

# 恒大汽车能否成为许家印的“救命稻草”？

“保交楼”、“造车变现”……许家印手中的底牌不多了。12月2日晚7时，许家印现身恒大集团召开保交楼工作专题会议。许家印的出现，让此前种种传闻不攻自破。

在“保交楼”会议上，许家印表示：“今年1至11月，恒大集团实现交楼25.6万套，2022年全年要力争完成30万套的交楼，12月份必须保质保量完成交楼4.4万套。这个月还剩29天，时间紧、任务重，恒大全体员工要坚定不移地履行我们的主体责任，永不放弃地努力拼搏，确保完成全年交楼任务。”

不止是“保交楼”的压力。连日来，恒大面临一系列的“麻烦”。有消息称，为降低成本，恒大汽车集团总部将解散，总部人员架构调整，大部分人面临裁员，小部分人下沉到工厂。与此同时，由于恒大集团12月2日的月度工作会议临时取消，引发网络传言四起。12月2日，恒驰汽车内部人士向中国新闻周刊表示，关于裁员我们是官方回应的，但其他谣言过于离谱，请大家不信谣不传谣。

“本次优化淘汰整体比例为10%，部分业务条线或高于此数，另有25%员工停薪留职1至3个月。”上述人士表示：“此前，恒驰汽车人员架构是按同步研发9款车型配置的，但鉴于当下疫情及市场原因，公司进行了战略调整，降本增效，集中资源确保恒驰5的生产交付，以及恒驰6、7的研发量产。”

目前，恒驰5已量产交付。早在恒驰5开启预售14天时，恒大曾表示这款车型累计预定数量超3.7万辆。但如今，恒驰5除了宣布100辆车型的首批交付，甚至无法查阅到其具体的销量信息。

恒驰5真的像官方宣称那般成功吗？

首款车只是“半成品”？

“买买买，合合合，圈圈圈，大大大，好好好。”

2019年11月，许家印当着全球1100多位汽车零部件企业高管的面，用上述15个字展望恒大造车之路。

许家印进军造车虽然来得并不早，但也不算迟了“最好的年代”。数据显示，2016年我国新能源汽车渗透率仅为1%，到2019年时达到5%，如今更是突破了20%。全国乘用车市场信息联席会数据显示：2022年1-10月，中国新能源汽车产量559.0万辆，同比增长108.4%，累计渗透率达24.7%，对汽车市场增长贡献率超80%。

ALL IN新能源汽车三年之后，2022年10月29日，恒大汽车将首款车型——100辆恒驰5交付给首批车主。恒驰

汽车方面表示，后续批次车辆将陆续发往各地交付到车主手中。根据预订协议，首批车主在交车时付全款至天津市津滨公证处。目前，恒驰汽车已在北京、天津、上海、广州、深圳等19个城市布局首批交付服务中心。

尽管目前仍无法查阅到恒驰5至今为止最新的真实交付数据，但在7月6日恒驰5正式开启预售时，恒驰汽车总裁刘永灼曾表示，预售发布会后，恒驰5市场反应良好，恒驰5大卖已成定局。其官方销售数据显示，截至7月20日，恒驰5累计预定数量超3.7万辆。

恒驰内部人员曾表示，恒驰5定价17.9万元是亏本的，为的就是能有好的销量表现。官方号称恒驰5是“30万以内最好的一款纯电SUV”。

据称，恒驰5采用从德国本特勒收购的新能源汽车3.0底盘架构，搭载由联电开发的“三合一”电驱系统，最大功率150kW。恒驰5还搭载宁德时代磷酸铁锂电池，续航里程602km。此外，通过L2.5+级H-PILOT智能辅助驾驶系统，恒驰5可轻松实现APA全自动泊车、遥控泊车、超级高速公路驾驶辅助等。在恒驰的供应商名单里，有爱达克、博世、大陆、安波福、佛吉亚、宁德时代、麦格纳、法雷奥、联合电子等等供应商加持，给消费者以“提到就是赚到”的印象。

