

# 风险投资幕后推动 打车软件高温“烧钱”

■ 高少华 许晓青

针对打车软件,近期北京、上海等地出租车行业陆续出台新政。强制并入统一电召平台以及取消加价、不得嵌入广告等政策新规的颁布,使得火爆的打车软件市场的政策风险激增。

“目前整个打车软件行业都在烧钱,一些企业为能拿到融资,唯一出路就是在钱烧完之前搏一把。”“打车小秘”总经理杨芸近日在上海表示,随着竞争的日益加剧,打车软件行业的资源消耗战将在第三季度升级,市场预期会遭遇新一轮的洗牌。

## 打车软件市场 占比尚不足5%

打车难是城市交通病的一个集中反映。中国社科院新近发布的调查报告显示,53.77%的人打车需要等10分钟以上;另一方面,出租车的空驶率非常高,有时甚至能达到40%,这也在一定程度上加剧了城市拥堵。

而随着云计算、移动互联网等新技术的发展,打车软件近年来开始在国内应运而生,并迅速走红,成为许多网民钟爱的智能手机应用之一。

在专家看来,用智能手机实现招车的服务正逐渐在改变人们的出行方式,这类应用越来越有效地解决了人们在高峰时段打车难的问题,尤其在交通问题较为严重的北上广等城市。

据不完全统计,目前市场上有近30款手机打车软件。仅在今年4月份,在安卓平台中国11家主流应用商店中,打车软件的总体下载量就超过百万。

“目前全国出租车保有量超过120万台,打车软件行业总体占出租车市场份额还不足5%,预计未来这一比例会快速提高。”杨芸称。

“大黄蜂”打车软件创始人黎勇劲表示,目前在中国一些大城市出租车空载率在30%—40%,借助打车软件能够加强司机与乘客双方的匹配度,希望在未来能够将出租车空载率降低到10%左右。



市场人士指出,打车软件行业的资源消耗战将在第三季度升级,市场预期会遭遇新一轮的洗牌。 CNS 供图

## 政府叫停加价行为 行业告别“野蛮生长”?

作为处于探索期的一款移动互联网应用,打车软件在蓬勃发展的同时,之前一些不规范的做法,也引起政府主管部门的关注,并开始对其加以监管。

7月1日,北京市交通委公布实施《北京市出租汽车手机电召服务管理实施细则》。细则明确,打车软件可通过备案方式“转正”成为官方打车软件,并且可按照电召标准收费,即时打车收5元,提前4小时打车收6元。另外,官方打车软件不得嵌入商业广告,也不许加价。

随后不久上海市交通港口局也下发通知,明确手机软件服务商纳入全市统一电召平台,在出租汽车行业实行手机电召服务的准入和退出条件。根据规定,打车软件应与出租汽车企业或调度中心合作。同时,禁止的哥使用具有加价等功能的打车软件。此外,的哥专注电话抢单现象也被叫停,今后的哥不能再用手机与乘客直接对接。

业内人士认为,北京、上海等地出台的监管政策,将有助改善目前出

租车行业运营状况,同时也是对正处于起步阶段的打车软件行业的进一步规范。

“从政府出台的监管政策可以看出,政府其实对打车软件是持鼓励态度。”杨芸表示,虽然加价行为被叫停,但对打车软件厂商来说,目前加价的订单大约是10%左右,所以政策叫停后企业丢失的订单其实有限。

“小费问题并不是打车软件的核心。用户加价主要是因为供给不平衡。”黎勇劲认为,如何采取有效的方法,既能满足加价服务,又能满足资源的公平分配,未来还需要行业进一步探索。

## 资源消耗战 将在三季度升级

打车软件之所以在短时间一拥而上,一大原因在于风险投资的幕后推动。目前,包括滴滴打车、快的打车、打车小秘、大黄蜂在内的多家公司都成功获得融资。其中,打车小秘获中国宽带产业基金数千美元的融资,滴滴打车获腾讯1500万美元投资,大黄蜂获晨兴创投数百万美元投资。

据业内人士介绍,打车软件厂商融资所获得的资金主要用于占有更多司机资源和乘客资源,通常是通过补贴司机、优惠乘客、投放广告等手段来积累资源。

“目前行业态势是大家都在烧钱,没钱烧不行,而一些厂商之前所融到的那些钱,对要做流量生意的互联网公司来说远远不够。”杨芸表示,这些公司只有一个强烈目的,就是要能顺利拿到新的融资,而这需要依靠快速增长的运营数据和市场份额。

在她看来,一些打车软件厂商唯将继续烧钱,但由于竞争越来越激烈,用户获取成本也将越来越高,以前每月烧300万元人民币,接下来可能就要烧500万元。受此影响,行业资源消耗战也将在第三季度升级,市场或将迎来新一轮的洗牌。

