

租车负重 车企减重 共享经济催生汽车新业态

■ 本报记者 谢育辰

在 2015 年中国汽车产业蓝皮书的发布会上,国务院发展研究中心原副主任刘世锦博士对《中国企业报》记者预测:“中国汽车市场已经出现产能过剩的问题,未来企业重组和洗牌将是必然,传统制造企业亟待转型升级;随着‘互联网+汽车’的概念越来越普遍,滴滴、宝驾租车等企业也将会不断涌入。”

然而,在一个月内传统企业与互联网 P2P 租车公司纷纷发布了智能交通和多业态融合的战略协议,看似相互对立的主体正在被“共享经济”打造成一个“零边际成本社会”,车企正逐步完善轻资产,而原本以轻资产为主的汽车服务商却开始负“重”前行。

P2P 租车负“重”整合

集资本市场的宠爱和共享概念的红利于一身的 P2P 租车,利用线上信息平台将自己的车租出去也不再那么新鲜,在烧掉大把的金钱培育了消费者的 P2P 租车观念后,又开始“密谋”对线下租车企业进行整合。

目前宝驾租车就宣布,与众多传统租车公司将达成全面战略合作协议,租赁公司将汽车共享到宝驾平台上,宝驾则可以根据线上调配,为租赁公司接订单。

不仅如此,宝驾租车的相关人士还在接受记者采访时透露,宝驾租车已与东风日产达成战略合作,双方将在汽车租赁、新车试驾、旧车置换等市场展开战略合作。日前,东风日产“易租车”就投放东风日产最新车型上线宝驾平台,为消费者提供新车上门试驾服务,消费者可以支付少量的押金和租金,获得相应车型的试用权。此前 PP 租车相关人士也曾告诉记者,PP 租车也可以通过租车分成、车险分成以及搭建开放平台涉足汽车后市场来盈利。

P2P 租车企业纷纷开展多业态业务的背后愿景很清晰,除了让个人车主参与进来,共享闲置的资源,



透过传统主机厂与 P2P 租车企业的“一轻一重”可以看出,互联网企业正逐步渗透到汽车的各个领域。随着这种冲击与合作的常态化,未来生态链上游的竞争将会更为激烈。

并分享给社区附近的人使用,还想大规模地让车企上线 P2P 租车的平台,完成资源的高效速配。

正如宝驾租车 CEO 李如彬所形容的,P2P 租车相当于一个“淘宝”

平台,“利用技术和新的商业模式,为传统汽车企业在‘淘宝’生态中提供第二次掘金机会。企业会继续扩展移动互联网汽车共享理念,成为汽车租赁行业移动互联网的人口平台。”由此可以预见未来 P2P 租车业务的盈利模式将会更加丰富,并且与汽车主机厂的合作会更加紧密。

汽车企业从“轻”布局

专车、快车、顺风车等诸多共享经济模式下的创新服务已经成为普通人生活中不可缺少的一部分。和这些相对轻资产的企业相比,汽车主机厂虽然拥有资本和规模优势,而在共享经济领域的布局却相对滞后。

“Uber 是世界上最大的出租车公司,却没有一辆汽车;阿里巴巴是世界上最大的零售商,却没有库存;而 Airbnb 是最大的旅行房屋租赁社区,却没有房产。”美国《连线》杂志的创始人凯文·凯利的共享理论让汽车企业从中看到了可以套用的模式。

一周前,宝马和乐视汽车均发

布了各种新能源汽车的充电计划,而透过前期的充电桩建设可以窥见这些汽车企业正着手布局整个智能交通的计划,汽车共享将是其中最重要的一环。

之前,宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格曾对《中国企业报》记者表示,“宝马将会由传统制造商转变成解决方案的提供者。”在完成“即时充电”的项目之后,宝马将在中国市场引进“即时用车”服务,纯电动汽车 i3 将作为租赁用车。

然而,在国内宝马并不是第一个吃螃蟹的车企。去年,奇瑞、博泰与易到用车就曾达成战略合作,只不过在“奇易汽车”的项目中,以分时租赁业务为主的易到用车占据了大部分股权,奇瑞更多充当了车辆提供商。

凯文凯利预言在未来社会,共享经济比所有经济更重要,其中关键是如何将产品转为服务。透过传统主机厂与 P2P 租车企业的“一轻一重”可以看出,互联网企业正逐步渗透到汽车的各个领域。随着这种冲击与合作的常态化,未来生态链上游的竞争将会更为激烈。



