

# 6 调查 Investigations

## 车来车往“破产”疑云调查：平台成交额曾达 6.4 亿元源于“烧钱”太快？

■ 陆佳丽

一封流出的内部邮件，让车来车往这家并不广为人知的二手车电商公司“蹿红”。这封邮件名为“致车来车往全体员工的一封信”的大致内容为，“经营严重亏损导致资金链断裂，无法继续经营下去，现只能关闭公司，宣布破产，进入破产清算程序”。

据了解，该邮件是 9 月 29 日下午，由车来车往 CEO 谢磊发出。一位刚办完离职手续的车来车往内部人士向《每日经济新闻》记者确认了此消息，“此前毫无征兆，当收到谢磊的邮件时我们也感觉很震惊。”

日前，记者曾多次拨打车来车往官网电话，但均处于无人接听状态，而其位于上海宝山区的店铺也已更换门庭。“大部分员工已办完离职手续，北京门店也关门了。”上述车来车往内部人士说。

### 破产源于“烧钱”太快？

据记者了解，今年 9 月 1 日，车来车往集团总部刚刚完成搬迁。9 月 19 日，车来车往原定举办的明确公司未来业务发展方向和战略目标的员工大会被临时取消，当时车来车往来员工对此都颇感意外。

上述邮件显示，为保证员工利益，所有员工的薪资计算和五险一金缴纳将截止到 2017 年 9 月 30 日。车来车往公司承诺，于 10 月 20 日前支付 8 月份薪资，11 月前支付 9 月份薪资；供应商欠款（包括车商保证金），该公司将于 10 月 20 日前做出偿还计划，按排期进行支付。

记者了解到，车来车往的车商保证金在 2000~20000 元不等。“最多时公司有 300 多名员工。”上述车来车往内部人士告诉记者，公司内部此前并无破产征兆。“年中时进行过一次裁员，包括车商部和检测部等相关部门裁过三四十人。当时的说法是面对转型所做的人事架构精简。”

事实上，车来车往成立虽仅有两年半时间，但扩张步伐此前较大。

据上述车来车往内部人士介绍，此前，车来车往并购了车易拍在一些城市的分公司，“加上收购开新，车来车往的资金就更紧张了。”



开新二手车帮卖成立于 2009 年，总部位于上海，是国内最早做 C2B 拍卖模式的二手车电商企业之一，至今客户服务量数已经达到 40 万个。

2016 年底，车来车往宣布与开新二手车合并，当时谢磊曾高调宣布，合并后双方计划在 2017 年完成 120 亿元的目标交易额，实现 20 万辆的交易量，合并后行业占比计划达到 5%~8%。

谢磊还称，2016 年，车来车往旗下“来拍车”平台成交总量达到 1.6 万辆，总成交额 6.4 亿元，在全国拥有 9 家分公司。

记者获得的车来车往内部邮件则显示，今年 6 月，车来车往高层指出，其已进入和开新的最佳合并期，双方都有不可复制的核心优势，且公司必须快速完成转型。

但合并不到 1 年，车来车往却自称因资

金链断裂而破产，不禁让外界唏嘘。资料显示，2016 年 2 月，车来车往宣布完成 1800 万美元 A 轮融资。有业内分析认为，这与其他二手车电商平台动辄几亿美元的 C 轮、D 轮融资相比，显得杯水车薪，二手车电商是个需要不断投入资金的行业。

“去年 9 月，车来车往冠名‘车来车往号’高铁后，开新在今年 2 月宣布投入 8800 万元，与辽宁宏运足球俱乐部达成战略合作。”一位业内人士指出，这些动作的确花了不少钱。

### 多地业务受牵连

车来车往曾在开新资金链出现问题时挺身而出，那么车来车往如果倒闭是否会影响开新？

近日，记者走访了几家位于上海的开新

二手车帮卖门店，店内运营均显正常。“车来车往只是入股，我们是独立运营，车来车往倒闭不会对我们产生影响。”一位开新二手车店员如是表示。

不过，虽然上海多家门店仍在正常运营中（开新总部位于上海），但记者了解到，开新二手车此前大举进入苏州、沈阳等地的门店已相继关停，其官网显示门店地址仅剩上海与北京两地。“业务调整，北京门店也已关闭，目前开新只在上海有门店。”开新官网客服说。