面对打车软件市场的激烈竞争,部分打车软件企业已经开始被迫转型。比如“嘟嘟叫车”不久前即宣布停止其业务并转型进军在线家政。

易观智库分析师王静宇认为,手机打车行业还在起步阶段,整个行业处于探索期,资金融入、厂商数量增多,业务模式、服务模式、盈利模式远没有定型,但未来孕育着巨大商机。

## 互联网金融

# 余额宝现“鲑鱼效应” 刺激银行业务创新

■ 本报记者 郭奎涛

支付宝将用户余额绑定基金投资的余额宝开始显现鲑鱼效应,一个月来,类似的金融产品不仅有基金公司如东方财富网的“活期宝”、数米基金网的“现金宝”,日前更有广发银行联合易方达基金推出的“智能金账户”业务。

中国银行一位人士接受《中国企业报》记者采访时认为,在央行放松利率管制、银行竞争加剧的背景下,银行需要创新服务方式、拓宽盈利渠道,才能更具竞争力。

## 盘活活期存款

日前,广发银行联合易方达基金推出一项“智能金账户”业务,通过一个账户整合储蓄账户、货币基金及信用卡三种金融产品,帮助用户在充分利用活期余额理财的同时,还能透支广发银行的资金用于消费。

“在网银基金菜单下签订自动申购协议,然后设置信用卡自动还款业务,智能金账户自动理财业务目前只适用于易方达货币A基金(110006),可以获得最高相当于活期存款20倍的收益。”易方达相关人士对《中国企业报》记者说。

这已经不是第一款模仿余额宝的创新金融产品了,早前,还有基金公司如东方财富网的“活期宝”、数米基金网的“现金宝”相继问世。用户不用去银行网点或者网银开户,可以直接通过这些基金网站注册账户,绑定储蓄卡即可开通相关业务。

“长期以来,90%的基金销售都是通过银行完成的,银行抽走了基金公司的绝大部分收入。在支付宝余额宝的灵感下,基金公司尝试通过业务创新,吸引用户到自己网站开户,无疑是一场革命。”有长期工作于基金公司的人士说。

一位互联网金融观察人士认为,余额宝已经引发了盘活活期存款的鲑鱼效应,即使银行不去做,基金公司可以自己来做,直接在基金公司网站开户绑定银行卡开通,而广发银行智能金账户通过自家网银绑定基金开通,明显是在跟基金公司争抢主动权。

## 叫板余额宝

不过,智能金账户眼中的主要竞争对手仍然是始作俑者余额宝,这款产品凭借支付宝的数亿用户和强大营销能力,上线一周即迎来了百万用户,上线一个月即吸金150亿,对于银行和基金公司带来了前所未有的压力。

《中国企业报》记者对比智能金账户与余额宝发现,从收益来讲,智能金账户可以获得最高相当于活期存款20倍的收益,远远高于余额宝之前提出的可达活期存款的10倍左右。不过二者都是用于购买基金,收益存在不确定性。

明显可以看出的是,智能金账户就是一张银行卡,消费范围比较广泛,而且还具备信用卡透支功能。而余额宝只能用于天猫、淘宝等的购物支付,虽然支付宝推出了“虚拟信用卡”功能,额度肯定没有一般信用卡高,而且有一定的门槛。

“智能金账户在消费、透支上的优势是由其金融机构本身的属性决定的,余额宝只能用于淘宝网购物也是由其互联网电商的属性所限制。不过,整体来看,还是余额宝在灵活、创新上的特点更为明显一些。”上述行业观察人士指出。

据悉,余额宝可以实现T+0的购买赎回,即随时取款,而智能金账户的时间要久一点,是T+2。另外在最低额度方面,余额宝能做到1元起步,智能金账户则需要最小500元,活期宝等产品甚至需要1000元。

## 银行意在增加客户黏度

然而,尽管相比东方财富网的“活期宝”、数米基金网的“现金宝”,这款由银行系主导的将活期存款与基金投资打通的理财产品智能金账户显得较抢眼,但广发银行则在此事上表现得比较低调。

多位广发银行人士在接受《中国企业报》记者采访时均避而不谈,只有一位人士勉强透露,广发银行容忍活期存款资金的流出,是希望能通过这一创新吸引到新的客户,而且还能增加客户的黏度,然而试图通过其它业务收入来弥补。

上述中国银行的人士告诉记者,活期存款与基金挂钩的趋势日前走强,银行并非没有意识,只是对基金公司放开用户之后能否找到新的增长点尚无定论,而且一时还下不了决心丢掉活期存款这块肥肉。

