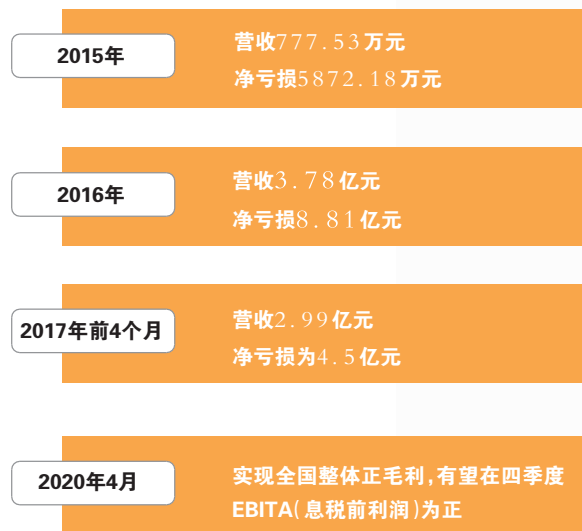


首汽约车盈利 轻运营后谁重了

上线五年,首汽约车终于盈利。5月6日,首汽约车CEO魏东发布全员内部信宣布,首汽约车实现全国整体正毛利,并有望在今年四季度EBITA(息税前利润)为正。值得注意的是,首汽约车利润的由负转正离不开其轻运营模式的转型。然而,无论是开放加盟还是自营转承包,都意味着平台对于司机掌控力的降低,首汽约车自身的经营模式转轻了,多出来的部分又由谁来承担:司机的运营成本增高抑或是服务质量的降低?

首汽约车业绩变化



首汽约车车辆规模变化



终于盈利

内部信显示,继2019年7月首汽约车在上海和深圳率先实现盈利后,2020年4月首汽约车实现全国整体正毛利,多座城市进入盈利,公司有望在今年四季度EBITA为正。

疫情下,首汽约车的“成绩单”在同行中颇为亮眼:“目前受疫情影响,网约车市场经营处于乘客相对较少的艰难局面。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,前期网约车市场发展过快,今年网约车市场面临巨大压力,整体运营成本相对较高。

公开资料显示,首汽约车主要通过自有车辆和招募自有司机提供网约车服务。2015年9月上线之初,首汽约车拥有500辆车;2016年7月,首汽约车全国车辆规模超过8000辆;2017年11月,首汽约车全国运营车辆超6万辆。

随着车辆规模不断增长,首汽约车的亏损问题也愈加明显。数据显示,2016年首汽约车净亏损猛增至8.81亿元。

巨亏的背后是持续加码的补贴。2017年,首汽约车曾推出“充100返100”等补贴活动,

优惠力度远超竞争对手。对此,魏东颇为无奈。他表示,网约车的上半场战争完全是补贴之战,大鱼吃小鱼,不吃就要“跟补”。

不过,即便排除补贴因素,首汽约车的成本也仍然较高。作为一家B2C平台,首汽约车需要自行购置或租赁车辆,而网约车的主流车型多为日系、德系等品牌B级车,即便网约车平台大批量采购能拿到更低的价格,每辆车成交价也在15万元左右。此外,首汽约车还需向自营司机补贴油费等。

降低成本

魏东在内部信中透露,首汽约车能实现全国整体正毛利的目标,与其“轻量化、差异化”的改革措施密切相关。

2018年开始,首汽约车引入加盟合作,扩大运力,当年首汽约车车辆总规模突破50万辆,并于2019年底突破80万辆。

通过开放加盟,首汽约车不仅增加供给量,还省下了车辆购置或租赁费用。据介绍,私家车主可带车加盟首汽约车。以广州为例,加盟车辆需为粤A牌照,且车龄为四年以下,并办

理符合当地网约车新政要求的险种及保额。

2019年4月,首汽约车又“动刀”自营模式,实施自营转承包的经营模式改革。据了解,首汽约车向自营司机提出三种选择方案:一是继续选择自营;二是选择由自营转为承包,增加车辆自由度,同时对驾驶员薪酬体制进行合伙制改革;三是对前两种方案均不认同和选择,交车离职。截至2019年底,首汽约车累计转承包驾驶员达2万余名。

在部分司机看来,首汽约车之所以实施自营转承包,就是为了通过降低司机待遇来实现省钱的目的。一位首汽约车自营司机表示,此前平台会为自营司机提供双倍油补、手机费报销、车辆维修保养等福利,车辆维修费用也由平台负责。转变为承包制后,油补将实行阶梯制,手机费和车辆保养费需要司机承担,维修费则由平台和司机共同承担。自己现在平均每个月要比以前少赚1000-2000元。

首汽约车相关负责人则表示:“新方案对于运营积极性不高的驾驶员来说,未来通过平台的收益会降低。但从大方面来说,新模式会在根本上提升平台的运营效率,调动驾驶员接单积极性”。

“由于B2C模式属于重资产模式,首汽约车一直存在扩张效率比较低、运营成本过重等问题。自营改承包的实质是大力发展轻资产模式,进而降低运营成本,减轻亏损压力。”经济学家宋清辉表示。

忽略服务?