外国贵宾乘坐福田图雅诺驶出天安门

■ 苏民 育辰

9月3日,纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年阅兵式在天安门广场隆重举行。胜利日阅兵期间,图雅诺凭借精工品质为俄罗斯总统普京、韩国总统朴槿惠、哈萨克斯坦共和国总统努尔苏丹·阿比舍维奇·纳扎尔巴耶夫以及联合国秘书长潘基文等多国贵宾,19 位政界高级别代表,10 位国际和地区组织负责人提供尊贵接送服务,并赢得了国外贵宾的一致好评。作为全新一代贵宾接待用车,图雅诺在向国际贵宾充分展现中国自主品牌商务用车精良品质的同时,也充分验证了背后北京福田汽车集团的企业实力。

勇担阅兵保障任务

北京福田作为中国汽车行业自主品牌和自主创新的中坚力量,在 50 周年、60 周年国庆大阅兵之际,北京福田汽车就曾圆满地完成阅兵彩车的保障任务,用汽车人独特的方式接受了祖国的检阅。

图雅诺亮相阅兵现场 北京福田汽车打造自主品牌新名片

8月25日,“中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年纪念活动外事用车使用权赞助协议”签约仪式

在北京瑞吉酒店举行。在签约仪式上,北京福田汽车被授予了“中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年纪念活动外事用车支持赞助单位”荣誉铭牌。

承担保障任务的图雅诺是北京福田汽车继承德国高端科技,链合全球优势资源,用全新标准、全新实力、全新打造的具有自主知识产权的高端德系商务车。据福田商务汽车方面透露,图雅诺车型的整车设计由德国斯图加特研发中心进行开发,由奔驰凌特车型原班设计团队操刀设计。

制造严苛的保障方阵

回到产品本身,在 APEC 会议用车中,福田商务汽车的蒙派克车型就曾一炮走红。据福田方面表示,图雅诺车型将集成蒙派克 E 的“APEC 标准”,打造灵活、多用途的经典商务车型之作。图雅诺在车型设计中,规划了 5.0 米、5.5 米、6.0 米、6.5 米四个长度级别,在车型尺寸上,车长、车宽、内部尺寸和容积参数方面,全面优于同级别竞品。图雅诺拥有超大驾乘空间,融合功

能性与设计感的空间设计,对称式布局,简约自然,创造更多灵便宽适的空间选择,令乘坐舒适性显著提升,同时噪音更低,可充分满足各国来宾在京期间转场安全及尊贵用车需求,确保贵宾在乘坐过程中尽享静谧的私人空间。

为了圆满完成本次胜利日阅兵保障工作,北京福田汽车派出的所有车辆,均经过从零部件质量到制造过程质量、实物质量控制、再到入库整车质量控制、质量信息响应、早期可靠性实验的全方位检验。每台车都历经了 500 小时、超 5000 公里的实际路测。

在此基础上,北京福田汽车还组建了专业的服务保障团队,制定了详细、全面的服务保障计划,以保障胜利日阅兵保障工作万无一失。

奏响中国制造 2025 强音

作为一款承载了太多期许目光的自主商务车品牌,北京福田汽车提出“以客户为中心”的服务理念,时刻关注客户需求 and 体验,创建了“全程无忧”服务品牌,提出了“全程关爱、一路无忧”的服务理念。凭借这一服务标准和服务理念,图雅诺赢得了普京、朴槿惠以及努尔苏丹·



微商女王魏道道:打造两性互联网生态圈



2015 年三季度,微商市场趋于饱和,市场竞争尤为激烈。广州微商博览会信息披露,微商行业的发展被平台、技术、品牌及最新的趋势所左右。与其他惨淡退出的大众微商不同的是,被誉为新一代情趣女王的魏道道就通过微商圈做出了与众不同的成绩。

半年时间,52 强微商女王,微商万人盛典最佳人气奖;主流媒体专访,优酷、爱奇艺纪录片点击量总计近千万,瑞丽特邀拍摄专题;而“道道团队”更是荣获微商最具潜力团队。殊荣都源自魏道道对情趣用品行业的精准调研,面对更多人的疑惑,魏道道做起了两性健康用品的创意全推送,用创意套套、有趣的异形包装吸引了大量粉丝群,更帮助了数千代理赚了大钱。知名电商人士包陆羽表示,大多数道道团队代理都能月入 5000 元以上,更有甚者达到数万元。

