“汽车电商”刚起步

本报记者 王轶辰 实习生 白文站

热点透视

近段时间以来，国内汽车企业纷纷寻找电商伙伴，牵手描绘汽车电商化的未来。但是，此前也有不少尝试却因未能找到成熟的运营模式而没有达到预想的效果——

“鼠标轻轻点，汽车送到家。”当电商在传统零售业频频创造“奇迹”之后，人们不禁又憧憬起汽车电商的未来。近日，上海汽车集团重金打造的中国汽车市场首个O2O电子商务平台“车享平台”正式上线，近两年来一直处境尴尬的汽车电商再次进入人们的视野。

车企密集试水O2O

2013年“双11”期间，汽车电商着实火了一把，汽车之家、搜狐汽车、易车网与天猫的在线订单不断攀高。

但是，“双11”短暂爆发出的能量未能持续，他们在日常汽车销售中始终无法形成气候。专家分析认为，汽车电商试水初期，多采取互联网站及电商平台与汽车厂家合作的形式，如天猫、苏宁云商、京东这类电商平台，还有汽车类垂直网站，如汽车之家、易车网等发起的团购活动等。其明显弊端就是，车企没有掌握主动权，在营销和销售的效果转化上往往受制于电商平台。

为了寻求突破，上汽集团推出了首个O2O电子商务平台“车享平台”，此举也被业内人士寄予厚望。中信证券汽车行业首席分析师许英博表示，整车厂在现有产业链中的地位相对强势，通过电子商务平台建设，不仅模式上可以由车企自己说了算，车企还可借此平衡产业链利益，弥补传统经销商脱网和扩张进度偏慢的瓶颈，同时减少中间环节，提高决策效率。

继上汽推出“车享平台”后，汽车之家随之宣布将于4月15日举办“马上有车购车节”。汽车之家CEO秦致表示，“汽车电商目前还处于初级试水阶段，本着长期乐观、短期谨慎的态度，将采用小步慢跑的方式，逐步推进汽车电商常态化目标的实现。”

运营模式尚在探索中

虽然整车厂商的介入为汽车电商破局带来了新希望，但目前看来前路漫漫。记者尝试通过“车享”平台购买上海大众新途观两驱豪华版，输入车型、经销商、姓名和手机号等信息后，在线客服很快进行了反馈，但给出的价格依然是厂商指导价，真正的体验和交易还需要在线下实现。除了一些抽奖5折购车活动外，实在看不出消费者能从中得到多少实惠。

此外，不少参与车享平台的经销商向记者坦言，车享平台既然采取全新模式，就应该吸取此前汽车电商发展不良的教训，扬长避短，但目前看来远未达到期望值，“工作量增加了不说，还收效甚微。”

看来，O2O汽车电商真正的核心还是线下环节，汽车电商显然尚未能找到解决生产企业和经销商之间利益调整的方法。“我认为现有的电商模式带来的冲击不会特别大，汽车之家、易车和其他厂商的电商目前都没有脱离实体店的支撑，实际作用目前来看不是很大。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊说。

“去年‘双11’，与同期全国乘用车销量超过204万辆相比，电商销售占比仅为7%左右，这还没扣除大量的无效订单。”国家信息中心经济咨询中心高级项目分析师王栋分析认为，在汽车销售主要依托线下4S店的格局下搞汽车电商，宣传作用要大于实际意义。

全面普及有待技术变革

电商在汽车销售领域始终难以大展身手，主要原因在于汽车厂商无法绕过线下经销商这道坎。虽然全面线上销售能大幅降低厂商的销售成本，但同时也“革了经销商的命”。在尚难平衡双方利益的前提下，为了在网络战场上“先发制人”，多方妥协的结果就是，只能让汽车电商“看上去很美”。