目前,除了高调登场的广发银行,据悉华东也有一家股份制银行推出了类似的业务,只是因为担心存款流失而一直比较低调。另外,现金宝目前可以支持17家银行,这也离不开银行的支持,至少说明这些银行不反对这一业务。

“广发银行属于区域性银行发展来的,跟四大行相比肯定先天不足,想在竞争中迎头赶上,只能在创新上更大胆一些。据我观察,四大行除了工商,在互联网金融上都比较保守,反观广发、中信、招商,明显积极得多。”这位中国银行人士还说。

自7月20日起,央行全面放开金融机构贷款利率管制,取消金融机构贷款利率0.7倍的下限,由金融机构根据商业原则自主确定贷款利率水平,这一举措被视作银行市场化的重大改革,银行之间业务竞争势必更加激烈。

# 阳光保险修身纪

(上接第一版)

## 3 修炼 让公益慈善成为企业发展动力

成立近8年,阳光保险已累计公益事业投入超过6000万元,支付各类赔款超过300亿元。2010年玉树地震,阳光保险捐款1000万元,是当时保险企业中最多的。

与其他企业不同,阳光保险乐于以公益为切入点。相关负责人说:“我们全国各地有十几万保险从业人员,全国有2000多家机构,西藏自治区也有分公司,我们相信这样

庞大的组织架构能够很好地为社会服务。”

阳光保险认为,“我们相信把公益做好了,口碑好了,客户会来的。保险是面对面的营销,我们明白这个道理,在帮助别人的同时也取得了别人对你的信任。当做慈善成为习惯时,业务就会越做越好、有口皆碑。因此,我们要持续地做,这也是对我们的鼓舞,好事情终究会被人认可。”

## 4 修炼 纳税百亿用心填好社会报表

“截至2013年5月,阳光保险集团累计上缴税收突破100亿元。”

超过百亿的纳税总额,是阳光保险快速发展最具说服力的指标:从创业初建到步入中国企业500强和中国服务业百强,从员工不足10人到从业人员超过10万人,只用了5年;从创业资金不足百万到坐拥800亿资产,只用了7年。

超过百亿的纳税总额,更是企业勇担社会责任的具体体现。正如阳光保险集团董事长张维功所言:“阳光

除了填写好财务报表,更要填写好社会报表。建设一个依法纳税、诚信经营,既能创造经济价值、又能创造社会价值的“百年老店”,是阳光保险的奋斗目标。

阳光保险历来重视填好“社会报表”,而100亿元纳税额,仅是阳光众多社会责任指标中的一个:自成立以来,阳光保险累计为8000多万企业及个人客户提供保险保障超过47万亿元,拥有超过9000名阳光志愿者活跃在全国各地从事公益活动……

## 5 修炼 “双向关爱”直通人的尊严

在阳光,“一个企业的最大财富是员工;每一个人都活得更尊严、更精彩”是企业管理者的首要任务。”所以,让幸福企业成为一种状态也是一种管理模式。

人性化关怀始终是阳光保险一切运营活动的核心。

7月1日,新修订的《老年人权益保障法》正式实施,引起了各方热议,精明的商家甚至在淘宝网上推出“代看望父母、老人”服务,以解决异地打工者,因假期少不能回家看父母而

“违法”的风险。而在阳光保险,早在2008年就为员工设计了人性化的“祝寿假”——每年父母过生日,员工都可享有两天的带薪假期,回家陪伴父母,让老人享受天伦之乐。如果是“逢十”大寿,公司还会为员工父母准备祝寿礼金。

2010年,一项中国企业界的创举在阳光保险成为现实——公司为符合条件的员工父母发放每月200元的父母赡养津贴,目前已每月涉及1万多员工父母。

## 6 修炼 阳光模式下的主流价值观

许多看起来并不能为企业带来直接盈利的事情,却为企业带来了整体素质的提高。企业的使命不仅仅是创富和赚钱,还要积极地创造未来和价值,在将社会性融入企业管理的同时,也就将企业经营纳入了社会管理范畴,这应该是一个崭新的商业逻辑。一个公司只有重视人和社会因素,它的价值才越大。

从某个角度讲,保险本身就是一份传递爱心的幸福工程,保险从业人员更是传递爱心的使者,保险和慈善的本质都是集中大多数人的力量,帮助困难的

小规模群体或个人,以此来改善民生,促进社会的发展。正如阳光保险一位高管所说:“保险业是基于信赖关系而建立的买卖行为,保险机构除了提升保险产品本身的质量以外,还应当肩负起社会责任,这样才能消除顾客对保险行业存在的偏见,实现利己利人的双赢。”当无数的企业把寻求利益的最大化无限放大时的时候,我们有必要重新寻找回出发时的誓言,那就是——人类的幸福。

这就是阳光模式,一种主流价值观下的新商业逻辑。