

共享汽车走到十字路口

站在共享经济风口,当人们还在讨论共享汽车到底能飞多高的时候,没想到这么快就走到了十字路口。

2016年才上线的共享汽车平台EZZY,日前突然对外发布公告,称平台已终止服务,并已完成清算,开展清算及善后工作。

虽然企业离开,但更多的企业正在进入。如何破解普遍存在的硬伤,让问题变得越来越少,正成为共享汽车能否走下去的关键。

更多企业正在进入共享汽车

其实,EZZY并不是第一家离开的共享汽车企业。今年3月,已获得A轮融资的分时租赁公司“友友用车”突然宣布停运,原因是高昂的费用导致企业巨额亏损,加之投资款项未能如期到位,使企业无法维持正常运营。“友友用车”的离开给当时火热的共享汽车市场泼了一盆凉水。而此次EZZY的停业,则给共享汽车正式敲响了警钟。

不过,在这些企业离开的同时,更多的企业正在进入共享汽车领域。就在EZZY宣布停止服务的同时,另一家共享汽车企业途途却获得了2000多万美元的B轮融资。

随着共享经济社会的来临和消费升级,包括传统整车车企、经销商集团、互联网企业,甚至外来资本,纷纷进入共享汽车领域。据不完全统计,目前全国共享汽车总体注册企业约有300多家。

共享单车平台摩拜单车也试图进入这一领域。摩拜单车日前宣布,已与贵州新特电动汽车就共享汽车定制、建设智能化电动汽车共享平台、发起成立共享汽车投资基金等方面达成协议。据介绍,贵州新特电动汽车将生产摩拜单车定制的MOCAR(摩卡)品牌电动汽车。

而互联网出行巨头滴滴也在新能源汽车共享领域加紧布局。11月2日,滴滴董事长兼CEO程维宣布,滴滴联合全球能源互联网发展合作组织(GEIDCO),合资成立全球新能源汽车服务公司,通过构建充换电体系、储能、电池

再利用等新能源汽车配套设施,来支持服务新能源汽车产业,并计划在2020年前在平台推广超过100万辆新能源汽车。

滴滴方面预计,未来5年到10年,共享汽车和共享汽车推动的新能源汽车普及将成为汽车企业面临的一大机遇。

前景广阔但问题多多

作为一种重资产的经营业态,高昂的成本成为阻碍共享汽车发展的最重要原因。

业界认为,以汽车分时租赁为主的共享模式在国外已相对成熟,但在中国兴起的时间并不长,市场还存在很多不确定性。首先,共享汽车前期的资金投入非常大,除了车辆采购成本外,企业还需要支付停车费、油费/电费、保险费等等日常运营成本,这导致大部分共享汽车企业的投放量相对都比较少,难以形成规模。同时,用户的体验也受到一定限制,又反过来影响到了共享汽车的发展。

除资金成本外,共享汽车在使用过程中还存在很多问题。以最为集中的停车费问题为例,很多共享汽车企业采用的不是“定点取车、定点还车”的模式,而是像共享单车那样“随地取车、随地还车”。

这种模式虽然为消费者提供了便利,但同样也带来了问题。由于使用率不高,因此共享汽车的停车时间都比较高,而在北京、上海、广州这样的一线城市,市区内的停车费非常昂贵。然而,目前大多数共享汽车企业采用的都是由第二次用车的消费者承担之前使用者停车费的模式,高昂的停车费显然阻碍了共享汽车的大规模使用。而EZZY的实践证明,如果由共享汽车企业来承担停车费,结果就是大大增加了企业运营成本,给企业带来了经营风险。

由于规模相对较小且使用还不太便捷,造成共享汽车的使用率一直偏低。据统计,每辆共享汽车对应的活跃客户在30人至50人,而每车每天需要使用8次到10次以上,才能使企业做到成本和收入基本平衡或小有收益。目



前来看,这一点还难以达到。

另外,共享汽车在服务层面上的不成熟也是影响其使用的一个重要因素。北京工商行政管理局12315消费者投诉中心10月份的数据显示,共享汽车已成为新投诉热点,问题主要集中在拖延或拒绝退还租车押金,商家赠送的优惠券无法使用,汽车行驶中遇故障、交通事故或交通违章时理赔责任与赔偿金额无法达成一致,由于租车软件故障导致多扣费、引导错误的停车位置等方面。

