情的冲击波将持续至三月，二手车市场的能否正

常发展仍面临重重考验。

行业不景气叠加疫情来袭，不仅是优信，多家二手车平台或关联企业接连被曝出裁员、减薪传闻。

除了上述优信二手车被传部分员工和高管降薪20%到40%之间以外，瓜子二手车也于近日被传集团岗位将施行阶段性薪酬和假期调整方案等疫情应对措施。

在一个月前，大搜车集团也被曝裁员70%。不过大搜车创始人兼CEO姚军红接受媒体采访时表示，公司确实进行了人员优化，约在13%-14%，也给了N+1补偿。

3月3日，大搜车公关人员向时代财经确认了姚军红的说法，并表示，疫情之下公司进行了业务的聚焦，所以涉及到了小部分的员工调整，但同时也给予了相应的补偿。

在疫情之下，各企业纷纷祭出应对措施，随着疫情逐渐控制，短暂“冰封”的二手车行业或很快可以迎来“解冻”。

“二手车行业标准不规范，在二手车检测、估价等方面没有成熟的制度，很多消费者觉得上当受骗。”对此，张翔提醒，破除疫情障碍之后，二手车行业能否迎来持续稳定的健康发展依然面临不少变数，行业发展不规范依然是痛点所在。

(转自时代财经)

## 经销商难复工 新车销售停滞 车企转战“线上销售”抢流量

一边是消费需求无法释放，一边是车企、经销商库存难降，当前整个汽车销售市场处于“冰封”状态，拥有巨大流量的直播平台成为车企卖车的新战场。

作者 / 万雪飞

2月份前半个月销量大跌九成，给2020年车市再添加了一丝不确定性。据乘联会最新预计，2月销量将大幅度低于预期，保守估计同比下滑70%；1-2月累计下滑幅度达40%。

而目前经销商开工率仍普遍不高，截至2月24日16时，经销商综合复工率仅为14.83%。面对线下销售渠道按下暂停键、消费者足不出户的挑战，车企并没有“坐以待毙”，纷纷联手经销商开启线上销售，一时间，线上战场成为各家车企争夺的阵地。

据蓝鲸汽车不完全统计，目前包括吉利、长城、比亚迪、上汽荣威、北汽新能源、奇瑞、江淮、广汽新能源、上汽大众、上汽通用、宝马、广汽丰田、广汽本田等传统车企，以及蔚来、威马、小鹏、哪吒等造车新企业纷纷转战线上销售，推出了VR看车、无接触购车、上门试乘试驾等服务。

车企开启“线上销售模式”在增加用户粘性、销售线索方面确实获得有不错的成效。不过，目前“线上销售模式”车企仍处于初级阶段，存在不少痛点，包括用户消费习惯以及技术方面的限制。

### 2月前半月零售大跌九成 经销商库存积压

相比车企有序复工，业内更担心车企面临汽车市场需求端的挑战。

根据日前乘联会对外公布最新销量数据显示，今年2月份前半个月国内乘用车日均零售销量仅为2249辆，与去年同期的29090辆相比，大跌92%。

其中，2月第一周（1-9日）的乘用车市场零售几乎处于“停摆”状态，日均零售811台，同比增速下降96%；2月第二周（10-16日）的零售达到日均4098台，同比增速下降89%，此时各地经销商的开业数量少，经销商客流很少，因此只有特别急迫的购车需求才在疫情期间购车。

根据中国汽车流通协会最新发布的数据，截至2月26日，在全国82家经销商集团、4950家经销商店进行的调查中，经销商综合复工率仅为23.53%。

其中，地方政府明确规定复工时间因素占61.8%、复工申请未得到批准的因素占50.9%，此外，防疫物资短缺不支持复工、员工返岗交通有困难、复工业务不能支持各项开销等因素也影响经销商节后复工效率。

受疫情影响，一方面经销商开工率普遍不高，当前乘用车市场零售也处于“冰封”状态，尽管多家车企针对经销商推出支持政策，包括不对2月设定销售目标，发放超千万元员工补贴、延续促销政策支援等。

