

# 多品牌大打价格战 摩托车市场退烧

“今年不太好。”近日，上海嘉定区的摩托车从业者张强向记者评价今年摩托车市场的行情。与张强看法一致的摩托车从业者不在少数。即便是“金九银十”的传统消费旺季，摩托车市场的整体表现也难言乐观。

业内人士表示，摩托车企业上演价格战的因素主要有以下几点：首先，市场竞争激烈，摩托车品牌繁多，企业为了争夺市场份额而采取降价措施，以吸引消费者；其次，摩托车行业的需求相对较低，市场饱和度较高，企业为了刺激销售不得不降价；最后，新能源摩托车等新兴市场的出现，也给传统摩托车企业带来了一定的竞争压力。



展览会上的国产摩托车 新华社发

## 行业热度降温

上海的摩托车从业者丁磊告诉记者，他是在3年多前进入摩托车市场的。“那时候哪有这么多人玩摩托车，都是后来一些博主在社交平台上发视频，慢慢把流量给带起来的。”

“去年比较疯狂。”丁磊回忆：“去年解封之后，摩托车市场就迎来一个爆发点。驾校报考都是爆满，整个市场格局是供不应求的。今年就是供过于求，也会有新的年轻人去考驾照，但肯定没有去年那么多人报考了。今年摩托车市场肯定是降温了。”

据中国摩托车商会统计，今年前九月，燃油摩托车外贸出口继续保持增长，对行业支撑作用明显，但增幅有所放缓；国内市场需求下行趋势明显，市场压力增大。数据显示，前9月，行业共产销摩托车1508.1万辆和1471.94万辆，同比下降9.15%和12.45%。

“今年店里的销量估计只能达到去年销量的6成一7成，马上又要进入淡季了，全年都不会好了。”国产摩托车从业者陶辉对记者感叹：“明年估计也不会太好。”

对于摩托车市场是否会持续降温，盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，摩托车市场的需求确实受到了一些影响，但是否持续降温，还需要进一步观察。整个摩托车产业正在经历变革，随着消费者需求的变化和技术的进步，摩托车产品也在不断升级和变革。

## 企业降价促销

“21万元的雪铁龙C6老气横秋，13万元的雪铁龙C6成熟稳重。”3月初，东风系推出一场“史无前例”的购车补贴，由此掀起价格战。价格战的风也刮进摩托车行业。

“汽车的价格一直在降，这也影响到了摩托车行业。”陶辉告诉记者，“今年的价格战特别厉害。一些进口车型降价，这就导致了我国产品品牌也会跟着降价。我们的车型便宜，只有1万—2万元，有的也降了1000—2000元，按比例来算的话，算是蛮大的降价。”

记者注意到，网上也有“杜卡迪降10万”等消息。丁磊告诉记者：“降价这么多的是库存车，本来就是不好卖的。不降价卖的话，时间越久只会越不值钱。好卖的车不可能这样。”

无独有偶，一位有着十余年驾龄的摩托车骑友也告诉记者：“这主要看车子的价值，如果是几十万的车，降10万是正常的。但进口车再降价也是库存车，新款是不会降价的。”

在北京一个比较集中售卖摩托车以及装备的园区，工作日的下午，记者看到好几家门店都是只有一两个客人来购买。据了解，摩托车的各零售门店销量都在下滑。为了促进销量，目前大部分摩托车车型都有降价或优惠活动，降价幅度从几千元到几万元不等。

## 价格战冲击波

摩托车市场的需求走弱，叠加行业价格战的影响，也使得相关的摩托车企业受到影响。

以钱江摩托为例，其发布的2023年第三季度报告显示，公司前三季度实现营业收入40.98亿元，同比下降8.52%；归属于上市公司股东的净利润4.10亿元，同比下降0.03%。

华泰证券研报指出，钱江摩托三季度营收同环比均出现回落，主要系国内大排量摩托车市场需求走弱，经销商提货积极性下降。不仅如此，第四季度国内大排量摩托车市场将逐步进入淡季，内销压力或延续。

“今年价格战结束不了，也许会延续到明年。”谈及对明年摩托车市场的预期，丁磊向记者坦言：“要是明年其他品牌推出新的车型，我估计会卷得更加厉害。”

如何应对行业价格战带来的影响？中国社会科学院工业经济研究所时杰告诉记者，公司可以采取多种方式来应对价格战。首先，他们可以寻求提高产品质量和性能，以在价格战中仍然能够保持一定的市场份额。其次，品牌可以寻求降低生产成本，提高效率，从而能够在价格战中降价并仍然盈利。此外，创新和差异化也是一种有效的策略，可以帮助品牌摆脱价格竞争。

综合中国经营报、央视财经、证券日报等

# BOSS直聘三季度报：营收16.07亿元，同比增长36.3%

11月14日盘前，BOSS直聘发布了2023年第三季度财报。在这一季度，公司取得营收16.07亿元，同比增长36.3%；经计算现金收款16.36亿元，同比增长32.1%，超出收入指引上限。

本季度，公司营运效率、经营稳定性持续提升。报告期内公司净利润4.26亿元，同比增长101.1%。不考虑理财等其他收益，公司的经调整后营业利润为5.49亿元。

在此期间，BOSS直聘在蓝领职类与低线城市渗透率持续增加。报告期内平均月活跃用户数(MAU)达到4460万，同比上涨37.7%；截至2023年9月30日止的12个月内，付费企业数量达到490万，同比增长32.4%。

基于对业绩增长的长期信心，BOSS直聘宣布将进行上市后的首次派息，本次派息资金来自公司盈余。派息金额为每普通股0.09美元，即每美国存托股(ADS)0.18美元，约合8000万美元，预计于2023年12月中下旬派发。