共享汽车的未来仍受期待

业界人士认为,共享经济模式的核心是将闲置的服务、产品共享给需要的人们,不仅用户所花费的成本低,还可以有效解决闲置资源的浪费问题。然而,无论是共享单车、网约车,还是共享汽车,除了运营模式存在一定的局限性外,还需要面对监管、安全、运营管理等一系列问题,不少共享汽车公司在还未规模化盈利之前就已经相继倒下。

显然,虽已站在共享经济的风口,但共享汽车却面临基础薄弱、市场开发难度大以及参与者认可度低三大难题,急需加快完善政策法规和基础设施建设,构建全新的车企和车主一体化的汽

车生态圈。

不过,尽管存在问题,但作为未来汽车和出行领域的发展方向,共享汽车还是越来越受到广泛认可。

在去年的法兰克福车展和东京车展上,来自欧洲、美国、日本的汽车制造企业大都认为,共享汽车将会是产业未来的发展方向。

一些跨国汽车企业也早已进入共享汽车领域,例如戴姆勒集团推出了以Smart车型为主的Car2Go共享汽车品牌,且已进入中国市场;宝马旗下共享出行服务品牌ReachNow也已登陆中国,主要以宝马i3和MINI两种车型为主。

而国内的北汽、上汽等汽车企业同样推出了各自的共享汽车品牌,并以整车企业为后盾,在短时间内形成了一定规模。

据罗兰贝格发布的一份报告预测,在未来的近十年中,中国分时租赁汽车数量将保持45%的复合增长率,到2025年,总车辆数将达到约60万辆。

业内人士表示,从长远看,共享汽车的市场十分巨大,现在考验的是企业打持久战的能力。一旦规模做起来,共享汽车的盈利空间值得期待。

据新华网

共享快递盒能“火”吗?

消除包装垃圾污染,光靠一个理念、一种工具还不够,需要快递企业、电商平台及卖家、消费者共同努力,形成常态化的制度保障。

多策并举、多管齐下,才能让快递在方便生活的同时,为生态环境留一分清洁、存一分美丽。

“双11”网购大潮眼花缭乱的促销大战中,出现了“共享快递盒”。据某电商平台称,“双11”期间在全国13个城市投入使用20万个共享快递盒。与普通一次性使用的纸盒不同,这种共享快递盒可多次使用,能有效减少包装垃圾,十分绿色环保。

据介绍,共享快递盒是一个方形的塑料箱,签收后快递小哥可将其折叠起来,变成一块塑料板,带回重复使用。据国家邮政局发布的报告,去年我国快递运单总使用量为312.8亿个,其中70%来自电商。苏宁易购总裁侯恩龙算了一笔账,如果快递行业全部采用这种共享快递盒,一年下来,光节约的包装纸壳,就相当于7200万株大树。

共享快递盒引发热议,在于它击中了快递业的环保痛点——包装污染。有调查数据显示,在我国快递业迅猛发展的同时,也留下了一座座硕大的“垃圾山”:快递行业日均产生的包装废弃物已达千万件,七成快递包装成了垃圾,快递行业每年使用的包装胶带,加起来就能绕地球200多圈。

毫无疑问,共享快递盒能减少包装垃圾,可全面推开并不容易。用共享快递盒送货,需要快递小哥当面拆解,消费者不在家怎么办?回收共享快递盒,增加了快递小哥的工作量,快递员不乐意怎么办?用“共享”理念治理污染,电商平台初衷是好的,但真正收到效果,还有很多工作要及时跟上。

现在,我国快递包装垃圾成倍增

据《人民日报》

“上海迪士尼效应”有多强? 显著带动长三角多项产业

从去年6月至今年6月开园一年间,上海迪士尼游客接待数超过1100万人次,创下全球迪士尼开园首年的最高游客量纪录。上海迪士尼对上海乃至长三角地区的经济和社会产生怎样的带动效应?在近日举行的长三角城市旅游发展论坛上,上海国际旅游度假区管委会和申迪集团委托上海市信息中心调研做出的《上海迪士尼项目对经济社会发展带动效应评估》报告发布。



