

# 新能源二手车成“市场新宠” 评估质保体系瓶颈有待突破

今年1~10月,全国新能源二手车交易量89.4万辆,同比增长51.7%。其中,9月、10月单月交易量分别为10.05万辆、10.42万辆,连续两个月突破10万辆。



叶玲珍/摄 周靖宇/制图

证券时报记者 叶玲珍

伴随着新能源汽车渗透率的提升,新能源二手车正悄然成为“市场新宠”。今年1~10月,全国新能源二手车交易量达89.4万辆,同比增长51.7%,远高于二手车整体交易增速。其中,9月、10月单月交易量分别达10.05万辆、10.42万辆,连续两个月突破10万辆。根据预测,今年新能源二手车交易量有望首次突破百万辆。

在走访中,证券时报记者了解到,新能源二手车走俏,主要得益于大众对新能源汽车消费观念的改变和二手车性价比的持续改善,而以旧换新政策则为市场注入大量优质车源,掀起了新能源二手车市的“供给侧改革”。

在多数业内人士看来,拥抱新能源二手车市场新蓝海已是大势所趋,但当前行业尚处于初级阶段,只有打通检测、评估、售卖、质保等环节中存在的堵点难点,并加快完善标准体系,方能护航行业平稳健康发展。

## 新能源二手车走俏

“今年以来,明显感觉新能源二手车的咨询量和交易量在放大,成交速度也很快。在销售旺季,车况较好的畅销车型上午到店,可能下午就被卖掉了。”合肥优信二手车仓储大卖场一位销售人员告诉证券时报记者。

作为安徽最大的单体二手车市场,合肥优信二手车仓储大卖场建筑面积45万平方米,满仓可容纳10000辆二手车。记者在现场看到,该卖场特设了新能源汽车专区,百余辆二手新能源车整齐停放待选,每辆车的挡风玻璃上都放着一张“名牌”,清楚地写着待售车辆的售价、行驶里程数、使用年限及车况。

“不是新车买不起,而是二手新能源车更有性价比。”一位80后宝妈告诉证券时报记者,她在该卖场看中了一辆二手比亚迪海豚,准备试驾感受一下。“最近换了一份工作,每天通勤距离将近80公里,二手车能省不少。两年多车龄的比亚迪海豚,现在才卖6万多元,价格还比较合适。”

“新能源二手车的消费人群主要集中在80后、90后,甚至00后,他们对新事物接受能力较强,对驾驶体验感要求更高,同时消费观念较为理性,更关注性价比。”中国汽车流通协会副会长罗磊告诉证券时报记者。

多数二手车门店销售人员向记者表示,前来购买新能源二手车的人群偏年轻化,大部分情况是家庭增购第二辆车,或是刚拿到驾照,买辆价格合适的新能源车练练手。除此之外,还有部分人群会采购二手新能源车用于营运,或者公司用车。

购车人群年轻化的背后,是新能源车普遍车龄较新,“准新车”性价比凸显。据中国汽车流通协会数据,今年10月,新能源二手车2年以下车龄占比为34.7%,2至4年车龄占比为37.3%,4

年以下车龄合计占比超70%。

从行驶里程来看,优信平台大数据显示,该平台行驶里程6万公里以下的新能源二手车交易占比达85.5%,其中3万公里以下占比超50%。

“我们发现,新能源汽车消费群体换车的频率远高于燃油车,二手车的释出速度更快,数量更多,后续市场流通性也会更好。”罗磊表示。

伴随着市场规模的扩大,新能源二手车不再是燃油二手车的附庸,大有成长为独立市场的潜质。在合肥市区,记者看到了多家专营新能源二手车的门店,其中不乏经营单个品牌的新能源二手车商。“我们已经砍掉了燃油二手车业务,专做新能源二手车。从目前的情况看,新能源二手车市场足够大,完全能够支撑门店运营。”合肥包河区一位新能源二手车商告诉记者。

值得一提的是,相比于过去只有比亚迪、特斯拉等少量新能源汽车品牌在二手市场流通,如今的新能源二手市场已呈现出全品牌共存的百花齐放局面。以合肥优信二手车仓储大卖场为例,无论是造车新势力蔚来、小鹏、理想、零跑,还是传统车企旗下的吉利极氪、广汽埃安、长安阿维塔、五菱宏光等品牌均有展出,且不乏流通性。

从成交价来看,今年10月,3万元以下的新能源二手车成交占比最大,为36.9%;3万~5万元、15万~30万元、8万~12万元、12万~15万元、5万~8万元等价格段交易的新能源二手车占比分布较为均衡,占比均在10%以上,分别为14%、13.6%、12.8%、10.4%、10.2%。

