

专车软件游走灰色地带 押宝产业链扩充

■ 本报记者 宋笛

接连而至的地方政府严查,让专车软件们的发展轨迹遭遇了严重的挑战。

虽然随后交通运输部的一锤定音及时地挽回了专车软件们的合法身份,但与此同时也彻底断绝了专车软件与私家车车辆可能的关联。

不论是对于正处在风口浪尖的滴滴专车还是对于已在专车市场耕耘良久的易到用车,将汽车租赁公司真正囊括至自己打造的产业链条中,已成为专车软件唯一的选择。

莫名“躺枪”的专车软件

在当前的严查风波中,易到用车显得有些“躺着也中枪”。

已经平稳发展4年的易到用车在2014年年中时突然遭遇到一个情况:个别城市的地方政府电话通知汽车租赁公司,要求禁止与专车软件进行合作。

这对于车源几乎全部来自于租赁公司的易到用车而言,显然并不是个好消息。

在半年后,北京、天津、济南等地区陆续加大力度开展打击“黑车”的活动,而在这波严查风波中,滴滴、易到等专车软件纷纷中枪,被认为是“不合规”的软件。

与这波打击黑车活动伴生而起的还有南京、济南、沈阳等地出现的大规模出租车司机罢工现象,而这也成为了地方政府打击专车软件的原因之一。

很快,社会讨论的重点落在了“专车软件和出租车利益集团间的生死斗”。

而作为这场风波中的主角之一——专车软件却显得有些摸不到头脑。

“专车软件和出租车面向的受众群并不完全一致,就以易到用车来说,每公里的价格是出租车的几倍,价格区间根本就不相同,不知道为什么会形成这样的讨论。”对于整个事件,易到用车高级副总裁于瑞卓这样表示。

滴滴创始人也曾在公开场合表示:推专车是为了灭掉“黑车”,和出租车关系不大。

而实际情况也确实如所说,易到用车价格最低的车型起步价在15元,每公里收费2.4元,远高于出租车的收费情况。滴滴专车的价格稍低,依据车型不同在部分城市可低至11元



本报记者 林瑞泉 / 摄

在易到用车副总裁、联合创始人之一杨芸看来,目前专车软件所遇到的很多问题并不仅仅只是专车软件的问题,而是专车软件与在国内发展并不完全成熟的汽车租赁公司共同的问题。

起步,每公里1.9元,整体价格仍高出出租车不少。

半只脚踏入汽车租赁市场

虽然摸不着头脑,但现实依然摆在专车软件面前,不得不接受。

1月8日,交通运输部发声,表示专车软件合法并应该支持,但是私家车进入经营平台必须被禁止。

由此而引发的一个重要问题是:

排除了私家车未来参与到专车软件模式中的可能性后——国外专车软件先行者UBER所遵循的将社会车辆资源进行整合的模式——专车软件的车从何而来?

依照目前国内各家专车软件所走的路,汽车租赁市场似乎是唯一的选择。

易到用车在交通运输部发布声明后的第二天,就立刻公布了80亿的业务储备计划,根据这一计划,易到将成立“易到租车”,从而进入汽车租赁市场,为易到打造一个更全面的产业链条。

而这一计划虽然选择了一个巧妙的时间点公布,但真正成型的时候是在2014年8月——那时易到刚刚遭遇到一些汽车租赁公司反映地方政府方面不希望他们与专车软件合作这一情况。

来自政府方面的风险让易到选择了亲自打造一个“易到租车”,但对于真正进入汽车租赁市场本身,易到却并没有表现出什么兴趣。

“易到租车不会有实体店,也不会直接向社会开展业务和其他的汽车租赁公司开展竞争,只是一对一的为易到用车提供足够的车源。”于瑞卓这样解释易到用车的用意。

在车源以外,易到租车依然能带来一些其他的益处。

目前的汽车租赁市场中,存在一些社会车辆挂靠的情况,而专车对于这一风险的规避方式是通过法律合同,在与租赁公司合作时约定禁止。而在易到租车成立后,易到对车辆来源就具有了足够的掌控能力,同时保证了更标准化服务出现的可能性。

专车软件与租赁市场的共生链条

对于依靠租赁公司为车辆来源的专车软件而言,仍然有一些不得不考虑的问题。

首当其冲的问题是目前的汽车租赁市场能否完全供给专车软件面向的不断增长的市场需求?对于这一问题的答案似乎是否定的。

根据和谐租车发布的一份研究报告显示,欧美可租赁车辆超过600万辆,而国内可租赁车辆不到20万辆,且分布极其零散。

而更为重要的是,在消费较为集中的几个大城市,汽车租赁同时还受着牌照的限制。北京每年新增汽车租赁牌照也只有几百个。在上海,注册的汽车租赁公司有40多家,各类租赁车辆也仅有9100辆。

正因为如此,在易到用车副总裁、联合创始人之一杨芸看来,目前专车软件所遇到的很多问题并不仅仅只是专车软件的问题,而是专车软件与在国内发展并不完全成熟的汽车租赁公司共同的问题。“从目前的情况看,专车软件的发展和汽车租赁行业的发展息息相关,这也是我们倾力打造产业链条的原因之一。”

对于目前专车软件所遭遇到的种种问题,杨芸也表示并不感到奇怪,她坦言,新的模式需要时间和社会进行磨合。“UBER最初在美国也遭到过抵制,后来在德国、西班牙也相继遭到过禁止,我们眼前也是在探索专车软件如何在国内市场良好的运营,这仍然需要一个过程。”