但是仍有不少经销商库存积压。据中国汽车流通协会调查显示，受疫情影响，企业延期开工，2月份销售压力巨大，库存系数会大幅攀升。

### 车企试水“线上销售” 直播平台成新战场

当线下销售渠道按下暂停键、消费者足不出户的大环境下，线上战场成为各家车企争夺的阵地。各大直播平台包括抖音、快手、易车、天猫等平台更是成为车企试水的新战场。直播间内，车企主播们滔滔不绝，使出浑身解数开始

他的花式表演。

其中，威马汽车携手其全国智行合伙人在抖音APP、快手APP、淘宝APP、知乎APP等平台，开启“云赏车”直播互动看车活动，主要介绍车型的功能、设计、配置。

据威马汽车方面向蓝鲸汽车透露，截至2月25日，威马汽车已累计推出273场互动直播，吸引超40万人次“云看车”，单场最高观看人次已超2万。通过创新的“无接触营销”，威马官方抖音平台的粉丝数量较春节前增长超45%。

小鹏汽车同样尝试了线上直播看车、一站式购车、上门试驾/售后/交车等创新的销售推广模式。

截至2月23日，小鹏汽车全国共有37家门店进行了直播看车和讲车。小鹏汽车认为，从流量转化来看，无论是留资线索、试驾预约以及意向订单，甚至是大订单，均有所收获。

### 线上销售几大痛点： 用户习惯、技术限制

不可否认，“线上销售模式”在增加用户粘性、获取销售线索方面获得不错的成效。不过，目前“线上销售模式”车企仍处于摸索阶段，存在不少痛点，包括用户消费习惯以及技术方面的限制。

在记者采访多家车企中，他们普遍认为随着技术的进步，智能汽车销售的非线下化未来会成为趋势。小鹏汽车方面表达同样的观点。不过，他们认为，“这需要企业销售服务、市场、信息化等多个部门的合作。这一轮疫情，换个积极地角度思考，应该会成为小鹏汽车推动线上销售服务模式进

一步完善的机遇。”

威马汽车则从两方面表达对线上模式的思考。一方面，从企业层面来看，“线上销售”对企业的数字化运营能力是一大考验；另一方面，从用户端来说，汽车毕竟是大宗消费品，用户仍需要亲自试乘、试驾体验以后才能做出购买决策。”上述威马汽车相关负责人表示。

而在实践中，“线上模式”对人员的技能和素质提出了新的要求。”哪吒汽车相关负责人对记者表示，“线上模式”

难点还在于线上销售、上门交车、上门售后是一体化操作，需要通过打通各个环节数据、通力合作形成闭环，从而为用户提供便捷的消费体验。

为此，哪吒汽车实施“哪吒汽车极致云海计划”，在云端部分搭建Saas 360°云触点系统平台，涵盖汽车销售、线上购物、车主服务等不同移动业务终端，通过终端的用户销售管理，将不同业务融会贯通。

(转自蓝鲸汽车)

## 链接

### 2月汽车经销商库存预警指数81.2% 环比、同比均上升近三成

作者 / 万雪飞

3月2日，中国汽车流通协会发布了今年2月份我国汽车经销商库存预警指数。数据显示，2月经销商库存预警指数创下新高达81.2%，环比上升29.5%，同比上升27.7%，库存预警指数位于警戒线之上。

分品牌类型来看，今年2月进口&豪华品牌指数、主流合资品牌指数、自主品牌指数较上月上升，数字从62.6%、67.6%和50.1%上升至82.3%、81.2%和78.9%。

对于3月份库存情况，中国汽车流通协会预计3月汽车经销商库存系数将环比上升。中国汽车流通协会通过对多家经销商的调查结果

显示，认为3月市场需求增加的经销商比例为47.0%，认为“减少”的经销商比例为43.1%，认为“持平”的是9.9%。

同时，通过调查，经销商普遍认为3月经营状况不好。其中，认为3月经营状况“不好”的经销商比例为51.6%，认为经营状况“好”的比例为6.5%，认为经营状况“一般”的比例为41.9%。

对于整体汽车市场走势，中国汽车流通协会预计，2月份整体市场销量同比下降幅达80%左右。到3月底，综合复工率将达到比较高的水平，生产生活秩序开始逐渐恢复。3月整体市场销量降幅可能在50%左右，汽车市场整体恢复到正常水平可能要到5月份左右。

(转自蓝鲸汽车)