

周转指标将落地 北京二手车交易打通“卡点”

全国二手车交易量为1758.51万辆,同比增长22.62%

载货车
145.38万辆
同比增长9.63%

交叉型乘用车
40.23万辆
同比增长18.59%

M PV
100.86万辆
同比增长21.24%

基本型乘用车
1059.11万辆
同比增长23.34%

客车132.03万辆
同比增长7.02%

SUV197.63万辆
同比增长44.18%

2021年二手车市场概况

在二手车交易环节中,原车主需要等到旧车卖出才能腾挪出购车指标,为方便车商多会选择租赁指标或用个人名下指标收车。但个人新车指标数量有限,叠加租赁指标也将承担风险并支付高额租金,这让不少车商头疼,也让二手车交易流通出现不便。

现在,困扰二手车商的指标问题将得到解决。2月21日,北京市交通委员会网站发布公告显示,为更好地保障二手小客车流通行业发展,将于今年4月1日实施《北京市二手小客车交易周转指标管理办法(试行)》(以下简称《办法》)。业内人士认为,《办法》落地不仅将解决指标问题,更将稳定和扩大二手车的市场消费。

周转流程更加便利

孙利(化名)是北京顺义朝东旧车市场一家二手车门店经营者,名下有20多辆二手车,平时收车卖车还算顺利。但当看到价格合适的车型准备收车时,如果遇到手中指标周转不开就只能眼睁睁错过车辆,毕竟一辆车的周转周期在两个月左右,因此收车的时候很谨慎,以免指标被占用。

孙利的情况并不是个例。北京商报记者了解到,目前,二手车市场分为两类经营主体:一类为以经销商集团、车企二手车业务为核心的经营公司;另一类为以个体为主的中小型二手车商经纪公司。经纪公司即中介或代理公司,在二手车交易市场中这类车商并没有买卖资格,公司名下不能收购二手车,因此这类车商均用个人名下指标收车。

为更好地保障二手小客车流通行业发展,使该行业企业收购、销售二手车的周转流程更加便利。北京市交通委员会、北京市商务局、北京市市场监督管理局、北京市公安局公安交通管理局四部门联合制定了《办法》,将

于今年二季度起实施。

《办法》显示,二手小客车交易周转指标是指在小客车数量调控政策下,本市登记备案的二手车流通企业收购二手小客车、办理二手车销售发票验证时所使用的指标。商务、市场监管、公安机关交通管理部门负责周转指标管理工作。市小客车指标调控管理机构负责具体组织周转指标的配置工作。商务部门负责审核申请周转指标的二手车流通企业在本市的备案信息。

同时,二手车流通企业使用周转指标收购二手小客车办理转移登记时,由公安机关交通管理部门负责在《机动车登记证书》上签注转移登记事项,确定机动车登记编号,核发《机动车行驶证》,检验合格标志,但不制作、不核发号牌。而待交易二手小客车完成交易后不产生更新指标。相关车辆办理完成转移登记,迁出本市的变更登记等手续后,公安机关交通管理部门通过信息系统向指标管理机构反馈相关信息。

“之前我都是用亲戚和自己名下的指标。”花乡市场内一位二手车店负责人表示,“身边的车商大多都是用周边的人指标来周

转车辆,但这样不仅麻烦而且数量也不多,同行经常会吐槽缺指标,要四处找指标对交易的影响还是很大,如今周转指标即将落地,希望能解决指标问题。”

降低交易成本

周转指标落地后,也能让车商交易成本降低。一位北京二手车商对北京商报记者表示,之前身边亲戚的指标不够,只能依靠租赁指标的方式收车。“现在一个指标租金单价一年13000元左右,一辆中端车型利润为3000元,但要是三个月才卖出去那就是根本没赚钱,因为指标一个月的租金就要1000多元。”他称。