虽然开放加盟和自营改承包有助于首汽约车降本,但对于改革的质疑声也不少。一位首汽约车司机表示,自己选择了承包制,但高达7000多元的月承包费用相比普通出租车较少的订单量,以及车辆维修费用需要按比例分担等,让本次公司的运营模式转变更像是“变相降薪”。

业内人士认为,在新的承包制下,由于基础待遇“缩水”,司机的收入基本全靠提成,面临的订单金额压力也随之加大,这可能会让部分司机更看重接单数量,而忽略服务质量。

在华声在线的投诉平台上,反映首汽约车司机服务态度和业务素质存在问题的投诉频频:“发布打车后,司机30秒就接了我的打车单,大晚上我带着孩子在门口等了15分钟

也没等到司机,导航看着他越走越远。在我打客服电话的过程中,司机又私自操作,点选我已上车,然后又点击行程结束,扣费7元。”一位首汽约车用户称。

对于服务品质的问题,首汽约车方面表示:“2020年,首汽约车进行品质分层,将注重品质服务的驾驶员和注重效率的驾驶员分层运营,同时,将增加车辆网设备的线上管理,达到随时可视化的监管”。

然而,不仅承包制司机服务质量面临质疑,自营司机也可能出现违规行为。据了解,在自营改承包后,一些自营司机反映待遇降低:需要每天工作8个小时,如果工作时间未满足要求,将按小时数扣钱,同时每月订单额需达到1.5万元以上才能拿到提成,双倍油补也缩减为1.86倍油补。

近期,北京商报记者在某网约车平台预约到一辆京B牌照、车身标识为“首汽约车”的网约车。该网约车司机表示,自己是首汽约车的自营司机,由于觉得改革之后的收入变少,所以他平时会尽快完成平台任务,然后继续在其他平台上跑几单快车来赚一些外快。

对此,一位首汽约车内部人士向北京商报记者透露,公司肯定是不允许平台的司机有这种行为的,但一些司机确在偷偷这样做。至于油费方面,公司现在会根据司机完成任务的情况按等级给,跑得多,后台显示订单多,就给得多,反之则少。

实际上,首汽约车的竞争对手也不好过。同时拥有自营与加盟的曹操出行也长期处于亏损之中。今年3月,曹操出行总经理董凯楠曾表示,目前,曹操出行在部分城市盈利,整体来说是亏损的,现在处于投入期。

专注于自营模式的神州专车此前一直称“盈利可期”。然而,根据神州专车母公司神州优车发布的2019年半年度报告,归属于挂牌公司股东净利润为-6.52亿元。而对于2019年度的业绩情况,自4月21日神州优车表示,2019年度财务报告可能无法按期披露后,就再无下文。

对于当下降低成本、服务打了折扣的首汽约车来说,未来如何拼过这些“以亏损换客户”的对手们,还是未知数。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

转转吞并找靓机 二手平台“三国杀”硝烟再起

瞄准二手手机

据介绍,转转与找靓机合并后,作为转转集团旗下子公司,找靓机将继续保持独立品牌发展,进一步拓展二手3C领域B2C市场;找靓机CEO温言杰将出任转转集团副总裁,向转转集团CEO黄伟汇报,找靓机的联合创始人也将成为转转的联合创始人。此外,找靓机团队股份和梅花创投、青山资本、东方富海等投资人的股份也将转换为转转的股份。

黄伟在写给转转和找靓机全体员工的内部信中表示,合并后,公司将进一步巩固线上二手手机用户交易的第一地位,同时也将成为二手B2C第一和线上C2B的第一。据黄伟透露,合并后公司估值将达到18亿美元。

关于转转与找靓机合并的原因,转转相关负责人告诉北京商报记者,从二手手机3C这一垂直品类所处的行业看,手机是二手市场上最大的单品类,从业者多,积累者少,非标和供应链的不稳定制约着行业的流通,不透明影响了用户的信任。

通信专家马继华则认为,转转与找靓机的这次合并,本质上属于抱团取暖,面对严峻的市场形势,一些所谓的垂直化专业化的平台都需要“活下去”,类似的合并不会少。“至于说业务互补,或者资源整合,也都是事实,但在大环境面前,这些理由不是主要原因。”