一位沈阳的二手车商告诉《每日经济新闻》记者，开新位于沈阳的旗舰店早已人去楼空，而与其对接的业务员已被开新辞退。“我与开新签订了为期 1 年的合约，但 1000 元保证金目前还没退回。开新给的解释是，开新二手车帮卖与车来车往去年底达成战略合并，但由于在合并过程中出现某些原因，故使战略合并未能完全达成。目前双方正进一步协商，进行区域业务和责任分割，暂时尚未明确沈阳地区归属哪方负责，10 月 25 日前会明确告知。”

此外，值得注意的是，9 月 5 日，车来车往集团对开新下发了两项新人事任命，其中，原开新副总经理张建斌暂代开新 CEO 一职，集团副总裁郭广负责开新品牌营销中心的管理。但据《每日经济新闻》记者了解，郭广目前已离职。

“近两年来，随着运营逐渐差异化，资本市场趋于理性，中小型选手正逐渐掉队，二手车电商竞争格局马太效应开始显现，行业正不断洗牌。”天天拍车 CTO 张延伟在接受记者采访时指出，在现有市场格局下，商业一定要回归本质，通过砸广告“烧钱”不可持续，归根结底还是要高效获客，以合理价格满足消费者需求，口碑驱动的企业才能走到最后。

根据中国汽车流通协会发布的数据显示，今年 8 月，全国二手车市场交易量为 105.25 万辆，同比增长 21.02%，而该月主流 B2C 电商平台共上传车源 18.36 万辆，所占比例仅为 17.4%。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊在接受记者采访时表示，二手车电商的出现让整个市场变得更透明，同时起到了二手车“宣传队”的角色，“但二手车电商平台当前还不是市场的主流。”



## 平台用户量大幅缩水 直播行业进入冷静期

■ 刘发为

美国投资银行高盛 9 月发布报告称，到 2020 年中国视频直播市场的规模将达到 150 亿美元。直播行业从产生到现在不过几年的时间，便已经拥有了庞大的用户群体，而在如此高速的野蛮生长下，随着时间的不断推移，许多危机正在逐渐显现出来。

### 生来就会“金钥匙”

网络直播从一“出生”就含着互联网这把“金钥匙”。近几年来，随着无线网络、4G 网络的普及，网络直播摆脱了地域空间的限制，随时随地拿起手机做直播轻而易举就可以实现。此外，手机移动网络一轮接一轮的“提速降费”，移动网络速度更快而且资费更低，这也瓦解了网络直播的最后一道障碍。

网络直播为每一个独一无二的个体提供了展现自我的平台，只要你有才华、有个性，就能通过直播平台将你对世界的理解和认知展示给网友，这就满足了个体的展示需求；对于用户来说，在海量搜索的情况下，大家可以在直播平台上更为直观地获取到自己想要了解的信息，这就满足了个体在更高层次上获取信息的需求。

网络技术搭建的平台，加上人们精神需求的助推，在网络社交越来越便利的当下，网络直播在短时间内备受追捧自然不是怪事。

### “高速路”上有危机

中国互联网络信息中心发布的第 40 份《中国互联网络发展状况统计报告》中显示，截至 2017 年 6 月，网络直播用户共 3.43 亿，占网民总体的 45.6%；而截至 2016 年 12 月，网络直播用户规模达到 3.44 亿，占网民总体的 47.1%。与半年前相比，网络直播的用户规模和在网上网民中的整体占比皆出现下降。直播平台的日子也并没有那么好过，某直播平台活跃用户数量的峰值是在今年 1 月，达到 2516 万人，而 8 月已经下降至 1230 万人，严重缩水；更有上百家直播平台关闭。断崖式的数据滑坡警示，直播行业已经不再是那个站在风口就能飞的宠儿，行业发展面临转型。“高速路”上危机已经显现了出来。

与下降的用户数据相比，不断见诸报道的直播行业乱象则更让人担忧。涉黄涉暴的内容充斥在某些直播平台当中，靠“打擦边球”来吸引用户关注、获取收益被部分平台和主播奉为准则；一边是失去理智地巨额打赏主播让人不解，一边则是主播靠打赏一夜暴富的故事不断冲击着社会承受力的底线……

直播平台的门槛相对较低，蜂拥而上的主播，水平参差不齐，收入差距明显，两极分化现象十分严重；良莠不齐的内容、急功近利的心态，则让直播行业出现在大家面前的面孔真假难辨，同质化的内容在用户眼中正在慢慢失去吸引力；单一僵化的盈利模式，主要依靠打赏来变现的方式，让直播行业少了些许稳步前行的动力。

