

编者按：

据中国汽车流通协会统计，从2001年至2018年，我国二手车交易量从37万辆增长至1382万辆，增长了37倍。

强劲的市场需求，引爆了二手车电商间的激烈竞争，除了优信、瓜子、人人车等传统三强外，以大搜车为代表的第二批二手车电商平台也正试图在这个领域掘金。行业洗牌过程中可谓泥沙俱下，一些二手车电商的营销手段和经营方式引起了市场较大的争议。问题出在哪里？应该如何健康发展？且看本报记者为您探源追踪。

E | 焦点 |

E | 现状 |

卖车的可能是自己的员工，买车的可能是二手车商……

瓜子二手车“没有中间商赚差价”靠谱吗

◆导报记者 戴岳 济南报道

“瓜子二手车直卖网，没有中间商赚差价，卖家多卖钱，买家少花钱。”孙红雷这句广告词像魔咒一样，萦绕在不少想要买车或者卖车人的耳边。

尽管广告词做得深入人心，但不少业内人士都熟悉瓜子二手车的套路，“从瓜子二手车网站上，卖车的可能是瓜子的员工，买车的可能是二手车商……”

事实上，2018年7月，新华社“新华视点”曾就济南的瓜子二手车市场乱象做过调查。时隔7个月，经济导报记者发现，瓜子二手车痼疾仍存，也并未针对自己的C2C模式做多大改进。

车辆尚未过户，又被转卖

“1月13日，瓜子二手车韩姓销售员带着买家权三看完车当场签订合同，权三交全款，我交了车辆所有资料，走完了除过户外的所有程序。”提起在瓜子二手车上的卖车经历，卢青十分激动，“按照合同规定，权三提车7天之内必须过户，现在已经30天了，依旧没有过户。”

为赶紧过户，卢青不停地给韩姓销售员打电话沟通，在几次商量无果后，韩姓销售员就再也没有接过卢青的电话。

“他(韩姓工作人员)说，权三不过户的原因是：车辆过户就变成黄牌了，他无法使用，”卢青对于瓜子二手车工作人员敷衍的态度表示不满，“车辆不过户，出现问题谁来承担责任？总该拿出一个解决方案来，一直拖着算怎么回事？”

卢青又找到了一位张姓销售主管，在该主管回复“会让工作人员联系你”后，事情再度陷入僵局。

那么，蓝牌车辆过户变黄牌的责任应该由谁承担？瓜子二手车方面车辆交易前的车况审核应该做到什么程度？

2月19日，经济导报记者致电韩姓销售员，该销售员表示，会积极



早在去年7月份，新华社曾就济南的瓜子二手车市场乱象做过调查。时隔7个月，瓜子二手车痼疾仍存，也并未针对自己的C2C模式做多大改进

与买家协商，目前有事不便多说。

接着经济导报记者又致电张姓销售主管，该主管表示，对于过户变黄牌，瓜子二手车是否应该提前了解属于技术问题，他不清楚，具体情况将由总部工作人员核实沟通。

“刚刚韩姓销售员给我打电话，说车辆已经被权三转卖了，这个事就这样算了吧。”卢青很激动，“过户都没有过，跟我的合同还没履行完，就将车辆私自处理了！我要求退还车辆并按照规定赔偿，韩姓销售员说基本不可能。”

瓜子二手车方面在核实完信息后，对经济导报记者表示，权三是一名车商，后台记录显示权三曾近期在“车速拍”(与瓜子二手车同属车好多集团，面向车商的交易平台)卖过十几辆车。至于卢青是否是车商，目前正在核实。

卢青表示：“我不知道车速拍是什么，电子合同是在瓜子二手车

网站上签的，我绝不是车商。原以为瓜子二手车是个人对个人，现在才知道这跟‘网恋’一样，根本不知道交易对方是车商、瓜子二手车工作人员还是个人。”

屡禁不止的混乱

卢青面对的混乱局面，在瓜子二手车经常发生。

对于瓜子二手车工作人员直接将一些优质二手车源卖给二手车商的现象，曾在瓜子网供职多年的管理人员张某透露：“如果是关系好的车商，就经常合作卖车。只要车主同意，车商觉得车况好有利可图，就很快促成交易。”

上海静安法院2018年6月判处的一起案件显示，当地瓜子网销售主管纪某，利用提前看到车辆评估信息的“优先权”，把质量好、价格便宜的车辆给车商。与他相熟的二

手车商迅速完成交易后，将好处费转账给纪某。而别的客户如果想约看车辆的话，销售主管纪某就会让销售员以车主联系不上、不想出售的缘由推脱掉。纪某后被判处拘役5个月。

有网友戏称：车源流向车商后估计加价卖给消费者了吧，瓜子的“没有中间商赚差价”怕是“帮中间商赚差价”。

此外，新华社记者曾报道，瓜子二手车在济南曾出现过“保卖”车现象。“瓜子先付给卖家八成车款，保证车辆在一段时间卖出，之后再付全款。如果车主不着急卖，就挂在二手车个人交易栏目中。”一位销售人员说。