## 市场政策双轮驱动

“新能源二手车市场放量,应该说是水到渠成的。”罗磊表示,从前端市场来看,近两年来我国新能源汽车保有量快速增长,新车销量也在不断攀升,大众对新能源汽车的认可度有了很大提升,这是新能源汽车二手车市场交易活跃的先决条件。

前述二手车商告诉证券时报记者,前两年很多家庭在购买新能源汽车方面存在分歧,现在大众已经普遍接受了新能源汽车,这对二手车的流通至关重要。

据公安部交通管理局数据,截至2024年上半年度末,全国新能源汽车保有量达2472万辆。上半年新注册登记新能源汽车439.7万辆,同比增长39.41%,创历史新高。另据乘联会数据,今年10月我国新能源乘用车零售119.6万辆,同比增长56.7%,环比增长6.4%,续创新高。从渗透率来看,10月国内新能源乘用车占总体销量比重达52.9%,已连续4个月渗透率突破50%。

按照市场发展的一般规律,当保有量达到一定规模后,意味着大量车辆将流入二手市场,车辆识别性和流通性都会大幅提升。

“新车与二手车呈现一定的梯次消费规律,这两年爆发式增长的新能源汽车销量,后续有望转化为二手车交易量。”罗磊表示。

伴随着保有量的提升,新能源二手车的保值率也呈上升趋势,在一定程度上巩固了买家的信心。“2018年,新能源汽车刚开始放量的时候,新能源二手车的三年保值率仅为25%~28%,现在已经超45%,逐步接近燃油车水平,部分畅销车型甚至超过燃油车。”罗磊表示。

今年10月份的数据显示,插电混动新能源二手车三年保值率为45.9%;纯电动二手车三年保值率为46.3%。

除市场需求拉动外,今年以来全国范围内汽车以旧换新政策的深入实施,也为新能源二手车市场注入了强劲动力。

“以旧换新政策刺激新车消费,让更多的优质新能源二手车更快流入市场,对于提升新能源二手车的流通效率大有裨益。”罗磊表示。

“我们门店现在每个月平均能回收100多辆新能源二手车,大约是去年月均回收量的两倍。”前述二手车商告诉证券时报记者,以前车龄新的新能源二手车都要靠抢,今年以来明显感觉收车变容易了,车况也更好了。

与此同时,目前我国已全面取消二手车限迁政策,叠加便利化的交易登记政策,新能源二手车能够在全国范围内自由流通,在资源优化配置下,市场潜力得到进一步释放。

前述二手车商表示,在公司回收的车辆中,有一半以上新能源车都来自外地,尤其是北上广深。“一线城市换车频率更高,进入二手车市场的新能源车车况会更好,而客户从验车、付款到过户,整个购车流程仅需半小时就可完成,十分便捷。”他说。

## 系列问题待解

虽然新能源二手车市场的活跃度持续攀升,但对于多数二手车商来说,切换赛道布局依然存在诸多疑虑。

“新能源肯定是趋势,但我们目前也只是在试水,不敢大范围进入。”华东地区一位从业十余年的资深二手车商告诉证券时报记者,电动汽车技术更新换代太快了,可能几个月就会有新一代产品推出,而且很多情况下是“加量不加价”,这对二手车市场的存量车型会形成降维打击,影响流通速度。比如伴随着快充技术的普及,仅支持慢充的新能源二手车在市场上就几乎卖不动了。

前端市场“价格战”硝烟弥漫,也让新能源车定价体系一度紊乱。“二手车市场一般参照新车进行定价,相比于燃油车,新能源车目前处于快速降本阶段,价格还不稳定,且新车降价大多是全国范围内的官降,会大幅压缩二手车的利润空间。”前述二手车商表示,因为摸不准新能源汽车前端市场的降价习性,今年有几次刚收来的二手车就遇上了新车降价,直接出现亏损。

除技术及价格层面外,如何让客户买得放心、买得安心,是关系二手车市场健康长久发展更重要的话题。

在采访中,记者了解到,绝大多数人在购买新能源车时,最关心的就是三电系统,尤其是电池的运行状

态。但在当下的检测体系下,三电系统检测不够精细,也缺乏统一的标准和规范。

“与传统燃油车检测相比,新能源汽车检测不是简单的增项、升级概念,而需要重新构建整套的评估体系。”第三方二手车检测公司查博士高级运营总监陈永超告诉证券时报记者,针对动力电池,目前市面上能检测新能源汽车的机构还较少,我们认为新能源汽车检测只关注电池健康度(SOH)是不够的,更应该关注三电物理损伤、安全隐患、动力电池SOH“异常跳水”等项目。

据悉,目前查博士已联合宁德时代定制了智能转接枪、气密漏液检测仪、UDS等三电检测设备,并以线下和线上相结合的方式对SOH进行检测,给出更准确的数值,对异常衰减进行风险预估。