按照恒大汽车的计划，集团正在同步研发14款车型，目前已经发布9款。而在天津工厂生产的恒驰5只是恒大造车的一个开始。

事实上，目前不少智能电动汽车都存在“先开卖后开发”的“半成品交付”现象。目前，智能驾驶被视为国内造车新势力的主要优势，但目前市面上不少车型仅在硬件上具备实现L3乃至L4级自动驾驶能力，真正的自动驾驶功能需要通过后续的OTA推送陆续开通、不断完善。甚至，部分车型在交付之初连最基础的巡航等功能都尚未开通。恒驰5正属于这一类车型。

如何走出亏损“无底洞”

新能源汽车既是风口上的产业，也是前期投入巨大、后期九死一生的产业。

新能源汽车产业巨大的机会，不仅吸引了小米、百度等互联网大厂先后入局，也吸引了恒大等房地产企业玩起跨界造车。

造车第一关便是“烧钱”。此前，恒大集团曾表示，新能源汽车领域是恒大集团宣布的未来10年转型发展的重心，从2019年宣布进入造车领域的恒大，对新能源汽车产业累



计投入达到474亿元。

造车的上市公司主体恒大汽车(00708, HK)前身是恒大健康，2020年9月更名为恒大汽车。根据恒大汽车(00708.HK)的财报数据，2018年、2019年和2020年，恒大汽车亏损情况逐年递增，分别为14.29亿元、44.26亿元和73.94亿元。在2021年上半年，恒大汽车就已经亏损了47.87亿元，2021年全年财报未按时发布。2022年4月1日，恒大汽车宣布停牌，直至今日，尚未复牌。

问题频出的恒驰5显然并不足以支撑恒大汽车挺到盈利之日。目前，即便是销量相对较高、更受市场欢迎的国内新造车企业也普遍未实现盈利。

根据近期陆续公布的财报数据，小鹏汽车第三季度净亏损23.8亿元，同比扩大49.0%。前三季度小鹏净利润亏损额度更是达到67.78亿元；零跑汽车净亏损13.4亿元，同比扩大86.37%，前三季度亏损总额达37.84亿元；蔚来第三季度经调整净亏损为35亿元，去年同期为亏损5.7亿元。

与此同时，近年来更是有不少入局造车的企业快速陨落。如赛麟汽车从高调入场到被拍卖不过一年时间，陷入经营困局的汉腾汽车走向破产重整，号称德系四强BBBA的宝沃也已经宣告破产。也因此，产品力不强的恒大也被业界猜测是否将会成为下一个倒下的企业。

许家印曾在2020年放出豪言，称恒大汽车力争在3-5年内成为世界规模最大、实力最强的新能源汽车集团。如今，恒驰5在交付之后显然未达到预期，恒驰6、7是否能带来颠覆的影响力仍是未知数。许家印的造车梦究竟是否还有机会照进现实，如今看来愈发迷雾重重。

# 货拉拉司机集体“罢工”，口碑崩盘再难“裸奔”

前不久，互联网物流商城货拉拉又摊上大事了。相关交通监管部门再次对货拉拉约谈，要求整改恶意压低运价行为。同时对满帮集团、快狗打车等3家互联网道路货运平台公司进行了提醒。

而该事件的起因，则是此前大量网民留言、群众来电来信对货拉拉公司采用一口价订单、上线“特惠顺路”产品等方式恶意压低运价，严重损害货车司机合法权益，扰乱市场公平竞争秩序。而且，各地货拉拉司机为了抵制货拉拉的霸王行径，还自发组织了三天全国停运抗议“活动”。

据报道，彼时该事件波及全国各地，郑州市等地超过90%的司机加入该行业，拒绝接单。不过，此后有货拉拉司机在短视频平台留言，“微面没取消、车贴没取消，就不算胜利。两个重点，一样都没干成。”由此也足以看出，该方式并未立竿见影，货拉拉依然在一片反对声中“裸奔”。