谈到如何发展迅速,魏道道坦言:“当别人不求变,我把产品变得更人性化,当别人只顾眼前,我培训代理,让大家了解中国成人产业的现状和前景,当别人只知道宣传,我从 9 月开始 0 元做众筹原创品牌‘道此一游’,我们希望吸纳有梦想敢挑战自己的优秀青年加盟,未来我们希望带着资本和人才打造两性互联网生态圈。”

京东“东家”上线消费板股权融资

9月17日,京东“东家”正式宣布上线消费板股权融资,单花落雕爷牛腩。消费板股权融资是京东“东家”平台继创投板之后的又一力作,是京东在布局私募股权融资上的又一战略延伸。瞄准消费行业的 27 万亿级市场,除了可快速融到资金、人脉,并将人脉进一步转化为店铺的客流量之外,还能为广大消费者提供更多投资选择,获得相对稳定的收益。雕爷牛腩能顺利成为京东消费板股权融资的首发项目,与雕爷牛腩的品牌影响力、互联网运作模式及强大的盈利能力密切相关。本次新店众筹已经引起餐饮业、互联网业以及媒体的关注。

91 金融节启幕打造普惠金融方阵

9月15日,主题为“躬耕四载·不忘初心”91 金融盛典暨 91 金融节启幕仪式在北京启动。91 金融创始人、CEO 许泽玮公布了七大全新产品及移动战略:发行全国第一张经监管机构批准的互联网金融理财银行卡“厦门银行—91 金融”联名银行卡,推出最具价值的 MOM 平台——91 私募平台,启动 91 金融兼职理财师招募计划,建立国内最大互联网金融财富管理平台,打造 91 金融增值宝 5 号等系列专属理财产品,开展 91 金融嘉年华营销活动以及推出 91 金融文化、体育、公益等企业社会责任活动。

九牧卫浴获评中国高端卫浴领导品牌

近日,由品牌中国、中国日报社、中国会展经济研究会、艾丰经济发展研究院联合主办的第九届中国品牌节在人民大会堂隆重开幕。第九届品牌节表彰了在品牌建设及创新方面表现突出的企业与品牌,九牧卫浴荣获 2015 中国高端卫浴领导品牌殊荣。历经 25 年迅猛发展,九牧已成为中国高端卫浴的领导者。创新成就了九牧卫浴,也是九牧卫浴领先同行的关键。目前,九牧加快开拓印度、东南亚、俄罗斯等市场,布局欧美市场,正在创新与开启中国民族品牌走向世界的新篇章!借势“一带一路”东风,九牧以创新为原动力,加快布局全球市场,扶摇直上,必将实现新的、跨越式发展。

“崖上太行”全国徒步大会完美收官

9月12日,2015 中国·宝泉“崖上太行”全国徒步大会拉开帷幕。大会在河南辉县市宝泉旅游度假区举办,这是全国徒步大会首次走进河南。本次活动共吸引了 1010 人参加,其中专业组 310 人。专业组由参加过多次徒步活动的户外运动爱好者组成,最终完赛者 209 人。景区投资方春江集团董事长裴春亮表示,此次活动深度阐释生态健康徒步运动的新概念,让“崖上太行”成为了宝泉的说明书、代言人。“宝泉女神”自拍大赛决出的百强选手颁奖典礼于次日举行。

2015 移动互联网品牌影响力峰会在京举行

预计到 2018 年中国移动互联网的市场将达 1 万亿元,如何将技术和产品的优势快速地转化为品牌优势,进而利用强大的品牌优势,快人一步的获取资本、用户等核心资源,是所有移动互联网企业家们要面临的一个共同挑战。在日前举办的“2015 移动互联网品牌影响力峰会”上,爱奇艺首席营销官王湘君表示,移动互联网众多品牌虽有众多机会,同时也面临诸多挑战平台、内容及数据是爱奇艺当下在移动互联网的优势所在。爱奇艺销售副总裁吴刚宣布成立“悦享会—移动互联网专家委员会”,未来将整合更多优质资源和人脉,致力于推动中国移动互联网产业品牌化发展进程。

遗失声明

中世宇峰(北京)国际文化发展有限公司企业法人营业执照副本(注册号:110103012913120)遗失,声明作废。
中世宇峰(北京)国际文化发展有限公司
2015 年 9 月 22 日