

卖车亏了 4S店集体“爆改”

如今改卖服装、烧烤与人形机器人

最近,安徽一家停业闲置的4S店“爆改”成仓储式服装卖场的新闻在社交平台走红,据报道,这家闲置了半年多的4S店,面积三千平方米,前租户亏了近400万,新商家用来做服装卖场,不用掏固定租金,按营业额一成与物业方分成。

事实上,这不是第一家被爆改的4S店。6月份,据媒体报道,上海一家4S店,正在打造沪上第一家非遗主题的4S店,店内二楼的竹刻馆对外开放;无独有偶,宁波有一家4S店关店改成了夜宵城;还有一家4S店被改成了烧烤店。

自从新能源汽车开始冲击传统汽车的销售模式,4S店便迎来前所未有的至暗时刻。中国汽车流通协会发布的一份报告显示,截至2025年底,全国汽车4S店网络规模为3.24万家,相比上一年收缩1.4%。去年全国4S店年度净减少400余家。

种种迹象显示,全国遍地荒凉的4S店急需一场“大爆改”,汽车经销商的生意经也在重新书写。

经销商卖车不如卖“烧烤”?

在全网怀念的千禧年代,经济上行让4S店活得相当滋润。

公开资料显示,2006年,广汽丰田的凯美瑞连续多月称霸中高级轿车销量榜。仅凭这一款车型,一家广汽丰田4S店一年半就能回收其全部建店投资。但2012年后,汽车开始降价促销,4S店盈利日渐困难。到2015年以后,大部分经销商开始赔钱卖车,甚至要靠厂家返利才能勉强度日。

时至今日,在大量4S店退场关门后,国内的汽车经销商财报一家比一家难看。中国汽车流通协会2025年度数据显示,全年仅有23.5%的经销商实现盈利,超半数门店陷入亏损,占比高达55.7%。

“汽车服务世界”研究了7家上市经销商集团的2025年财报:仅1家实现了营收正增长。国内最大的经销商集团中升控股,上市十余年来首次由盈转亏,2025年净亏损16.73亿元;永达汽车从盈利2.8亿元转为亏损超3亿元;正通汽车亏损进一步扩大至26.74亿元。

需要注意的是,目前国内大量4S店都是由汽车经销商投资建设,物业持有与汽车制造商并不直接关系。这就意味着经销商退出汽车经营后,仍需承担土地、房屋和设施的持有成本。

那么,闲置下来的4S店面需要怎么填充?就目前来看,国内4S店转型依旧围绕汽车市场,要么进军新能源,要么强化售后服务,这两大业务基本是整个行业的重点方向。然而,走不出汽车市场,就意味着即便承接了一部分新业务,4S店始终要受汽车行业的风向影响。

“AC汽车”官微报道,2026年上半年,理想关停多家低效店;智己汽车旗下某经销商多家店接连关门;比亚迪方程豹、王朝网、海洋网、腾势正在多地推进直营店关店。如此背景下,想要承接新能源业务的4S店又能分得多少蛋糕?这需要重新思考。

其次是售后服务。时至今日,整个汽车后市场依然由燃油车贡献大盘。我国新能源汽车维保产值从2020年到2025年,占比始终没有超过10%。其中,“三电维修”大部分还由主机厂负责,4S店能承接的少之又少。

对比之下,占市场大头的燃油车售后服务在这几年撑起4S店一部分重要盈利。

可以说,售后服务已经是4S店的主力支柱,但不能忽视的是,燃油车销量在不断走低。



一家汽车4S店维修人员在对客户车辆进行维修保养。(CFP供图)

汽车经销商要靠“租金”过活?

开始争相入驻闲置4S店的还有哪些业态?

据报道,影视拍摄、家具展示也在关注这类项目。至于合作方式,大部分是租赁。据悉,安徽正在筹备开业的仓储服装店,属于服装供应商与汽车经销商合作,前者需要大面积且能快速营业的线下空间,后者则需要让空置物业重新产生现金流。

有意思的是,自有物业出租,已经成了不少汽车经销商的一项重要盈利来源。

典型的例子是广汇汽车。巅峰时期的广汇汽车曾是国内规模最大的汽车经销商集团之一,在

全国布局超700个营业网点,代理宝马、奔驰、奥迪、别克等共计57个乘用车品牌。2024年8月,广汇汽车从A股主板退市,随后各大车企批量取消其品牌授权。2026年7月份,据媒体报道,广汇汽车自有物业493处,已出租386处,租金收入稳定增长。公司还在积极发挥资源优势,对接国内大型企业,对现有土地开发利用,逐步盘活存量资产。

一个值得思量:未来,一些汽车经销商要靠“租金”过活了?