不过，在汽车电商发展的“康庄大道”上，既不能搞“大跃进”，也不能自暴自弃。“汽车电商需要企业再去摸索，我们的电商前期还是应该更多地依托4S店做好这种线上电商的服务，为帮助4S店揽客进行产品展示。”罗磊告诉记者，目前来看，汽车电商仅是对现有销售模式的补充，汽车售后服务环节还得依靠4S店，汽车电商不能脱离实体的市场需求这种现状。

相对于“汽车前市场”较为稳定的格局，更为复杂的“汽车后市场”被认为是汽车电商未来重要的切入口。许英博认为，“汽车后市场”尚处于大而乱的局面，各项服务内容品类繁多，整个市场不够规范，而车主不了解如何选择服务商，选择哪些项目，信息高度不对称。通过互联网平台聚合商家信息、标准化服务流程和价格信息，协助车主选择服务，同时将线上客户导入线下商户。O2O将线下商家与互联网结合在一起，有望改善售后市场行业的信息不对称局面，是未来发展方向。

关于发展前景，“车护宝”创始人陈江涛的观点比较激进。他表示，真正的汽车电商，应该是能够以重构汽车行业生态为目标的一种汽车行业的整体解决方案，能够让客户价值和体验、渠道成本、效率整体呈现质的提升。

罗磊则认为，目前的产品技术不足以使电商快速普及，像特斯拉这种能够通过电商直销的方式销售，是因为产品本身的特点，不会过于依赖实体店进行不间断的检修、保养。“所以，我觉得电商的全面普及依赖于技术的变革。”罗磊说。

链接

重头戏在“汽车后市场”

——访国家信息中心经济咨询中心高级项目分析师王栋

酝酿多年的汽车电商始终无法“开花结果”，在国家信息中心经济咨询中心高级项目分析师王栋看来，这主要是汽车的商品属性造成的，汽车电商的市场切入点还是要放在性质和定位上。

王栋建议说，定位于独立的销售渠道的话，网络版、特殊纪念版、限量版等车型可以在电商渠道里单独发售；定位于现有渠道的补充的话，一些优惠政策可以让利给电商平台，就是价格更便宜，目的是取得整体销量的增长；对后市场，汽车垂直门户网站的电商平台优势最大，精准定位汽车的使用人群，可以主打服务、性价比和标准化。

“汽车后市场”在王栋眼里才是未来汽车电商的重头戏。“电商将对目前汽车后市场领域带来巨大冲击，标准化、透明化是电商最主要的武器。”王栋解释说，标准化可解决消费者的后顾之忧，所有配件都是和4S店一样的原厂件或者是国际知名品牌；透明化是为了解决价格问题，4S店高昂的配件和人工成本会将越来越多的消费者推向电商平台。

目前，“汽车后市场”电商的存在形式较为丰富，有厂家主导的，有零部件企业、汽车美容、汽车维修等独立电商，还有电商平台的汽车配件等板块，以及汽车专业论坛电商化等。王栋介绍说，目前这块市场发展很迅速，但主要问题是市场口碑不佳、信任度较差，解决这些问题将是电商实现快速发展的关键。

文/本报记者 王轶辰

武汉：

最低工资标准上调带来用工市场新气象

本报记者 郑明桥

微调查

日前，湖北省根据国家有关规定，将武汉市主城区最低工资标准由此前的每月1100元调整为每月1300元。最低工资标准上调之后，会给就业市场带来什么影响？企业“用工荒”能否缓解？职工有何反应？本报记者对武汉的企业和外来农民工进行了走访调查——

湖北省根据国家有关规定，将武汉市主城区最低工资标准由每月1100元上调至每月1300元。200元的薪酬变化看似不大，却带来了武汉用工市场的新气象。

部分企业为留员工早已涨薪

“实际上，武汉多数大型制造型企业的基本月工资都在1500元以上，但商贸服务业的辅助性岗位和小微企业的涨薪压力较大。”武汉市人力资源市场主任李永洪介绍说，部分微利企业的工资标准一直贴着最低工资的标准走，“这些企业仅靠压低劳动力价格来获取经济利润，如不转型，最终会被市场淘汰。”