而此次周转指标则是以无偿不限量的方式配置,这也将帮助不少车商节省成本。《办法》显示,周转指标不占用每年度的单位、家庭和个人小客车指标配置数量,并且周转指标不限制总量、实行无偿配置。通过推出二手车周转指标,可以实现二手车周转不占用现有车辆指标。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,同时降低二手车周转中的成本问题,增加二手车的周转速度,不仅是

利好车商更是利好消费者。

为了进一步加强市场管理,《办法》中明确规定任何单位和个人不得买卖和租赁周转指标。对擅自买卖、租赁周转指标的,指标管理机构不再受理相关企业的周转指标申请;涉及违法的,由相关行政主管部门依法依规进行查处。对于经公安、司法机关等调查确认有买卖、变相买卖、出租或者承租、出借或者借用周转指标确认通知书行为的,由指标管理机构公布指标作废;已使用周转指标完成车辆登记的,由公安机关交通管理部门依法撤销机动车登记,由指标管理机构公布指标作废。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示,不限制总量、实行无偿配置,不仅解决了车商需要指标的问题,也杜绝了二手车市场上车商租赁私人名下的小客车指标用于二手车交易的问题,恢复汽车市场、汽车消费中合理使用指标的顺序。

增强市场管理

除解决车商指标问题、为消费者提速交易外,《办法》中的相关规定也将进一步规范

二手车市场管理。

北京商报记者了解到,对于申请对象和如何申请《办法》中也做出了相应规定。其中,二手车流通企业申请周转指标需要提交三份材料:(一)企业在本市的二手车经营备案信息;(二)交易市场内租用停车位信息或交易市场外固定使用的停车位信息;(三)申请周转指标数量。

同时,《办法》规定,二手车流通企业同时使用的周转指标数量不得超过其在本市合法登记的二手车交易市场(以下简称“交易市场”)内租用的停车位数量或者企业停车位数量;交易市场以外的二手车流通企业申请周转指标,应当具有道路停车位以外的固定停车位,且数量不得低于20个。北京市交通委相关人员表示,二手车流通企业在交易市场内租用的停车位数量、企业停车位数量分别由交易市场、本市汽车流通行业协会核定并出具证明文件。

对此,北京市交通委员会官网上的政策解读中举例称,某企业在交易市场内租用了1个停车位,则该企业同一时间可申请使用1个周转指标。待该企业将使用周转指标收购的二手小客车卖出后,该企业可再次申请使用1个周转指标。倘若该企业一年内完成了10次收购、卖出,则实际上在这一年申请使用了10个周转指标。

根据官网显示,“限规模、不限周转次数”的政策设定,是实现了“以位控车”,确定企业可以同时使用指标数量的上限,防范个别企业随意申请周转指标、收购二手车后随意停放、滋生“僵尸车”乱象,又充分考虑了二手车流通行业企业收车卖车较为频繁的实际状况,有利于推动该行业加快流通、健康发展。

除上述规定外,《办法》中要求,二手车流通企业使用周转指标收购的二手小客车完成转移登记后,交易市场内的驻场企业须将待交易二手小客车存放在交易市场内,交易市场以外的企业须将待交易二手小客车存放在其固定停车场内,不得上路行驶。交易市场应加强驻场企业的车辆出入管理,行业协会应监督交易市场以外的企业加强车辆出入管理,严控待交易二手小客车驶出经营场所。

“市场内会出现车辆太多的情况,有时候场外车商会把车辆停在马路边,妨碍交通。这次政策落地后应该也能改变这一个问题。”一位花乡市场内二手车商说道。

北京商报记者 刘晓梦

茅台299元一瓶?直播卖酒套路太深

火爆的直播行业,卖酒也在野蛮生长。2月21日,北京商报记者在各大直播间发现:“擦边酒”、勾兑酒、假酒出现在大部分直播间当中,价格下至1元上至100元出头,更有飞天茅台标价仅299元/瓶。但在产品的评价区,“假酒”“假货”等词十分显眼。超低价买到的酒,到底是捡了便宜还是买到假酒被割了韭菜?