建设期和开业后都有大贡献

报告显示,在2011—2016年建设期间,上海迪士尼项目固定资产投资对上海市GDP年均拉动达到0.44%,年均拉动新增就业6.26万人次。2016年上海市旅游产业增加值1689.7亿元,同比增长6.9%,对比从2011到2015年2.1%的平均增速,带动效应十分明显。2016年国庆节,上海迪士尼乐园游客对全市新增游客贡献为60.6%。上海本土知名景点的游客量也受到了带动,如东方明珠在2016年接待人数高达465.86万人次,比2015年增长16.9%。

“迪士尼效应”还蔓延到主题乐园、工程建设、文化及服务产业等行业。乐高、乐高国际知名主题乐园等纷纷加快了进入中国的步伐。乐园在建设施工期间,基于BIM技术的审批监管模式、强化事中事后监管的游乐设施安全监管等手段提高了政府行政效能。公共信息系统的建设为大型旅游项目应对大客流提供了实践经验。乐园周边地区环境景观焕然一新,基础交通改善。大量的客流涌来,加快了长三角区域旅游产

业的联动发展,长三角城市开始互为客源地、目的地、延伸地、旅客中转枢纽地。

还有更大潜力尚待挖掘

“但我们也应该看到,上海迪士尼和上海的旅游城市建设还有更大的潜力有待挖掘。”上海财经大学旅游管理系主任何建民指出,东京迪士尼乐园和东京迪士尼海洋乐园两家的年度游客量总和为3000万,与之相比,上海迪士尼还有较大发展空间。

上海如何成为全球的旅游目的地?何建民认为,旅游会展、主题公园等都可以打造成涵盖旅游、文化创意、休闲服务业的全产业链IP(知识产权)体系。其次是要有好客的基础设施、信息标志系统和旅游氛围。“比如上海地铁入闸口的设计不够合理,旅客带着拉杆箱出入时不太方便。一个城市好客的旅游氛围往往体现在城市建设的细节上。”

新时期,旅游产业也面临转型,上海社科院副院长谢京辉认为,方向就是智慧旅游。论坛上发布的一份《全球主题乐园行业发展报告》指出,大数据已经在欧美不少主题乐园中得到广泛应用。

据新华网

城市更新将是城市发展下一个增长点

提示:城市更新不仅是对建筑物等硬件设施进行改造,也是对各种生态环境、文化环境、产业结构、功能业态、社会心理等软环境进行延续与更新,开始逐渐渗透到金融、投资、科技、创新、人文、环境、经济、民生等诸多领域。



“城市更新是城市功能的重新定位,也是城市动能的重新发现。”中国房地产业协会副会长、秘书长冯俊表示,在城市规模有限的背景下,我国大城市已从增量时代进入存量时代,这也意味着,城市更新将成为城市发展的新增长点。

城市更新,是指将城市中已经不适应现代化城市社会生活的地区作必要的、有计划的改建活动。现阶段多讲为城市转型包括旧工业区、旧商业区、旧住宅区、城中村及旧屋村等进行综合整治,功能改变或者拆除重建。

深圳市城市更新开发企业协会会长张延良表示,目前可建设用地匮乏,空间承载力逼近极限,城中村历史遗留问题严峻,教育等配套设施压力持续加大,交通、市政基础支撑能力承受考验,承受更新需求迫在眉睫。预计到2020年深圳可提供新增建设用地仅59平方公里,而且这些地块零星、分散。重大项目、公共设施要落地就会碰到土地空间

匮乏的制约,产业转型、城市发展也受到了土地空间的制约。

海口市国土资源局局长韩艺师表示,海口与其他城市同样面临建设用地规模有限的问题,应当采取多种方式,加大存量建设用地挖潜力度,促进低效利用土地再开发,提高土地集约节约利用水平。