在检测标准方面,我国二手车检测的国家标准是2014年实施的《二手车鉴定评估技术规范》,但仅为推荐性标准,不具有强制性;2021年,中国汽车流通协会发布首个针对新能源汽车的团体标准《二手纯电动乘用车鉴定评估技术规范》,随后相关机构陆续推出团标;除此之外,各家第三方检测机构也会设定自家的企业标准。

“二手车检测国标已经相对滞后,而各项团标和企业标准也还在不断完善中,导致很多新能源二手车在不同机构的检测结果不尽相同,甚至大相径庭,由此产生了大量的纠纷。”陈永超表示,需要尽快建立统一的检测鉴定标准,推动行业规范化发展。

科学的检测手段可以解决大众购买新能源车时的“近忧”,厂家质保政策则可以消除“远虑”。

据了解,按照相关规定,我国整车质保期限至少为3年或6万公里,新能源汽车的核心部件,如动力电池的质保期至少为8年或12万公里。但在当前新能源汽车“群雄逐鹿”的背景下,大部分车企设置了诸多仅针对首任车主的额外权益,在某种程度上影响了潜在买家购买新能源汽车的积极性。

以极氪汽车为例,目前首任非营运车主可享受整车6年或15万公里、三电系统终身免费质保,还可享受数据流量终身免费;而二手非营运极氪车主仅能享受整车4年或10万公里、三电系统8年或20万公里质保;蔚来汽车目前针对首任车主有整车6年或15万公里、三电系统10年不限里程质保,终身免费道路救援等售后服务,而二手车主的质保期限为整车3年或12万公里、三电系统8年或12万公里。(注:上述二手车质保服务从新车首次开票日或0公里开始计算。)

除此之外,在满足相关使用和维保条件下,奇瑞首任非营运车主可享受整车终身质保服务,比亚迪首任非营运车主可享三电系统终身质保,而未在官方认证渠道购买的二手车主则不享有相关权益。

“建议车企放开对二手新能源汽车的质保限制,不再区别对待首任车主与二手车主,这不仅有利于盘活汽车存量,促进汽车梯次消费,也会在在一定程度上反哺新车市场,拉动新车消费增量。”罗磊表示。

# 广汽集团前11月 汽车出口同比增长79%

证券时报记者 李映泉

12月5日晚间,广汽集团(601238)发布11月产销快报,2024年11月,广汽集团汽车销量达19.9万辆,同比增长7.1%。其中,自主品牌埃安、传祺月销量双双突破4.2万辆。1~11月全集团累计出口汽车11.8万辆,同比增长79.0%。

具体来看,广汽埃安11月销量为42301辆,同比增长1.8%,环比增长10.9%。其中,埃安RT上市即成为爆款,月销量达到11811辆;昊铂品牌11月销售汽车3161辆。

广汽传祺11月销量为44406辆,同比增长19.3%、环比增长26.3%。其中,传祺MPV家族月销17240辆,同比上涨26.6%、环比上涨54.9%;全球累计销量突破70万辆,成为销量最快达成70万辆的中国MPV品牌。此外,传祺影系列月销18146辆,其中GS3影速销量12251辆,同比上涨59.5%、环比上涨371.2%;传祺SUV系列月销8389辆,同比增长24.5%。

合资品牌方面,广汽本田首款爆款品牌车型-P7的量产版已于近期举办的广州车展亮相,同时发布智能高效纯电平台Architecture W(简称“W架构”),未来三年将基于W架构推出3款以上车型;规划年产能12万台的广汽本田首个全新电动车工厂将于12月内投产。

广汽丰田11月终端销量达到67493辆,混动销售比例持续提升。其中,凯美瑞月销16798辆,双擎车型占比80%;汉兰达月销7126辆,双擎车型占比86%;赛那销量达到8543辆,同比增长45.6%。广汽丰田全新智能纯电SUV铂智3X将于12月8日开启线上订购。

在海外业务方面,今年1~11月,广汽集团累计出口汽车11.8万辆,同比增长79.0%,出海足迹遍布拉丁美洲、北非和中东地区等。

其中,广汽集团旗下影速、影酷、全新第二代GS8、AION Y和AION ES等多款涵盖燃油及纯电的车型先后登陆拉丁美洲的多个市场,包括哥伦比亚、危地马拉、乌拉圭等,全面加快拓展拉美市场。同时,广汽已正式登陆北非利比亚市场,首家品牌展厅已于首都的黎波里开幕,并在阿曼发布GAC MOTOR和AION双品牌,稳步推进中东市场布局。