直播卖酒野蛮生长

“诚意卖酒,99元两瓶的价格我都是自掏腰包补贴给各位大哥们的!”这瓶王子酒199元两瓶,绝对保真……主播们天花乱坠的描述显得直播间十分火热。北京商报记者却注意到,主播所售卖的王子酒并非大众熟知的茅台王子酒,而是贵州王子酒;“茅台”与“贵州”之间的区别一时间让人难以分清,而主播也并未挑明二者之间的关系。从外观来看贵州王子酒与茅台王子酒除了名称有区别外,产品设计几乎没有区别。

就此,北京商报记者致电直播间售卖的贵州王子酒企业——贵州王子酒业有限公司。公司相关工作人员表示,贵州王子酒虽在茅台镇生产,但与茅台王子酒没有关系,口感也不一样。

主播在售卖商品时的话术让消费者难以分清售卖商品与名酒产品的区别,在“初九的酒”直播间甚至有名为茅台贵州飞天白酒的产品,售价299元/瓶。从外观上看与建议零售价1499元/瓶的飞天茅台酒并无差别,但在相关产品的评论区,“假货”“假酒”的关键词屡见不鲜。

香颂资本执行董事沈萌指出,白酒目前处于一个充分竞争的市场环境,如果在直播中能出现明显低于市场价格的白酒,除非是有可信的“特殊”渠道或是赔本赚吆喝,否则

不可能从市场中以低价获得,所以所谓“低价”名酒基本都属于名不副实。

擦边难监管

除了在名称上打擦边球;表里不一”更是直播间常用的套路之一。在“遇道酒”直播间,销售产品名称显示为五粮液一尊天下白酒2瓶,而点击链接却变为五粮液股份一尊天下白酒,产品号称由五粮液股份公司出品。经北京商报记者调查发现,该产品为五粮液持股公司河南五谷春酒业股份有限公司生产,并非宜宾五粮液股份有限公司生产。

实际上,在直播间出现的擦边名酒的产品、假酒大多价格并不昂贵。虽然许多消费者察觉出产品存在并非正品的问题,但由于价格并不昂贵并没有多少人进行售后。值得一提的是,许多产品评价区没有出现产品质量问题,但却出现许多关于产品包装简陋等评价。

中国食品产业分析师朱丹蓬指出,直播间售卖的假酒大部分是假品牌“擦边酒”,大部分产品的酒体并不会涉及到生命安全问题。但这样的酒有着低质、低价的特点。大部分产品的成本只要3-4元左右,即便加上外包装,一瓶酒的成本最低可以控制到7元左右。

北京酒类流通行业协会秘书长程万松也指出,直播间以名酒代理为名号,实际兜售假冒伪劣酒的行为长期存在。这种现象主要出现在平台模式的机构中,核心问题是平台自

身的运营策略及管理。沈萌则分析称,直播间与传统经销环节不同,不是监管部门不监管,而是监管部门对于直播间只能事后监管。

假酒问题如何解

实际上,假货是直播界持续热议的话题。而在酒水领域,出现假货对于消费者的意义则更加重大。据了解,1998年曾发生一起特大假酒案——朔州假酒案。由于商贩贩卖假酒导致27人直接死亡,222人入院接受治疗,其中多人永久性失明,更有轻微中毒患者近千人。

在利益驱使下,一波又一波卖假酒的商贩浮现。随着直播行业的兴起,越来越多的贪利者将算盘打到直播平台,利用直播平台与传统电商平台的区别来获利。如今,在各大直播间,假货、勾兑酒、“擦边酒”层出不穷,见多识广的消费者或许能躲开,但总会有消费者被割韭菜,更严重的还会因酒水质量而面临健康问题。