### “阳光”之下易生长

“危机”，有危险，又有机会。对于当前的直播行业来说，能否在“危”中抓取到前进的机遇，关键要看能否涵养一种良性循环的直播生态。

需要稳固直播行业的根基。在“内容为王”的时代里，仅靠一时哗众取宠的表演难以获得网友们的青睐，只有那些优质的内容才拥有长久的生命力。而要保障优质内容源源不断的供给，关键在人。直播平台中的主播也应当正视自己的身份定位，如果不能及时更新知识储备、提供大家真正需要的信息，终究要被淘汰。

保证直播行业的营养供给。直播平台完全可以充分发挥自己的平台价值，为直播行业的可持续发展开辟道路，而不是只是抱着打赏的收入不思进取。作为一个平台，不仅要生产很多好看的内容，最重要的是应该把最好看、最有价值的、最有温度的、大家最感兴趣的内容推到不同用户的身边。

将直播行业置于阳光之下。网络直播作为一种新兴事物，其单纯的行业自律在其快速发展阶段难免产生漏洞，所以也需要政府等相关治理和引导。随着越来越多监管措施的出台，直播行业正在慢慢走到阳光之下。

有专家指出，无论平台和传播形式如何变化，内容是核心，服务是王道。谁离用户最近，谁就能最大程度上传分享社交红利。新闻不是刚需，智能化服务才是出路。大家欢迎的，正是一个贴近用户需求的良性循环的直播生态。

## 海外代购药品猫腻多 朋友圈兜售多为“三无”产品

■ 丁国锋

近年来，海外代购药品受到热捧，而这些药品是否为假，并不是药品本身，关键是要看有没有取得《进口药品注册证》。江苏省常州市天宁区检察院工作人员介绍，一些商家打着“代购”旗号销售来源不明的假药，“地下美容院”更是这类药品的重灾区。同时，消费者使用这些非正规途径、没有监管的药品，自身也需承担很大的风险。

近年来，海外代购药品迅速发展起来，由于利润可观，越来越多的人加入人肉代购药品的行列。但这些私自代购的药品属于“未经批准生产、进口”的药品，按照我国法律，是销售假药。

据统计，2016 年，江苏省常州市天宁区人民检察院共受理涉及代购销售假药犯罪案件 18 件 26 人，而 2017 年上半年，该院就已办理此类案件 25 件 43 人，增长明显。

“在我们办理的案件中，大部分都打着代购旗号，销售的却是‘三无’进口药、高仿药。以前还是实体销售，现在为了躲避监管纷纷转型，买卖交易全程线上，只有在邮寄时才会通过线下的快递公司，打击难度大，且极易死灰复燃。”天宁区检察院公诉科科长李继峰说。

据天宁区检察院公诉科万黎介绍，该院今年上半年已办结的 25 件案件中，除了 3 件是实体店销售外，其他均是“线上线下”的销售模式，“其中，不乏一些商家打着‘代购’旗号销售来源不明的假药，‘地下美容院’更是这类药品的重灾区。同时，消费者使用这些非正规途径、没有监管的药品，自身也需承担很大的风险。”万黎说。

### 无批文进口药 成婴儿治病“紧俏货”

“无依赖性”“无抗生素”“无激素”的进口儿童、婴儿用药品，很受中国妈妈们的追捧，其中不乏部分处方药，如德国产的 MU-COSOLVAN 止咳糖浆、NURROFEN 退烧药、小绿叶消炎喷雾等。

有需求就有市场。2015 年，全职妈妈林某为贴补家用，在小区开了一家母婴店，生意一直不温不火。当她看到身边的小姐妹经常托人从日本、美国等代购回婴儿专用药品

时，发现进口货才是妈妈们的心头好。

这时，林某想到自己好友经常出国，遂托她带药。此后，林某便留心身边小姐妹的需求，以此制作“进货名录”发给好友，再快递回来销售，所得按比例分账。为拓展客户群，林某还在朋友圈打广告，一时间生意火了起来。

然而，林某的母婴店既无药品经营资质，又没有药品进口手续，在一次检查中被取缔，销售的药品也被认定为假药，已涉嫌犯罪。

“林某到案后并不认为涉嫌犯罪，认为自己销售的不是假药，在微信朋友圈或实体店进行销售的都是国外亲友从正规医院开具或从国外官方网站直接下单购买，自己的孩子也服用，药效非常好。”天宁区检察院公诉科员额检察官殷茹告诉记者。