据不完全统计,现阶段4S店出租主要有三种模式。

整体对外转租,大部分脱离汽

车业态,由服装、餐饮、仓储等非汽车类商家接手,租金方式分为固定租金、流水分成两类。例如安徽爆改服装城的4S店,物业持有方就按照营业额的10%参与分成。

其次,是空间拆分出租,这也是当前行业里最主流的转型方式:前端展厅租出去,后端聚焦主力业务,既盘活闲置空间,又保留了盈利最高的业务。

第三种则是局部零散转租,主要针对尚未完全退网、仍在经营但空间富余的门店,会将闲置工位、二楼办公区、停车场等零散空间对外出租,碎片化盘活,作为补充收入。

拯救4S店的会是机器人吗?

当然,除了服装、烧烤、夜宵城……4S店或许将会在2026年迎来真正的“救星”:机器人。

2026年3月,全球首个以“双4S融合模式”打造的机器人体验店“机械伊甸”,在波士瑞达奔驰4S店内官宣启动。这意味着“机器人4S店+汽车4S店”的模式正式落地。此前,首家具身智能机器人4S店开业,店内入驻40多家企业的100多款机器人产品。

机器人4S店的模式与汽车一样,覆盖展示(Show)、售租一体(Sale)、售后服务(Service)和信息反馈(Solution)的全生命周期服务体系。奔驰在华合作伙伴波士集团将在旗下的奔驰、现代等4S店销售优先选超仿生人形机器人。

据报道,当前汽车4S店同质化严重,机器人有助于4S店走出差异化。

事实也证明,机器人入驻在短

时间内可以大幅度提升传统4S店的客流量。据报道,北京朝阳区波士瑞达奔驰4S店机器人相关业务开展一个多月,这期间,机器人体验服务带动进店客流环比提升15%,客户停留时间也从20多分钟延长至50分钟到一个小时。

这两年,汽车流通行业一直在下行周期里承压。随着机器人的线下落地,会拯救4S店吗?不可否认,机器人已经是全球最大的科技风口。我国车端、企业端、消费端的热度也一直在攀升。

一旦买机器人像买车一样拥有标准化的选购、交付与售后体系,汽车4S店与机器人4S店的融合就有了清晰的商业闭环:一方面以科技业态激活线下流量,显著拉长客户到店停留时长;另一方面借助高客单价的机器人产品拓宽收入结构,直接对冲汽车销售的亏损压力。

然而,这一模式诞生后要到什么时候才能像设想中那么成熟,就要另当别论。事实上,目前大部分机器人还是面向B端,C端消费级产品销量有限。全球首个落地的具身智能机器人4S店“北京亦庄4S店”开业后意向订单额突破6000万元,但其核心定位还是B端产业生态聚合平台。

其他机器人体验店如武汉光谷7S店、北京石景山首钢园7S店、无锡智元体验中心……要么还在用“19.9元机甲体验”、机器人表演吸引客流,要么还在用59.9元起的门票带动周边、文创生意,这些对数千平方米的门店折旧与人力成本,仍处于市场培育阶段。

指望机器人立刻拯救整个行业,显然并不现实。但在技术落地与商业模型的反复磨合之中,这注定是传统4S店的一大转型节点。(界面 北商)

A股两家上市公司双双公告: 老挝稀土项目 暂停运营

本报讯 A股两家上市公司赤峰黄金、厦门钨业近日同步披露,双方共同投资的合资公司厦门赤金厦钨金属资源有限公司(下称“赤金厦钨”),已决定暂停其在老挝川矿省勐康县的稀土项目运营。

赤金厦钨由赤峰黄金持股51%、厦门钨业持股49%,是两家公司2022年联手打造的海外稀土资源开发平台。赤峰黄金以黄金采选冶为主业,同时涉足多金属综合回收,厦门钨业则是国内钨钼、稀土及新能源材料领域的龙头企业。