集体停运的导火索，是矛盾集中爆发

真正让货拉拉意识到严重性的，或许是这次约谈。据了解，约谈强调，货拉拉对自身存在的问题认识不到位、态度不端正，压价竞争行为带有主观故意，是非常严重的不正当竞争行为，规范整改、切实保障广大货车司机的合法权益，刻不容缓。监管部门约谈的措辞用语，可谓字字诛心，甚至让货拉拉有些“无地自容”。

值得注意的是，货拉拉是被约谈的“常客”。包括货拉拉在内的多家互联网道路货运平台，今年1月、7月、8月以及9月已四次被监管部门约谈。历史上的所有约谈，更是接近10次。而监管通报的问题均集中于平台损害货车司机合法权益，如多重收费、压价竞争、违规运营等等。

相比其它问题，压价行为在行业更为普遍，据中国物流与采购联合会发布的《2021年货车司机从业状况调查报告》显示，78.8%的货车司机认为货运互联网平台存在“压低运价”的行为。虽然物流行业的企业或多或少存在问题，有个词语叫法不责众，但是货拉拉也无法心存侥幸。作为负面舆情最严重的企业之一，货拉拉也是社交媒体热搜榜的常客，这次停运正是各种矛盾日积月累、集中爆发的结果。

据观察，货拉拉作为平台型企业，其仅仅在司机端，就面临多方面难于调和的矛盾。

其一，针对司机要求的取消“多因素订单”、车贴，运价恢复正常，背后的真相便是平台以罚代管、强制绑定合作、刻意打价格战的单方面行为，不仅影响司机利益，更损害市场秩序。

例如，有司机反馈：干了一年多，订单越来越少，运费越来越低。而且，平台出现里程不准、货量不准，导致司机运货的实际里程更长、油耗更大、成本更高的问题，时有发生。据某地区司机反馈，类似的“信息不准”的订单，除了市区单，占比甚至超过90%。

而司机所谓的多因素，也直接让司机的利益受损。据了解，多因素订单是指是以里程计费为基础，再结合路况、天气、供需关系等一系列指标，综合动态调整价格，以图对消费者更有吸引力。

但是，由于是系统自动调整，数据同样不够准确、也不够透明，导致货车司机的利益受损，因此也频遭诟病。

其二，货拉拉的多重收费标准，也被司机频繁质疑。据了解，此前，货拉拉将会员费分为初级、高级、超级三种，根据不同城市、不同车型有不同收费标准，对应不同的信息费收取比例，而超级会员可以免除信息费，如果司机不买任何会员，在平台接单就有限制。

不过去年9月，货拉拉对会员系统进行了升级，将会员分为白银会员、黄金会员和钻石会员，由此也带来了一些问题。据货车司机表示，新会员系统下，即便花高价办理了最高等级平台会员，每完成一单依然要被平台扣除信息费。很显然，这些调整，是一般司机无法承受，也难以接受的。

其三，霸王式的平台管理机制，让司机体验较差，甚至感觉不适。例如，此前有媒体报道，在货拉拉司机培训手册上，司机需在限定期内上传车贴审查照片原图，对拍摄角度、拍摄背景、甚至司机的出镜动作等都有严格要求。

不过，司机对此并不认同。一方面因为带有强制性，让司机感觉不被尊重。另一方面，车上贴车贴虽然是给货拉拉做广告，但是无形中却让货车司机失去了与其它平台合作的机会。由此可见，货拉拉平台的运营规则，几乎没有温度，更缺少应有的人文关怀。甚至被指把货车司机当平台赚钱的工具。这也不难理解，为何积怨已深的矛盾，会演变成全国停运抗议活动了。

用户口碑崩盘，货拉拉丢掉根本

货拉拉除了与司机端用户矛盾重重外，在平台用户那里，也早已是刻板的负面印象，甚至因为此前的多个社会事件，口碑已经崩盘。很多网友在网上留言表示，选择货拉拉并非货拉拉的服务有多好，而是相比其它物流企业的定位，并无太多选择。

众所周知，此前23岁的长沙女孩车莎莎通过货拉拉平台下单搬家服务，却在跟车搬家途中离奇跳车身亡，引发了全网高度关注。而事发前，车莎莎所乘坐的货拉拉面包车曾出现三次偏航，尽管如此，该事件最终似乎不了了之。