事实上，保卖业务自开展以来，遭到了很多来自消费者的质疑。网络上，关于保卖的投诉不断，包括保卖车卖不掉、瓜子销售擅自提价、不付尾款、无理由退款退车等等问题层出不穷。

还有消费者反映，在瓜子网上买到了二手车商的车。针对这一情况，瓜子二手车方面也曾表示过，无法保证平台上百分之百没有车商买卖车辆。

“瓜子网广告让消费者以为能够降低成本、获得最大利益，这种宣传是有缺陷的。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。

广告不实曾被处罚

瓜子二手车直卖网CEO杨浩涌在广告上投入大量的营销费用，依靠高密度的广告，赚取用户注意力，从而获得流量。在他看来，正常情况下，二手车电商的交易量很难实现盈亏平衡，必须依靠广告来吸引用户。资料显示，2017年瓜子二手车广告费超过10亿元。

不过，2018年末，瓜子二手车的广告被处罚，原因是“成交量遥遥领先”的广告语不符合实际。根据相关部门调查，在北京瓜子二手车的成交量低于北京市旧机动车交易市场有限公司和人人车，因此构成了虚假宣传。

E | 追问 |

买家拒不过户 牵线平台要担何责？

◆导报记者 戴岳 济南报道

“车卖了，买车人迟迟不过户，还将车辆转卖给别人，眼看着法律纠纷就要找上门了！”提起自己在瓜子二手车网上“糟心”的卖车经历，卢青就气不打一出来。

2月20日，对于卢青、权三在瓜子二手车平台上的买卖纠纷，经济导报记者通过多种渠道与瓜子二手车方面沟通联络。

21日，瓜子二手车方面对经济导报记者表示，目前正在积极协调买车人、卖车人根据合同法达成一个解决方案。不过，到记者截稿时，卢青仍没有收到瓜子二手车方面的回复和解释。

“车辆被权三转卖给第三人，我甚至不知道现在使用我车辆的人是谁。可一旦车辆使用出现问题，我却要为他承担一定的法律责任，这个风险我实在承担不起。”卢青一脸疲惫地表示。

不过户：原车主也可能承担法律责任

那么二手车买卖完后，一方拒不过户手续，会给另一方带来

瓜子二手车在其官网上明确承诺‘瓜子二手车提供过户服务’，应该尽到其提供过户的承诺，否则也会构成违约

哪些风险呢？

2月21日，导报记者拿着卢青、权三、瓜子汽车服务(天津)有限公司签订的合同(下称《二手车买卖合同》)以及卢青与权三签订的合同(下称《车辆交易合同》)咨询了几位相关方面的律师。

“卖方一旦将车辆卖出，应该立即去车管所协助买方办理过户登记。如果不及时办理过户登记，虽然车辆卖出已经产生物权变动，但原车主也有承担诉讼风险的可能，例如车辆的违章、年审还有发生交通事故后可能由作为行本上的原车主承担的诉讼风险。”山东惠民正师法律服务所律师范拓表示。

山东中强律师事务所律师肖义也表示，虽然该《车辆交易合同》约定买家负责2019年1月12日之后涉案车辆的一切责任及全部费用，卖家不承担任何风险，而且《侵权责任法》第五十条也明确规定，“当事人之间已经以买卖等方式转让并交付机动车但未办理所有权转移登

记，发生交通事故后属于该机动车一方责任的，由保险公司在机动车强制保险责任限额范围内予以赔偿，不足部分，由受让人承担赔偿责任。”但在实践中，车辆一旦发生侵权行为，被侵权人往往会要求车辆驾驶人(原车主)一并承担侵权责任。而这种情况下，因为车辆的实际驾驶人逃逸或不具备赔偿能力，法院为了保护被侵权人的权益，会要求原车主举证车辆已经买卖而不是借用或租赁，在原车主举证不能的情况下，让原车主承担一定责任的案例屡见不鲜。

“况且，权三又将车辆转卖给第三人，卢青对于第三人是否有驾驶证、是否具备驾驶经验、赔偿能力等情况一无所知，一旦发生交通事故，卢青需要举证以证明车辆已经出售给权某，而又由权三转卖给了第三人，自身既不能支配该车的营运，也不能从该车的营运中获得利益，才能避免承担赔偿责任。”肖义解释道。

瓜子二手车难以推卸自己的责任

那么，拒不过户并转卖车辆的买方——权三的做法是否违反相关法律法规呢？

肖义表示，权三在卢青提供了全部手续并交付车辆的情况下，拒绝办理过户，并将车辆转卖给第三人，实际上已经违约而且违反了《机动车登记规定》，应当承担民事赔偿责任以及相应的行政处罚。

“因为在合同签订之前，权三即已经对车辆基本情况有了全面的了解，卢青并不存在任何隐瞒现象，蓝牌过户变黄牌也并非卢青造成而是有明确法律规定，因此不能以此为由进行抗辩。”肖义表示。