翰德集团董事长、总裁刘翔表示,土地资源日益稀缺,增量市场规模收缩,市场正在步入存量价值时代。在需求变化下,通过整体改造、包装定位、个性化定制等增值服务,满足多元化需求,赋予存量物业新的价值和用途,从而拓展存量空间,完善城市功能,促进产业转型升级,拉动经济增长。他指出,北京、上海两地被低估商业物业达1500万平方米以上,全国被低估商业物业约4.3万亿平方米。

城市更新的根本作用在于提高了土地和房屋空间的利用效率。“需注

的是,城市更新不是单纯的旧房推倒重来,而是培育新的城市功能,同时通过更新推动社会公平。”清华大学房地产研究所所长刘洪玉说。

对此,刘翔表示,城市更新不仅是对建筑物等硬件设施进行改造,也是对各种生态环境、文化环境、产业结构、功能业态、社会心理等软环境进行延续与更新,开始逐渐渗透到金融、投资、科技、创新、人文、环境、经济、民生等诸多领域。

刘洪玉表示,城市更新实现了土地和房屋空间的最高最佳使用,创造就业机会,增加财政税收,贡献经济增长。以创客空间、共享办公为例,均是在对既有建筑更新的基础上升级,如优客工场、氩空间、洪泰创新空间、SOHO 3Q等。“对投资者来说,旧建筑更新,存量提升、功能改善就是投资机遇,而对政府来说,则是发展楼宇经济,借此提升核心区域形象,吸引优质企业落户,提

高政府税收。”

“从房地产行业来看,国内房地产市场已经进入存量时代,城市更新空间巨大。”刘翔说,一线城市存量住房再交易规模已经达到新房交易规模的两倍,二线重点城市如天津、杭州等存量房与新房交易规模之比也已经达到1:1,而苏州、武汉和成都等其他二线城市也在向这一趋势靠拢,未来两三年内也将进入存量房主导的时期。

的确,《上海住房发展十三五规划》中也明确指出,到2020年为止,上海旧住房综合改造面积需达到30万户,中心城区二级旧里以下房屋改造面积需达240万平方米,各类旧住房修缮改造面积达5000万平方米的硬性指标。

链家研究院院长杨现领表示,从国际经验观察,当一个国家的住房自有率超过65%,人均GDP突破8000美元、户均住房套数大于1,由增量开发主导的新房市场趋于稳定和成熟,基于二手房流通和房屋资产管理的存量时代将逐步来临。2016年中国二手房交易额超过6万亿,占住房交易总额的比例达到41%从中国总体上正处于向存量市场转换的过渡期。2016年北京、上海的二手房交易额占比已高达74%、72%,这个比例已经达到成熟国家、成熟市场的水平。

有业内人士认为,以重点中心城市核心区域为主的“城市更新”,将成为房地产市场未来十年乃至更长时间的下一个风口。

据《经济参考报》

保险行业“保障+服务”功能持续增强

保监会党委近日印发《关于认真学习宣传贯彻党的十九大精神的通知》要求,紧密联系实际抓好党的十九大精神贯彻落实,坚持“保险业姓保”“监管姓监”,坚定不移贯彻落实新发展理念,切实保护保险消费者利益,全面落实服务实体经济、防控风险、深化改革三项重点任务,进一步推进“1+4”系列文件落地,确保市场公平和维护行业稳定,牢牢守住不发生系统性风险的底线。保监会有关人士表示,总体看,保险市场平稳发展,产品结构进一步优化,资金运用收益稳步增长,行业风险保障及服务大局功能持续增强。

推动回归本源

统计数据显示,前三季度,全行业共实现原保险保费收入30457.32亿元,同比增长21.01%。保险业资产总量16.58万亿元,较年初增长9.69%。

具体看,保险市场运行呈现以下特点:一是业务增长稳中趋缓,风险保障金额较快增长。数据显示,前三季度,保险业保持较快发展,但增速放缓,同比下降11.17个百分点。二是行业坚持回