三足鼎立还是一家独大

资料显示,转转成立于2015年11月,几年来,通过在业内首创二手手机验机模式,加上腾讯和58同城的资本加持,转转已经逐渐占据二手交易市场主导地位。

继社交、电商、支付等领域后,互联网巨头们又将战火蔓延到了二手市场。5月6日,由腾讯投资的二手交易平台转转宣布,战略合并二手手机B2C交易平台找靓机,这与阿里旗下的闲鱼+回收宝组合,以及京东的拍拍+爱回收组合,基本形成了三足鼎立的格局。

随着消费观念的改变和智能手机更新换代加快,二手手机市场逐渐被消费者所接受。然而,5G逐渐崛起,二手的4G手机由谁来接盘,是二手交易平台不得不面对的难题。

而找靓机是二手手机垂直平台,以B2C模式为主。目前,找靓机累计下载用户超过9000万,MAU位居二手行业第三,紧随闲鱼和转转之后;极光大数据日前发布的《二手手机行业研究报告》也显示,找靓机在二手手机B2C领域中排名第一。

两家公司早在去年就开始了合作。2019年11月,转转联合线上回收平台闪回收、国内头部供应链企业柒月、壹品等,以及全国重点手机流通区域的主要地方回收商、渠道商共同投资成立新公司,推出全新的二手交易平台“采货侠”,不久后,找靓机也正式投资入股。

表面看来,转转与找靓机的合并,只是两家二手手机平台提升实力的表现。但在其背后,其实是腾讯、阿里、京东三系的市场斗争。目前,二手交易平台的格局已初现,基本呈现出三足鼎立的格局:一方是腾讯投资的转转+找靓机组合,一方是阿里的闲鱼+回收宝组合,另外一方就是京东的拍拍+爱回收

组合。

那么,对标阿里系和京东系,转转+找靓机的组合有何竞争优势呢?转转相关负责人在接受北京商报记者采访时表示:“一方面,转转和找靓机的MAU/DAU数据已经说明,合并后的转转集团拥有强大的线上流量优势,特别是在二手手机这一垂直赛道上,其他玩家很难赶上;另一方面,转转和找靓机都在二手手机3C这一垂直品类上精耕质检体系建设,并且已经形成了核心竞争力。此次合并后,对于质检体系,我们也会深度融合,从而推动行业准体的建设”。

产业观察家丁少将也认为,转转合并找靓机之后,其模式会得到补充,综合C2C、C2B2C和B2C。

不过,马继华不太认可三足鼎立的观点。他指出,无论从用户量还是交易规模来看,三方完全不成比例,闲鱼是一家独大的状态。“从定位上,转转与重生的拍拍,本质是旧物交易,但闲鱼实际上是阿里巴巴社交购物上



全球二手智能手机出货量

的试验场,只是看起来是二手市场。”

二手4G手机何去何从

在智能手机同质化、换机周期变长的大环境下,全新智能手机市场增长放缓。国际数据公司IDC今年1月发布的《2019-2023年全球二手智能手机预测》报告指出,未来几年,新品手机出货量的增长率也会呈现低迷之势;与之相反,二手手机因为高性价比受到欢迎,同时保持高速增长。

极光大数据发布的《二手手机行业研究报告》也显示,用户对线上二手交易接受度越

来越高,今年2月,国内用户人均安装二手手机交易App达到1.09个,头部二手手机交易平台用户量稳定增长。

这其中的一个原因,便是消费主力已经逐渐向“90后”等年轻一代倾斜,二手产品的接受度也越来越高,尤其是手机,更新换代比其他电子产品更快,二手交易平台满足了很多用户体验式消费的心理。

不过,随着5G手机逐渐普及,未来二手的4G手机到底谁来接盘也是个难题。从今年各大手机厂商发布的产品来看,5G已经成为标配,难见4G手机的身影。

在丁少将看来,4G手机无人接盘的情况可能会存在,但最终会发展到什么程度,现在还不能预计。从现实情况看,今年一季度发布的新机中,4G和2G产品仍然占据50%以上的比重;刚刚发布的4G手机iPhone SE反响也不错。也就是说,4G产品目前需求仍在,而5G还处于起步阶段,短期内,二手手机平台还不需要担心这类问题,至于长远角度,寻求多方合作,从自身特性出发结合家电领域常用的“以旧换新”是可以考虑的。

“4G手机还会销售很长时间,在二手市场上生存的时间会更长,未来,二手市场有可能成为4G新手机的战场,成为各家公司甩库存的好地方。对于平台来说,单纯的二手交易肯定没有多大的存在空间,需要进行战略上的调整,不能为了对标而对标。”马继华如是说。

转转则对未来二手手机市场的竞争有很清晰的认识。上述负责人表示,合并后的转转集团会在发展战略上更加侧重于二手手机3C这一男性用户比例明显更高的垂直品类上,从而和其他平台形成差异化发展。

北京商报记者 石飞月