“根据瓜子二手车在其官网上的明确承诺‘瓜子二手车提供过户服务’，现在权某拒绝办理过户的情况下，瓜子二手车有义务进行协调，而不能以任何理由进行推诿。”肖义说，权三应该按照合同约定对涉案车辆办理过户，否则将承担相应的民事及行政责任，瓜子二手车也应该尽到其提供过户的承诺，否则也会构成违约。(应受访者要求，文中权三、卢青为化名)

人人车合伙人制被曝变相裁员

二手车电商痛点待解

单纯的广告运营已不是行业竞争的重点，二手车新的竞争关键点已发生变化，技术和效率将成为未来战局的决定因素

◆导报记者 王伟 济南报道

继辟谣破产传言之后，人人车再陷变相裁员风波。

“各城市分站关闭”、“疑似资金链断裂”、“大面积裁员”等消息于近日被集中曝出。虽然，围绕外界的诸多质疑，人人车方面及时作出正面回应予以否认，自称是战略升级，新启动的合伙人制是新战略，但是围绕人人车的负面消息仍在持续发酵，各地相继曝出员工维权事件。

从瓜子二手车涉嫌虚假宣传被开出天价罚单，再到这场人人车裁员风波，引发业内对二手车电商行业深层次的探讨。接受经济导报记者采访的行业人士表示，风生水起的二手车电商平台市场仍有痛点待解，在疯狂跑马圈地的同时，电商平台应进一步加强对产品的精耕细作，盈利模式尚待进一步清晰。

启动合伙人制新战略

18日，人人车创始人兼CEO李健发布全员内部信，正式启动“新平台，新零售”战略，进行平台化运营，号召员工成为合伙人。

据了解，新战略下，人人车员工及行业人士都可以申请成为合伙人。合伙人向人人车购买“服务包”，包括买家、卖家线索，以及人人车线下复检、售后、维保、技术、金融等完整的服务支持。

通过线下服务体系，合伙人可为人人车平台用户提供车辆质检、过户、售后、质保等服务。将员工转为合伙人后，门店租金、评估师工资等费用由此转移，人人车运营成本降低。对成为合伙人的员工而言，则是盈亏自负，风险自担。

然而，对这种“合伙人”模式，员工并不买账。

“所谓的合伙人模式，即购买人人车的资源包，也就是卖家线索，自负盈亏。3万元钱250条，押金1万元，相当于外包。同时，购买这个资源包的前提是必须先办理离职才能购买。”知情人士这样透露。

“这实际给了员工两个选择：主动辞职，并且没有赔偿；先主动离职，再自掏4万元做合伙人。”有自称人人车员工的网友在网上吐槽称。

“一方面，我们要自己缴纳高昂的加盟费用；另一方面，相当于公司把车卖给我们，我们成为中间人转卖给客户，但问题是少了车商支持，个人独立卖车并不容易。”另一位在网上吐槽的人人车员

工如是说。吐槽的同时，人人车员工的维权事件在多地被曝出。

转型前景难乐观

在许多人看来，由自营转为平台型，将二手车的检测、销售等业务环节“外包”给合伙人，这已偏离了其“没有黄牛赚差价”的品牌定位。

“当下正遭遇资本寒冬、融资困难，二手车平台肯定要降低内控成本，从该角度来看，进行裁员和调整十分正常。”21日，网经社-电子商务研究中心主任曹磊接受经济导报记者采访时说。

曹磊同时表示，“合伙人”制度是公司创办初期的一种集资形式，也是某些公司发展势头强劲时留住人才的一种方式，但在公司遇到巨亏后再改合伙人制度，目前尚无成功案例。

他对经济导报记者表示，二手车市场已经进入线下争夺战。人人车发力“合伙制”，意在目前二手车市场格局已定的情况下，谋求以小博大，以轻资产模式换取最大辐射能力来布局线下，争取市场份额。但因该模式本质上仍然是线索引流为主，可谓“服务创新倒退”，相较目前二手车市场主流的线上线下一站式、自营、新零售模式缺乏优势，想要挑战或逆转市场格局的难度极大。

盈利模式尚不清晰

强劲的市场需求，引爆了二手车电商间的激烈竞争，二手车电商平台疯狂烧钱换市场。网经社-电子商务研究中心数据显示，2018上半年行业的累积融资已超过百亿，除了优信、瓜子、人人车等传统三强外，以大搜车为代表的第二批二手车电商平台也正试图在这个领域掘金。几大巨头鼎立伯仲难分，在融资后的开支分配上，营销成为诸多二手车电商的主要开销之一，行业正面临大洗牌。

在此背景下，二手车电商平台的盈利模式问题备受拷问。

在曹磊看来，单纯的广告运营已不是行业竞争的重点，二手车新的竞争关键点已发生变化，技术和效率将成为未来战局的决定因素。

“过去这几年，二手车电商一直野蛮生长，过于追求跑马圈地，忽视了自身苦练内功和对产品的精耕细作。目前来看，大部分二手车电商的模式仅限于为买卖双方搭建交易平台，盈利模式还不够清晰，技术创新力不足。”曹磊说。