让网友口诛笔伐的是，在货拉拉公布的《网络货运服务协议》中，更是直接表示货运服务过程中发生的任何人身伤害和财产损失，均与平台方货拉拉无关，“货拉拉不承担任何责任”。

实际上，货拉拉此前就被很多媒体曝光，称其存在货车司机招募门槛低，审核流程、安全培训过于敷衍的问题。更有用户投诉反馈，其存在客货混载、监管不足的安全漏洞。而在这样的不完善服务体系之下，司机骚扰乘客，甚至坐地起价的事件也时有发生。

「于见专栏」认为，网约车、网约货车为新型的共享经济模式，是在传统行业固有模式下的创新，理应变原有的服务模式更省时省心，价格也更加透明。

但是据了解，由于平台压低价格试图招揽更多生意，损伤的却是平台司机的利益。由此也导致一些司机不得不私下加价，用户为了搬家运货完成自己的目标，也不得不吃哑

巴亏，甚至因为平台对其视而不见，而投诉无门。

由此可见，货拉拉作为新型的共享货运平台，却对平台带来的风险、司机的不合规操作等视而不见，甚至摆出的是一种置身事外的姿态，也正在逐渐丧失用户的信任，潜藏的也是肉眼可见的信任危机。

资本市场春风得意，但上市或遥遥无期

此前，货拉拉也是资本市场的宠儿，并频繁传出上市融资计划。据企查查数据显示，货拉拉2020年12月完成E轮融资，融资规模为5.15亿美元，到了2021年1月又完成F轮融资，融资规模为15亿美元，至此估值高达100亿美元。

尽管货拉拉的模式，堪称货运版的“滴滴”，有非常大的想象空间，因此在资本市场受到热捧。但是该赛道也并非人迹罕至，行业内卷依然存在，加上其公关危机不断，IPO上市却困难重重。

一方面，受疫情影响，平台业务量下滑，甚至因为疫情反复，陷入长期不稳定的状态，月度亏损也是家常便饭。以2020年疫情最严重的时期为例，彼时，货拉拉的平台单量曾一度下降93%。而且，即使是在疫情发生一年后的2021年2月份，其亏损依然高达1亿元。

由此可见，受资本热捧的货拉拉，在业绩表现上并非“常青树”。

货拉拉面临的困境，不只是来自其内部经营、管理存在不足，其更大的压力，或许是来自同行的围堵、行业的竞争加剧。例如，同样在行业首屈一指的还有滴滴货运、满帮、快狗打车，来头不小、实力也不容小觑。

以满帮为例。要知道，满帮在入局同城货运赛道前，一直深耕长途货运，在物流运输行业实力强大，资源丰富，其与货拉拉直面竞争，抢占同城货运市场，无疑是货拉拉不容忽视的对手。

由运满满与货车帮战略合并的满帮集团，更是于去年6月在纽交所挂牌上市，IPO募资近16亿美元。据报道，满帮正筹划二次在港上市，预计集资约10亿美元。或将与货拉拉在同城货运市场硬刚。快狗打车与滴滴货运背靠互联网大厂，实力更是不言而喻。

由此可见，货拉拉想要在行业一家独大，延续其“霸王”姿态，几乎没有可能。而在其司机端、用户口碑双输的发展态势下，想要借助资本登陆二级市场，恐怕也难以受到投资者待见。

货拉拉等货运企业屡次被约谈，说明这个赛道早已告别了野蛮生长的时代，规范化、合规运营已经成为趋势，更是企业想要长足发展的必经之路。

令人不解的是，货拉拉面临这样的行业大势，似乎有些无动于衷，依然在用过去那一套霸王式的管理机制，甚至无视司机端的利益、终端用户的体验，显然有些不符合时代趋势。

在同城货运赛道监管趋严、市场不济的大环境下，如果货拉拉不做任何积极的转变，未来第一个倒下的是谁，也显而易见。但愿货拉拉早日觉醒，行业早日重回春天。