而对于武汉更多的企业来说，“工资现在不是问题，问题是接单多了来不及生产。”一位企业人力资源主管王先生说，今年以来，该公司相继对各工序、岗位进行新一轮工资调整，一线员工工资普遍上调8%至15%，部分岗位工资涨幅甚至超过20%。普通质检员月薪可达2500元，机床工等技术工种月工资大都在3000元以上。但与当地同行业的其他企业相比，他们的工资水平还不是最高的。“实际上，在上调最低工资标准之前，很多企业为了留住员工，早就出台了‘企业版’最低工资标准，走在了政策的前面。”李永洪说。

触动“低保户”重新上岗

3月初，家住武汉市青山区工人村街的罗先生来到社区，申请退出低保。他说，“我前天找了份工作，每月有1800元的工资，比‘吃低保’强多了。”

最低工资标准上调以来，像罗先生这样放弃低保、重新上岗的人多了起来。

据了解，上调以前，武汉市最低工资标准为1100元/月，低保金标准为城镇每人每月560元，农村低保金为每人每月270元。一个普通的三口之家，若在离家较远的地方就业，除去交通费和餐费，余下的工资远不及拿低保“实在”。

最低工资标准上调后，武汉市不少“低保户”开始重新计算收入账，而后退保再就业。武汉市劳动力市场的统计显示，今年2月以来，该市仅家政市场就新增1000余名下岗女工。

外出务工人员回流增多

湖北是劳务输出大省，每年都有500多万人赴省外务工，占到农村劳动力转移就业总数的一半。

“如今，在家门口就业的收入高了，将吸引劳动者就近就业。适度提高最低工资标准，有利于缓解本地企业招工难的问题。”武汉市人力资源市场有关负责人告诉记者。

家住武汉市黄陂区的刘耀辉已经在外打工10余年了。而今，随着最低工资标准的上调，老刘终于决定返乡就业。纳杰人才市场招聘部门负责人尹雷介绍说，近年来，武汉市承接沿海地区产业转移带来了很多就业岗位，薪资水平在本地也处于较高水平。目前，当地已经初步兴起了熟练工人回流潮。

武汉市民政局副局长张明武说，提升最低工资标准只是激活用人机制的第一步，要真正实现吸引人才的目的，增强员工的认同感、归属感和忠诚度，还需要完善培训制度和激励机制，让员工有动力、有目标、有发展。只有这样，企业的“用工荒”问题才能真正解决。

权威发布

税务总局

餐饮业发票使用专项整治启动

本报北京4月7日讯 记者崔文苑 曾金华从国家税务总局获悉：餐饮业发票使用情况专项整治近日启动，税务总局稽查局局长马毅民介绍说，此次整治的范围为餐饮业2012年度至2013年度发票的开具、使用情况，重点检查有无将餐费开成非餐费，有无将大额用餐费用分割成小额发票，列支的大额发票业务是否真实，有无虚开发票、有无非法取得发票等行为。

据了解，开具发票时将客户大额用餐费用“化整为零”分割成小额发票，或者将按规定无法开支的餐费开成非餐费发票，曾是中央八项规定和《党政机关厉行节约反对浪费条例》、《党政机关国内公务接待管理规定》等要求下发后，部分自作聪明的餐饮业主招徕生意和少数行政事业单位“上有政策、下有对策”的奇招妙术。本次专项整治将使这些行为大白于天下，并受到法纪的惩治。

农业部

九成贫困地区纳入“特色农产品规划”