“药品是否为假，并不是药品本身，而是要看有没有取得《进口药品注册证》，这个是关键。”办案检察官说。根据我国药品管理法规定，药品进口，须经国务院药品监督管理部门组织审查，经审查确认符合质量标准、安全有效的，方可批准进口，并发给进口药品注册证书。未经批准进口的，均按假药论处。因此，即便是实质意义上的真药，只要没有获得批文，一律算假药。

根据刑法修正案相关规定，生产、销售假药的最高刑罚可判处十年以上有期徒刑、无期徒刑或者死刑，并处罚金或者没收财产。“所以代购药品也是要承担很大风险的，尤其是销售那些来路不明的药品，万一消费者出问题，代购者要承担首要责任。”殷茹说。

### 地下美容院 成来源不明假药重灾区

随着微整形的流行，一些无资质、无证书的“地下美容院”以低价进口美容药品吸引了众多爱美人士，但这些美容院使用的药品都存在严重的质量和安全隐患。

“这类案件的涉案人员趋于年轻化，86% 是 80 后、90 后，文化程度都不高，以女性为主，大多从事同一个行业，自称‘圈内人’。”天宁区检察院公诉科员额检察官郭莹介绍，“这些美容店主通常去杭州、广州等地参加为期十天左右的皮肤管理培训后，就开



始自立门户，在朋友圈发布肉毒素、玻尿酸等销售、注射服务。”

2016 年 5 月，时年 28 岁的小美辞去会计工作，去外地学习了一段时间后，回常州开了一家美容工作室，提供美甲、面膜和文眉服务。

一段时间后，小美经常被顾客问到是否代购韩国的美容针剂及能否提供注射服务。对于这送上门的生意，小美想起了跟自己一起学习美容的学员小芬。当时，小芬自称做过护士，辞职后一直从事医疗美容。小美用微信联系小芬，希望她来帮自己。

一听这个消息，小芬立即表示愿意自带产品上门服务。

于是，两人约定，打一针瘦脸针的价格是 2380 元，小美将韩国代购针剂“白毒”的成本 700 元给小芬后，剩下的 1680 元两人平分。

“今年 4 月，公安机关在对小美的美容店进行例行检查时，查获了无批准文号的玻尿酸及肉毒素，致使案发。”郭莹说。

“这些涉案店主一般会自称‘微整形专家’，通过网络或熟人介绍招揽客户，凑够足够的人就集中进行‘手术’，通常是自己亲自主刀或招揽曾经做过护士的人。”郭莹介绍，“更有甚者，她们带着针管四处‘走穴’，在宾馆或者客户家中提供上门服务。”

### 海外代购药品监管体制 需多方共建

“淘宝网、朋友圈等因其特有的便捷、

隐蔽的特征，成为销售海淘三无药品的主阵地。不论是家用药还是美容药，都是从海外人肉代购，在线上（微信商城、淘宝店之类）发布广告，线上交易付费，线下快递送达。”万黎说，“我院今年办理的 25 件案件中，就有 12 件是通过这样的方式销售，就算通过实体店，售卖的药品也是靠人肉从海外背回。”

“此外，有的涉案销售者还以‘商品替拍’的方式完成交易，表面上是买了店里的商品，其实卖的是代购药品，价格也是通过微信进行商量的。”李继峰说，“这种就是‘私人定制’了，隐蔽性强，是工商、公安机关等部门的执法盲区。”

“针对这类问题，我们充分依托高科技，借助‘大数据’平台进行数据比对，加强对网络聊天软件、实时通讯工具、物流快递、银行账户等相关信息的监测、筛选、过滤，及时锁定上下游犯罪、买卖交易的关键信息，加大对在线销售假药的查处力度，将数据转化为证据。”李继锋说。

此外，为保证案件早发现早整治，李继锋还建议，工商、公安等执法部门加强监管责任，制作告知文书，告知经营商常见假药类别，并在日常巡查中逐一说明、告知或者签订规范经营药品承诺书，以此应对涉案人员主观不明知的辩解。同时，还要加大对商业街区、涉药执证单位（包括美容机构）的排查力度，对告知后仍销售假药的人员做到早发现早治理，规范现场查处笔录的制作，及时固定犯罪证据、移送案件线索。