此外,作为广汽埃安首款全球战略车型,AION V已于第41届泰国国际汽车博览会正式发布,这也是该车型首次在海外上市。

值得一提的是,今年11月也是广汽集团新战略布局的密集发布期。11月中旬,广汽集团发布了三年“番禺行动”,正式启动新一轮机构变革,计划未来三年在研发和生产自动化方面至少投入500亿元,自主品牌将推出22款全新车型,全面覆盖纯电、增程、插混等所有主流新能源动力形式,其中2025年上市7款。规划2027年自主品牌销量占比达60%以上,挑战自主品牌销量200万辆目标。

11月30日,广汽集团与华为就智能汽车战略合作签署深化合作协议。广汽集团将在传祺、埃安和昊铂之外,打造全新高端智能新能源汽车品牌。以此为载体,双方将发挥各自在硬件和软件方面的优势,强强联合,在智能汽车产品开发、营销及生态服务等领域深度合作,打造“华为智能化+广汽智造”的深度合作新模式。

高凌信息拟定增收购欣诺通信71.98%股权

证券时报记者 潘玉蓉

12月5日晚间,高凌信息(688175)发布筹划重大资产重组停牌公告,被收购方上海欣诺通信技术股份有限公司(简称“欣诺通信”)曾经申请在科创板上市,并于今年6月撤回申请。

高凌信息称,公司正筹划以发行股份及支付现金的方式,购买欣诺通信股东谢虎、李琳、上海怡福企业管理咨询合伙企业、上海金苓企业管理咨询合伙企业、上海美苓企业管理咨询合伙企业以及上海砾池企业管理咨询合伙企业合计持有欣诺通信的71.98%股权,同时募集配套资金。

同时,谢虎、李琳作为欣诺通信的实际控制人,将尽力促使其他股东共同向公司出售欣诺通信股权,以实现公司对欣诺通信100%股权的收购。

经初步测算,本次交易预计构成重大资产重组,但不会导致公司实际控制人发生变更,不构成重组上市。公司股票自12月6日(星期五)开市起停牌,预计停牌时间不超过5个交易日。

欣诺通信成立于2006年,注册资本5450万元,是一家光通信与网络安全解决方案供应商,公司主要客户为电信运营商和政企客户,现有员工500余人。

2023年6月,欣诺通信提交的IPO申请获上交所受理,由国泰君安证券保荐,申请科创板上市,拟募资6.09亿元,主要用于网络通信及网络安全产品生产基地建设项目和研发中心建设项目,并补充流动资金1.5亿元。

2023年7月23日,上海证券交易所发出审核问询函,问询了包括公司的产品、核心技术、潜在的知识产权纠纷、股东股权、实控人等方面的问题。

经历交易所一轮问询后,2024年6月25日,欣诺通信主动撤回申请,IPO审核被终止。

欣诺通信的主营产品为网络通信与网络安全产品。在风头正劲的智算领域,欣诺通信正通过打造国

产化高密度智算交换机,进一步降低故障点和成本。

今年6月,欣诺通信的开放光网络设备亮相第九届光连接大会(CF-CF2024)。欣诺通信相关人员介绍了其“智算集群长距互联网络解决方案”,表示公司基于在IP和光传输方面的技术沉淀,坚持开放解耦的网络发展理念,和合作伙伴联合打造基于RoCEv2的百公里内远距机间互联智算网络解决方案。

欣诺通信官网显示,未来,欣诺通信将继续秉承开放解耦的网络规划理念,联合国产化GPU厂家、网卡厂家,面向中小规模的智算集群建设和远距离互联场景进行更进一步的探索,“力助AI智能算力网络生态的健康发展,一起构建国产智算中心底座,服务于各行业的智算发展”。

高凌信息创立于1999年12月29日,从事特种通信设备、环保物联网应用产品以及网络与信息安全产品研发、生产和销售,并能为用户提供综合解决方案的高新技术企业。公司是国家高技术产业发展计划成果产业化基地、国家专精特新“小巨人”企业。

三季度报显示,高凌信息前三季度营业收入为1.18亿元,同比下降38.05%;归母净利润为-3307.93万元,同比下降280.88%。

在日前接受投资者调研活动中,被问及三季度亏损的原因,公司管理层表示,前三季度业绩下滑主要原因在于2023年度新增合同额减少,导致2024年整体可验收业绩承压;第三季度原本期待的部分维修器材订货任务也未能在季度初下达,从而导致可进入第三季度验收阶段的项目更少,因此呈现额度的下滑。

高凌信息表示,未来公司扭亏方向,一是军工通信,通过推进原有军用电信网络订单落地,军用IMS通信网局部试点运用等业务,积极促进军用电信网通信设备业务升级;二是内容安全业务,公司积极拓展四大运营商的反诈类业务拓展,持续提升公司增收渠道。具体扭亏时间不好预测,结合公司业务特点来看,确认收入集中在2024年下半年。