此次双方暂停的勐康稀土项目位于老挝川矿省,源于2024年的一次跨境并购。

2024年3月,赤金厦钨旗下全资子公司CHIXIA Laos与老挝目标公司股东签署协议,以现金及承债式收购方式,斥资约1896.30万美元获得目标公司90%股权,从而掌控了矿区面积达50平方公里的勐康稀土矿。

截至2025年3月,交易各方确认交易已完成。根据最初规划,这一收购旨在为厦门钨业的稀土深加工业务锁定长期、稳定的境外原料来源。最新公告显示,该矿主要矿种为稀土矿,保有矿石量约1.25亿吨,平均品位238.04克/吨,剩余可开采年限约为7年。在此次宣布暂停运营之前,勐康稀土项目尚处于试采阶段。

关于此次暂停运营的具体原因,两家公司在公告中均明确表示,随着国家稀土资源政策体系日趋完善,赤金厦钨全面审视并优化相关业务,确保各项经营活动依法合规。为响应并严格遵守稀土资源开发的相关政策要求,切实履行企业社会责任,经审慎研究评估,赤金厦钨决定暂停勐康稀土项目的运营。

两家公司也均表示,目前,赤金厦钨尚不确定该项目何时恢复运营,后续将持续关注相关政策变化和项目后续进展。

稀土是17种金属元素的统称,素有“工业味精”之美誉,是我国重要的战略性矿产资源,也是“王牌”之一。值得关注的是,在能源转型、大国竞争与地缘冲突等因素的驱动下,关键矿产在全球范围内的博弈都在持续升级,供应链阵营加速分化。近两年来,老挝政府对其稀土产业的政策导向也发生了根本性转变,核心是从鼓励原矿出口转向建立国内加工产业链以提升资源附加值。(澎湃)

我国氢气 年产能超5100万吨

本报讯 国家能源局11日发布的《中国氢能发展报告(2026)》提到,2025年,中国氢能产业规模持续扩大,生产消费保持全球领先,清洁高效氢能供应体系建设有序推进。截至2025年底,中国氢气年产能超5100万吨,同比增长约1.4%;当年氢气产量超3900万吨,同比增长约7.3%。

氢能产业科技含量高、带动能力强。报告指出,截至2025年底,全球发布氢能发展战略的国家和地区达到66个,占全球生产总值90%以上。

报告称,2025年,中国氢能“制储输用”全链条呈现快速增长态势。可再生能源制氢建成投运年产能超25万吨,较上年增长超过1倍,三北地区启动规模化氢氨醇项目试点,推动在工业、交通、能源等领域应用。风光氢耦合多元化应用场景模式在内蒙古、新疆、河北等地逐步落地;绿色氢氨醇一体化模式在东北、长三角、珠三角等地区加速探索,推动氢基绿色燃料跨区域协调配置。燃料电池汽车保有量约3.2万辆,在物流干线、港口等场景持续探索规模化运营,航运绿色燃料探索全链条基础设施布局。

报告指出,2026年是“十五五”开局之年,也是强化产业规划引领、加大政策支持力度、加强核心技术攻关、推进多元化氢能试点、健全标准认证体系的重要一年。“十五五”时期,随着多元化氢能试点推进落实,规模化绿色氢氨醇项目建设运营水平进一步提高,技术装备创新与产业生态建设深化完善,中国氢能产业有望取得更加显著的发展成效。(中新)

7月我国电商物流 迎来季节性调整 行业基本盘依旧稳固

本报讯 中国物流与采购联合会11日发布的数据显示,7月中国电商物流指数为111.2点,环比回落0.2点,电商物流迎来季节性调整。

各分项指数中,库存周转率指数、物流时效指数、履约率指数、满意率指数有所回升,总业务量指数、农村业务量指数、人员指数、实载率指数、成本指数小幅回落。

电商物流供给端稳定向好,电商物流总业务量指数小幅回落。7月企业库存流转效率进一步提升,库存周转率环比回升0.4点,实现连续三个月回升;物流服务质量稳步优化,自2月起,物流时效、履约率、满意率连续回升。成本指数环比回落,企业经营压力有所舒缓。7月电商物流总业务量指数为128.4点,环比回落0.2点。