本报北京4月7日讯 记者杜芳从农业部获悉：农业部相关负责人日前对1月28日印发的《特色农产品区域布局规划（2013-2020年）》情况进行了详解。据介绍，《规划》共涉及2388个县（市、区、行委），占全国县（市、区、行委）总数的83.7%。其中，涉及新时期国家扶贫开发工作重点县558个，占总数的94.3%；涉及14个连片特困地区县（市、区、行委）639个，占片区县总数的94%；总计覆盖了94%的国家级贫困地区。

《规划》在特色农产品选择上主要有3条标准：一是品质特色。产品品质独特，功能特殊，有一定认知度。二是规模优势。产品具有一定的规模，产业可延伸性强，经济开发价值高。三是市场前景。目标市场相对明确，现实市场竞争优势明显或具有潜在市场需求。按此标准，《规划》共确定了特色蔬菜、特色果品、特色粮油、特色饮料、特色花卉、特色纤维、道地中药材、特色草食畜、特色猪禽蜂、特色水产等10类144个特色农产品。

商务部等12部门

打破行业垄断工作取得阶段性进展

本报北京4月7日讯 记者李予阳报道：去年以来，商务部等12个部门按照《消除地区封锁打破行业垄断工作方案》的要求，结合各自职能，坚决清除市场壁垒，建设法治化营商环境，消除地区封锁、打破行业垄断工作取得阶段性进展。

商务部、国务院法制办牵头，在全国范围内开展了相关规定的集中清理工作，对实行地方保护的财政补贴和各类优惠政策、限制外地企业参与招投标的规定、违反国家税收法规的区域性税收优惠政策等，进行为期半年的清理。财政部开展了清理跨区域行政事业性收费问题专项工作，已取消行政事业性收费33项。工商总局先后处理了湖南、新疆、四川、广东、江西等地涉及供电、供水、报废汽车拆解、违规铺路等行政垄断案件。全国31个省、自治区、直辖市都建立了由商务主管部门牵头的工作协调机制，并出台了具体的工作实施方案。

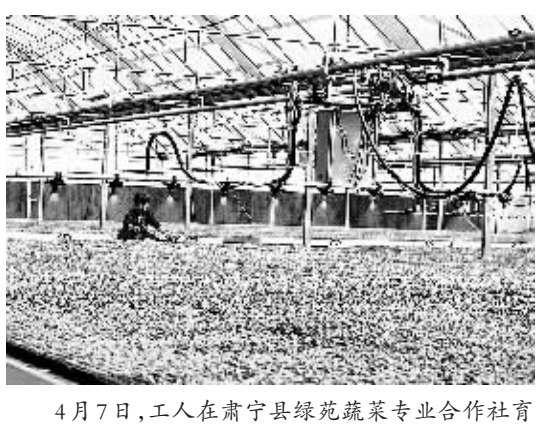
下一步，商务部将按照党的十八届三中全会精神，进一步加大工作力度，会同有关部门深入推进消除地区封锁、打破行业垄断各项工作。

卫计委：

不得以食安专家身份从事商业活动

本报北京4月7日讯 记者吴佳佳报道：国家卫生计生委近日公布《食品安全相关行政许可评审专家管理办法》，规定相关人员不得以国家卫生计生委评审专家名义从事商业活动，或对外发表有关评估言论。

办法明确，食品安全专家库实施动态管理，专家聘期5年，名单向社会公开。办法规定，如遇到专家所在单位参与申报产品研制，或专家担任申报企业技术顾问等专家与申报产品存在利益关系的情况，评审专家应当主动向评审机构申请回避。如专家违反此办法有关规定，由评审机构报国家卫生计生委核准后，解聘其专家资格，并通报专家所在单位。专家还应承担由此引起的其他法律后果。



4月7日，工人在肃宁县绿苑蔬菜专业合作社育苗车间工作。近年来，河北省肃宁县拥有600多户社员的绿苑蔬菜专业合作社全面推进标准化生产，打造无公害、绿色产品，种植有机蔬菜，取得良好的经济效益。

新华社记者 杨世尧摄

本版编辑 韩 叙 美 编 夏 一