程万松指出,面对屡禁不止的制假售假现象,需要各个环节通力合作,首先是平台自身要提高自律水平、提高鉴别能力,不给制假售假者开绿灯;其次,酒类企业应当有所作为,对于有价值的平台主动入驻,消费者在平台上能找到正确的入口,从而挤占假冒伪劣商户的生存空间,而平台若仍然对制假售假者置若罔闻,企业则应通过法律手段与平台终止一切合作,并在媒体上进行公示;再次,政府机构应当出台相应的法律措施,对于姑息纵容制假售假者的平台予以关停整顿;最后,最为关键的是消费者应当通过正常渠道购买,不要偏听偏信网络传闻。

北京商报记者 赵述评 王傲

复苏信号显露 国际酒店的春天还远吗

北京商报讯(记者 关子辰 吴其芸)历经了寒冬的国际酒店,终于迎来复苏。2月21日,北京商报记者梳理发现,近日各国际酒店巨头相继发布了2021年四季度及全年财报。从财报中可以看出,大部分的国际酒店集团去年四季度的业绩都实现大幅增长,扭亏为盈。与此同时,各酒店集团全球新增客房的数量也在不断增长。

全球最大酒店集团的万豪,2021年的部分业绩指标已接近疫情前水平。根据万豪发布的财报,万豪2021年四季度实现收入44.5亿美元,同比增长105%;净利润4.68亿美元,相比2019年同期增长67.7%。全年总收入138.57亿美元,同比增长31%;全年实现净利润11亿美元,相比2019年减少13.7%。

希尔顿集团的财报也显示,2021年四季度,希尔顿酒店实现收入18.36亿美元,同比增长106.3%;净利润为1.48亿美元。从全年来看,希尔顿酒店2021年实现收入57.88亿美元,净利润为4.1亿美元。

此外,虽然凯悦酒店集团在2021年未能实现盈利,但净亏损却大幅收窄。

除业绩持续向好之外,随着多个国家相继开放国门,各国际酒店巨头的酒店运营情况也在快速恢复。

凯悦酒店集团财报显示,2021年全年,凯悦酒店集团全系统内可比酒店的RevPAR(平均每间可供出租客房收入)为77.8美元,同比增长66.5%;ADR(平均每日房价)为160.11美元,同比增长8.5%。

不仅如此,伴随着疫苗接种率的提高以及人们对于旅游需求的增加,酒店的人住率也有了显著提升。比如,希尔顿集团2021年四季度人住率达到61.3%,全年人

住率则为57.2%。

在酒店以及客房数量上,万豪酒店2021年签约客房数量近9.2万间,其中5万间位于国际市场,且四成以上为超高端及奢华酒店客房。与此同时,2021年新增客房8.6万间,同比增长3.9%,创下新高。万豪方面还表示,预计2022年总客房增长率将接近5%,净客房增长率将达到3.5%-4%。

另一方面,由于中国暂未放松出入境旅行限制,因此有部分国际酒店集团大中华区的业绩恢复幅度较小。但这不影响巨头们依旧看好中国的酒店市场,并持之以恒地“跑马圈地”。

不久前,洲际酒店集团发布了2022年最新酒店开业计划。据了解,重塑的香港丽晶酒店、苏州竹辉金普顿酒店预计在2022年下半年开业。同时,崇礼洲际酒店在完成北京冬奥奥运官方接待任务后将正式开门迎客,预计在2022年6月开业。此外,杭州第二家洲际选址在良渚这座世遗文化小城,杭州良渚洲际酒店预计开业时间为2022年5月。

此前,万豪也在戛纳国际豪华旅游博览会(ILTM)上宣布,计划在2022年新开设超过30家奢华酒店。其中,丽思卡尔顿世纪度假酒店也将携其第六家分店首次亮相中国知名景点九寨沟。

在华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱看来,随着多个国家开放边境以及疫情防控的向好,商旅人群将会逐渐增多,所以国际酒店集团的业绩应该会持续恢复。在疫情拐点出现后,中国酒店市场业绩将会大幅度提升,所以国际酒店集团依然看好中国住宿市场的发展前景,相继来此扩大酒店业务。