



团车  
大力拓展线上业务，积极应对疫情挑战

NASDAQ: TC

**STONE STREET  
GROUP**



## 团车2020年一季度业绩简报

交易所: 纳斯达克

股票代码: TC

### 公司信息

日期	2020年7月2日
当前价格	\$1.55
52周区间	\$1.12 - \$7.7
总市值	\$1.18亿
均量	17,730
市盈率	-

来源: 彭博

NASDAQ: TC 股价



### 业绩简评

团车公布2020年第一季度季报，一季度净收入为970万元人民币（140万美元），相较于去年的1.23亿元人民币同比减少92.1%。一季度毛利与去年同期的8890万元人民币相比，同比减少93.6%，为570万元人民币（80万美元），毛利率从72.4%减至58.6%。美国公认会计准则下，第一季度归属于普通股股东的净亏损为人民币5650万元人民币（800万美元），去年同期为2730万元人民币。每股股份稀释后净亏损为人民币0.19元人民币（0.03美元），去年同期为0.09元人民币。按照Non-GAAP会计准则调整后，包括扣除股权激励费用，长期股权投资减值影响，归属于普通股股东的净亏损为5190万元人民币（730万美元），而去年同期净亏损为1550万元人民币。Non-GAAP会计准则稀释后每股亏损为0.17元人民币（0.02美元），而去年同期为0.05元人民币。公司现金状况稳健，没有未偿还债务，截止2020年3月31日，公司拥有现金及现金等价物、定期存款以及短期投资共2.05亿元人民币（2900万美元）。

公司预计2020年二季度净收入约为4700-5200万元人民币，同比下降76.9%-74.4%。主要是由于公司4-6月的线下销售活动仍受新型冠状病毒疫情的持续影响。该预测中包含于2020年1月13日完成收购的Longye国际有限公司所贡献的收入。预测考虑到了当前汽车市场的状况和公司现阶段的经营状况，这些看法可能会发生变化。

### 经营分析

#### 大力拓展线上业务, 积极应对疫情挑战

由于新冠疫情影响，团车在一季度面临了很大的挑战。作为主要营收来源的线下业务被迫暂停，导致一季度的业绩表现下滑明显。而为了渡过这段非常时期，首先保障了员工和客户的安全健康，其次优化成本结构，最主要的是公司积极拓展了线上业务，加上此前收购Longye也贡献了部分收益。

(1) 线下营销服务收入由去年同期的1.2亿元人民币降至600万元人民币（80万美元），同比减少95.0%。其中，车展业务收入由去年同期的1.19亿元人民币下降至570万元人民币（80万美元），降幅为95.2%。第一季度举办车展场次由去年同期137个城市的178场，减少至6个城市的6场，同比减少96.6%。所促成的汽车销售交易量从上一一年同期的64,641辆降至2,305辆，同比减少96.4%。新车销售成交总额（GMV）由此前同期84亿元人民币降至3亿元人民币（4000万美元），同比减少96.4%。销售业务的地理覆盖城市数量持平于去年同期的146个城市。特卖会业务贡献收入为30万元人民币（4万美元），去年同期为80万元人民币，同比减少62.3%。(2) 虚拟经销商、线上营销服务和其他的收入为370万元人民币（50万美元），去年同期为330万元人民币，同比增长12.3%。

### 一季度汽车行业整体遇冷

2020年一季度中国汽车总销量相较于2019年同比下降42.4%。截止2020年3月已是连续21个月同比下降。但4月和5月已经有所回暖，分别同比增长4.4%和14.5%。

月份	汽车销量当月值（万辆）	当月同比（%）
2020-5	219.4	14.5
2020-4	207.0	4.4
2020-3	143.0	-43.3
2020-2	31	-79.1
2020-1	192.70	-18.7
2019-12	265.80	-0.1
2019-11	245.70	-3.6
2019-10	228.40	-4.0
2019-9	227.10	-5.2
2019-8	195.80	-6.9
2019-7	180.80	-4.29
2019-6	205.60	-9.6
2019-5	191.26	-16.40
2019-4	198.05	-14.61
2019-3	252.00	-5.18
2019-2	148.16	-13.77
2019-1	236.73	-15.76