归本源,产品结构进一步调整。从人身险业务结构看,普通寿险业务规模保费占比49.38%,较去年底上升13.18个百分点;万能险18.37%,下降18.48个百分点;分红险30.64%,上升6.88个百分点。三是资金运用配置更趋合理,投资收益稳步增长。前三季度,保险公司运用余额146471.73亿元,较年初增长9.38%。其中,银行存款与债券合计余额71382.78亿元,占比48.73%,较年初下降1.97个百分点;股票和证券投资基金18831.91亿元,占比12.86%,下降0.42个百分点。资金运用收益5814.31亿元,同比增长20.41%。其中,债券收益1539.76亿元,增长7.30%。四是保险科技广泛应用,互联网保险公司业务快速发展。五是立足国家发展战略,显著提升保险服务能力。保险业深入贯彻中央金融工作会议精神,在保监会“1+4”系列文件引导下,突出主业、做精专业,拓宽支持实体经济的渠道,创新保险资金运用方式,积极提升保险服务能力。

保监会指出,前三季度保监会坚持“保险业姓保”“监管姓监”,全面落实服务实体经济、防控风险、深化改革三项

重点任务,进一步推进“1+4”系列文件落地,确保了市场公平和维护行业稳定。

当前,在保费收入依然保持稳健增长态势的背后,保险业正在悄然发生变化:各财产险公司和第三方平台陆续下架违规车险产品,部分分公司主动调整经营策略,加强费用管控,费用率环比下降;中短存续期业务占比明显下降,实现了结构性“瘦身”;激进投资得到有效遏制,保险资金在上半年未发生非理性举牌、境外收购等激进投资行为……

强化公司治理

保险业的平稳发展,离不开监管的“紧箍咒”。三季度,保险监管持续发出趋严信号,针对保险公司的公司治理监管正逐渐从柔性引导转向刚性约束,即建立和完善“三维”监管体系。

保监会副主席梁涛此前强调,第一维度是治理架构,以“责任到人”为导向,加强制度建设,强化“董监高”市场约束,建立履职监督评价体系,加强控股股东监管,坚持穿透股权、穿透投资,规范股权质押行为。

第二维度是治理机制,包括授权体系和决策机制,激励约束机制,风险管理、内控和合规管理机制,关联交易审查机制,内审和问责机制。要完善风险源头防范机制,严格章程制定和修改审批,增强监管检查的专业性、穿透性,改进公司治理监管评价规则,加强公司治理量化评级和分类监管,强化关联交易监管,随机选择、穿透抽查关联交易。

第三维度是透明度和报告体系,包括信息披露和质询制度。要加大公开质询力度,完善信息披露机制,加大信息披露力度。保监会近日连续下发多份监管函,要求16家保险公司根据公司治理问题进行限期整改。

记者梳理发现,被下发监管函的16家公司主要问题集中在公司章程与“三会一层”运作、内控与合规管理、关联交易管理以及股东股权等方面。其中,董事会运作不规范、关联交易管理不合规、内控审计管理弱化、薪酬考核机制不到位四个方面问题较为突出。

保监会称,这是保监会首次对涉及关联交易的市场行为直接采取监管措

施,关联交易监管正从以制度建设为主,转变到制度建设与市场行为监管并重的阶段。

据悉,监管函中明确要求相关公司接到监管函后立即实施整改,制定切实可行的整改方案,并限期向保监会报送整改报告。同时要求公司以此次评估和整改为契机,全面查找公司治理问题,完善制度,规范运作,有效防范风险。

筑牢风险防线

三季度以来,保监会陆续发布了保险公司偿付能力管理、信披管理、股权投资管理、险资运用内部控制等监管规定征求意见稿。险企人士称,从这些征求意见稿看,监管更加倾向于防控风险,进一步规范股权投资行为;更加着重强调防范资金运用、流动性等重点风险;更加明确多层产品嵌套、违规关联交易等监管红线。

数据显示,今年7月底,保险资金股权投资总额约为2.1万亿元,其中包括1.34万亿元直接投资。截至2016年年底,长期股权投资占保险资金运用余

额不到10%,但是收益占比超过了20%。可见,股权投资对险资运用有较强的吸引力,股权投资资金规模也在快速增长。

虽然保险资金股权投资至今尚未出现大的风险事件,但监管部门已注意到部分保险机构存在“短钱长配”的现象,有些公司投资盲目、冲动的现象较为明显。保监会此次细化险资股权投资的内控指引,是对当前保险业资金流向的一次及时“警示”。

据新华网