分析认为,7月电商促销活动相继结束,平台集中促销效应逐步消退,市场回归常态化运行,电商物流需求有所回落,但行业运行基本盘依旧稳固。从需求结构看,衣服服饰、美妆护肤等刚需类商品消费基本盘保持稳固。消费品以旧换新政策持续发挥带动作用,“夏日经济”等成为家电消费与数码消费的重要驱动力,空调、除湿机、手持电扇等清凉家电进入销售旺季,手机、电脑等“升学套装”销售情况良好。

从供给端看,面对高温、强降雨等极端天气的复杂环境,物流企业持续优化作业组织模式,多措并举对冲外部不利因素影响,保障电商物流链条平稳运行。分析认为,8月份随暑期消费持续释放,叠加促消费政策效能进一步显现,中国电商物流有望止跌回稳,延续平稳运行态势。(中新)

“穿”在身上的光伏 一家成立仅一年半的公司,让太阳能跳出屋顶

本报讯 你有没有想过这样一个场景:你穿着一件看起来再普通不过的夹克,走在成都的街头,阳光洒在身上。手机快没电了,但你一点也不慌张——因为你的衣服,正在帮你充电。

这个听起来像科幻电影里的场景,在成都已经有一家正在认真将它变为现实。成都易澄新能源科技有限公司(以下简称“易澄新能”)成立仅一年半,却走了一条与众不同的路:当别人都在拼命把光伏板做大、铺满屋顶时,他们却反其道而行之,把光伏做小、做软,让它能够“穿”在人身上。

最近,成都科创投集团旗下未来产业天使基金完成了对易澄新能的独家投资。这笔资金将助力这家年轻创业公司加速从实验室迈向产业化,抢占有机光伏这一全新新能源技术赛道。

过去几十年,太阳能给人的印象一直是“硬核”的。晶硅光伏板铺在戈壁滩上、架在工厂屋顶上。它们又大又重又脆,唯一的使命就是并网发电。而易澄新能选择的有机光伏(OPV),走的是一条完全不同的路。

传统晶硅光伏追求的是“多发电”,而有机光伏则更注重“好用”。它天生柔软、轻薄、可弯折,甚至还能做到透明。这意味着,它无需固定在屋顶上,可以缝进背包、嵌进车窗、贴在建筑的玻璃幕墙。

如果用四个词来概括有机光伏的差异化标签,那就是:柔性、轻薄、透明、无毒。它不与晶硅和钙钛矿争夺“并网发电”的市场,而是开辟一个全新的领域——消费级产品。人们身上的衣服、驾驶的汽车、办公室的窗户,都可以成为“隐形发电机”。

目前,易澄新能布局了两大核心赛道:一是轻量化穿戴特种领域,包含特种防护背包、功能性头盔、户外穿戴设备;二是建筑与车载光电,涵盖智慧车窗、车载天幕、智慧农业、建筑节能幕墙。前者侧重打磨适配随身装备场景的柔性组件小型化、抗弯折稳定工艺,后者则是他们长期发力的主战场,市场规模更大,天花板也更高。

今年,易澄新能获得了成都科创投旗下未来产业天使基金的独家投资,这对于一家刚起步的硬科技公司来说,意义重大。

成都科创投集团相关负责人表示,有机光伏更适用于消费级产品,所以他们从一开始就没打算拿“发电效率”这把尺子来衡量。他们更看重的是另一个故事:当太阳能变得足够柔软、足够透

明、足够便宜,它会怎样渗透进我们生活的每一个角落?

目前,易澄新能已累计服务数十家客户,定制开发了十几种不同类型的产品,覆盖宠物服装、特种背包、功能性头盔和车载天幕等多个领域。尽管产品种类丰富,但外界最关注的问题依然是:何时能够实现量产?

公司虽未给出明确的时间表,但透露了一个关键信号:建筑与车载领域的市场需求正持续攀升。目前,公司正依托中试产线,持续优化标准化的生产方案,稳步向大规模批量供货的阶段迈进。

太阳能一定要待在屋顶上吗?或许,它只是还没找到更好的去处。易澄新能正在做的,就是把太阳能从“发电工具”变成“生活的一部分”。这条路很长,但他们已经迈出了脚步。(每经)