来源：中国汽车工业协会

随着复工复产的推进，汽车行业也在渐渐复苏，疫情得到控制后部分线下活动的举办也在逐步放开，团车在4月和5月已经陆续开展了一部分线下活动。但考虑到6月份的部分地区疫情反复，未来仍存在一定的不确定性。

### 加深战略合作以面对挑战

新型冠状病毒的爆发，严重影响了团车一季度的线下业务开展。为此团车

加强了对员工和客户健康安全的保障，积极拓展线上业务，利用其丰富的专业知识为客户提供定制化的在线服务。加之此前收购的Longye是中国汽车行业领先的Social CRM平台供应商，进一步增强了全渠道的优势，可以帮助OEM厂商能更高效的整合线上线下客户资源。

另外更重要的是团车与多家互联网巨头展开深度战略合作，共同拓展汽车品类的线上资源和创新产品。首先与百度近期推出的汽车垂直领域资讯类产品“有驾”建立了战略合作，“有驾”是一个依托于百度流量入口的综合汽车信息服务平台，内含海量专业的汽车资讯、清晰详细的车型信息，以图文、图集、视频、小视频、全景VR的形式对汽车信息进行全方位呈现，意在助力汽车消费者做准确高效的选购车决策。其次团车也进一步加深了与天猫汽车的合作，在线下车展受疫情影响停摆的情况下积极推出线上直播车展和特卖会的创新业务，充分利用了特殊时期陡增的线上用户流量，并结合了团车场景化营销的丰富经验和覆盖全国的销售网络优势，实现了在线选车、限时优惠、线下进店提车的一站式购车体验

而在积极开源的同时，公司内部也在严格节流，不断对成本结构进行优化，调整业务扩张步伐，如缩减招聘预算、控制员工规模、优化人员结构、节约公共资源等，并将视疫情与市场发展情况进一步采取其他的削减成本措施。

## 信息披露及免责声明

本研究报告由 Stone Street Group LLC 提供，旨在提供相关服务给报告中研究对象的投资者，包括此报告的撰写与分发。本报告基于本公司研究人员认为可信的公开资料或实地调研获取的资料。

本报告旨在提供观点给报告中所指公司的投资者，但该投资者并不得依赖本报告取代其独立判断。本报告基于本公司认为可靠的公开信息和资料，但我们对这些准确性均不作任何保证。撰写此报告的研究员需在发行报告前与研究对象确认其相关数据的准确性。投资者不应视本公告为做出决策时的唯一因素。本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖出价。

本公司对报告中所叙述的公司所发行的证券不持有任何头寸，因此也不会交易任何证券。本公司不参与，且不接受补偿来自于任何与报告中所述公司相关的投资银行或其他层面上的金融服务。本公司与发行者的合同保障了本公司对相应研究报告的最终编辑权力，对于报告发行的及时性，以及对于负面报告发行的责任。从报告发行日三个月内，本公司对报告中公司发行的股票无任何买卖，抵押或其他转移证券的计划。

本公司每一位分析师基于其自身的尽职调查，对报告中的分析及收入目标有着自身的判断。分析师部分收入受本公司整体盈利情况影响。无直接或间接补偿会与报告或文章中所涉的推荐或观点相关联。本公司政策不允许任何分析师或其家庭成员 (i) 拥有，交易，或持有任何利益在分析师所负责的公司发行证券上，(ii) 作为被研究对象公司的董事会或公司成员。

本报告中的资料、意见预测均反映报告初次公开发布时判断，在不作事先通知情况下，可能会随时调整。其中一个风险为，分析师对于盈利情况的估计会不及预期。本报告含有一些对于未来预期的陈述，会呈现一些风险或不确定性。意味着实际结果可能会偏离于报告中的预期。会造成与预期不同的因素包括，但不仅限于，那些在公司财务报告“风险因素”章节所讨论过的因素。公司财务报告电子版可通过美国证券交易委员会官方网站 [www.sec.gov](http://www.sec.gov) 所得。

本研究报告分析师保证，此研究报告准确反映了他/她对于此公司发行证券的个人观点，并且分析师的个人补偿在任何时点，都不会通过直接或间接的方式，关联到研究报告中所呈现出的具体推荐或观点。