BOSS直聘创始人、董事长兼CEO赵鹏表示：“公司很高兴持续为用户、为员工、为投资人带来价值。公司会继续做好分内之事，在产研上持续投入，提升服务用户的能力和竞争力。”

## 蓝领与低线城市市场渗透率提升

在第三季度，平台求职端、招聘端的活跃用户数都呈现稳健增长的态势。

季度内公司新增完善用户近1200万，平均月活跃用户数(MAU)达到4460万，截至季度末12个月内付费企业数量达到490万。

从职类角度，蓝领成为驱动平台用户增长的重要引擎。无论是在招聘端的职位增长上，还是在活跃求职者数量增长上，蓝领都领跑大盘。

从招聘端看，服务业职位增量领先，今年以来在平台中的占比持续扩大。如服务员、店员/营业员、后厨等与线下实体经济消费相关的职类需求显著增长。供应链物流职位增速显著，其中快递员、货运司机、仓库管理员、配送员增速最为突出。从行业角度看，消费品、汽车后市场、新能源、互联网生活服务、与机械制造相关的原材料等招聘端环比增幅明显。求职者方面，今年以来的新增求职者中，蓝领也保持着较高的占比。越来越多市场存量蓝领求职者成为BOSS直聘用户。如东莞、苏州、佛山等传统制造重镇，生产制造类活跃求职者在平台名列前茅。

从地域角度，BOSS直聘继续加速在低线级城市的普及。来自二线及以下城市的岗位、求职者规模都在三季度保持较高增速。如河南安阳、山西长治、湖北孝感、陕西宝鸡等城市，在有相当岗位与求职者数量的基础上，双端增速仍有高水平表现。



至三季度末，南至海南三沙，北至黑龙江大兴安岭地区，都有招聘者与求职者在BOSS直聘上发生着交互。

## 用户使用黏性稳定提升

在活跃用户不断增长的背景下，BOSS直聘的用户黏性也保持在较高水平。

三季度，平均DAU(日活跃用户数)占MAU(月活跃用户数)比例稳定。报告期内，平台上月均有1.35亿人次获得了收获。

值得一提的是，在今年新增蓝领求职者用户较多的背景下，三季度蓝领求职者在有收获人数、人均达成等指标上仍保持了稳健增长。

在月活用户持续增长、用户黏性保持稳定的同时，三季度BOSS直聘销售和营销费用为4.57亿元，占收入比降至28%。这也意味着，平台品牌效应累积带来的复利价值不断显现，公司获客的边际成本递减，促进运营效率提升。

## 产研优化用户服务品质

面对更大量级、更复杂的细分职类和地域，BOSS直聘依然保证了高质量的匹配精度和效率，背后是持续不断的产研投入，在细节上日复一日地打磨。

三季度正值秋招旺季，有相当数量的学生用户进入平台，产品上就作了多项针对性优化。首先，支持学生填写更多意向，拓宽可能的就业面。同时，引导学生填写招聘方关注的重点信息，包括有含金量的技能特长、学术科研经历等。“昂扬秋招节”联合各行各业“星推官”，为学生开设答疑直播，全天候解答问题、推荐岗位，每天10位星推官值勤答疑，每周推荐4000职位。

在蓝领用户的服务上，不同工种的供需情况不尽相同。

针对焊工、电工、车工、机修工、空调工等招聘端需求增长相对快、求职者较为稀缺的岗位，算法团队通过需求探测系统，找到了一批符合用人条件、但没有“表达”相关意向的求职者，促成了双边匹配，同时提升了招聘端与求职端的收获。

针对今年以来兼职职位关注度上涨的情况，产研团队在数据上挖掘招聘端潜在的兼职岗位需求，产品上优化兼职职位发布体验，共同增加岗位供给。求职侧则针对求职者在兼职场景下的偏好，对推荐策略进行针对性调整。今年以来，兼职职位数量与意向达成持续保持着较高增速。

42岁、大专学历的王女士通过BOSS直聘找了近二十份兼职，有婚纱整理、蛋糕师、面包师，还做过钳工。王女士对产品的感受是：效率高，很多老板都是秒回；公司正规，沟通的公司都比较敞亮。

## 保持职业科学基础领域的科研投入

9月上旬，BOSS直聘博士后科研工作站举行揭牌仪式，这是我国在线招聘领域首个获批成立的博士后科研工作站。工作站采用与博士后流动站联合培养的模式，首家高校合作单位为清华大学五道口金融学院。双方将结合BOSS直聘在职业科学方面的积累，以及五道口金融学院在劳动力市场经济学方向的深厚积淀，在博士后人才培养、产学研融合创新等方面开展交流实践。

BOSS直聘职业科学实验室(CSL)在个性化推荐系统、职业路径优化、人才能力认知诊断等方向取得了一些进展，多项成果发表在ACM Transactions on Information Systems (TOIS), IEEE ICDM-2023, ACM CIKM-2023等数据挖掘、信息检索领域重要学术期刊和学术会议上。

此外，CSL在应届生流动意向及劳动力市场集中度等方向的2篇文章被欧洲劳动经济学家协会年会EALE-2023接收，并受邀出席会议作学术报告。这也是中国在线招聘领域企业在相关领域国际顶级学术会议上的首次亮相。

## 保障求职安全

2023年三季度，安全团队持续提升技术在风险监测、举报投诉等场景中的应用，更快地发现、处置疑似风险账户。

此外，BOSS直聘配合警方提供49条违法犯罪线索、抓获853名违法犯罪嫌疑人、捣毁犯罪窝点18个。

针对蓝领用户开展的“职位保真”项目“海螺优选”三季度覆盖求职者超过了1400万。在一些传统线下市场存在诈骗风险的职类，如生产制造和供应链物流，在“海螺优选”上，求职者举报率降至新低。