处方药网售解禁 一线电商全面进入赛道

尽管阿里、京东等电商平台纷纷厉兵秣马,积极备战处方药网售,但要真正实现医药电商的爆发性增长,仍有不少瓶颈亟待破除。

■ 本报记者 张博

2014年底,京东如愿以偿地获得了互联网药品交易资格证A证,至此,以阿里、京东、一号店为代表的电商巨头已经全部就位,静待“处方药网售解禁”东风。

记者了解到,目前天猫医药、七乐康等电商平台已完成了录入处方药信息、编制索引,以便在第一时间对政策变化做出响应。甚至联合了像哈药、广药这样的大型医药集团作为网售处方药的试点支撑,以消除消费者对药品真伪的担心。

避天猫锋芒,京东提高门槛

IT巨头布局医药圈,最为激进的当属天猫医药,“处方拍照并上传、药店竞价‘抢单’”,阿里将“打车软件”的模式移植到了互联网售药这个领域。从阿里健康公布的信息来看,该平台已经在石家庄、杭州、重庆等三个城市试点,接下来将在北京、上海、广东、河北、内蒙古等10余个省市上线,年底前要达到注册用户50万。

阿里巴巴集团首席运营官张勇向记者表示,只要是取得了互联网药品销售牌照,线下有连锁药房的企业,都可以在天猫医药馆上开店销售。凭借着强大的流量优势和非常完善的电商服务体系,入驻天猫医药馆已经成为大部分网上药店的第一选择。

相较而言,京东医药城的进驻壁垒则要高得多。京东医药城市场部工作人员表示,由于药品在互联网的销售受到国家高度监管,进驻京东医药城的商家必须具备《互联网药品信息服务资格证》与《互联网药品交易服务资格证》两个许可证的当地大型连锁药店,并具有独立的商品发布、后台管理、支付体系等系统。

更让大多数药店无法接受的是,京东医药商城采取的是“区域式独占”的招商模式,在与线下药店签订协议时会按照药店的服务半径来决定其需要配备的执业药师数量,而且一个地区只限一家药店。

记者从京东方面了解到,京东已经与京卫大药房、复美大药房、中联大药房等8家区域医药连锁企业签订了独家合作协议,涵盖北京、上海、广州、湖北、河北、山东等重点省市,总门店数量都超过3000家。

尽管天猫方面认为这种“排他性”的合作模式不利于竞争,但京东方面则认为这样的运营模式能够有效避免天猫医药馆目前出现的过度价格竞争的弊端。京东医药商城崔伟说,“对于网售药品来说,零售价格绝对不是关键因素,专业化的服务无疑是最重要的,京东想要打造的平台是希望进驻商家能比拼服务。”

业内人士表示,在流量、平台影响力都不占优势的情况下,京东医药选择将自身的物流优势发挥到最大。由于每个城市连锁药店的合作具有排他性,实体店在“O2O”配送过程中,可以防止区域性串货并能保证用户及时收到订单药物。

医院入口成电商必争之地

记者观察发现,尽管阿里、京东等电商平台纷纷厉兵秣马,积极备战处方药网售,但要真正实现医药电商的爆发性增长,仍有不少瓶颈亟待破除。

首当其冲的是处方外流的问题。“药事服务这块,对于大型连锁药店来说,都不是难事。目前网络销售处方药,我们认为最大的问题还是处方从哪里来?”浙江天天好大药房副总经理孙庆萍说,目前各大连锁药店的实体店在处方药的销售上,主要依赖于医疗机构的处方单子,由药房的执业药师审核单子,然后再出售处方药。

河北省一家连锁药店的负责人向记者表示,尽管阿里健康在石家庄的“处方电子化”试点得到了河北省政府的支持,其电子处方平台也与部分医院的信息系统联网,但很多医院和医生并不配合,真正能外流的处方十分有限。

数据显示,石家庄地区新兴药房每天通过阿里健康APP响应的交易在1万单左右,最终成交的则为600—700单。而购买的药品仍然集中于非处方药(OTC),购买处方药者寥寥。其中主要的问题就是无法获得处方,“处方对于普通患者而言,不是看不懂就是拿不到。”新兴药房总经理办主任王志远说。

原因很简单,传统医药流通模式中,药品收入一直是医院的重要收入来源之一,全国4万亿的处方药市场,绝大部分份额被医院占据。数据显示,2012年三级公立医院的年平均收入中,药品收入占比40%。在这种情况下,医院入口便成为了互联网争夺的重中之重。

据了解,目前阿里健康已经在全国25个省市同37家医院展开合作,支付宝对医疗机构开放账户体系、支付及金融解决方案等平台,患者在接入同“未来医院”合作的三甲医院后,可以直接在支付宝内进行预约挂号、挂号、缴费,借此将医院的信息系统连入自身的电子商务平台。

据业内多位人士透露,京东提出的“医院处方药捆绑网上销售”的方案也得到了发改委的认可,即将在青岛部分医院展开试点。京东规划中的处方药销售流程是,用户在医院、诊所看病后,根据医嘱处方、电子病历,直接通过京东线上平台下单,购得处方药,并由京东完成配送。

尽管在布局医院方面远远落后于阿里,但京东并非孤军作战,京东的战略合作伙伴——腾讯投资的就医指导及健康咨询网站挂号网已开通了全国23个省份、900多家重点医院的预约挂号、支付缴费、排队候诊、查询检查报告等功能。

民航货运定价权放开 社会资本热情高企

■ 本报记者 宋笛

日前,发改委发布信息,放开国内航空货运、铁路快运定价权,同时放开的还有101条航线的客运定价权。

而与航空货运、铁路快运息息相关的快递企业无疑可能受到的影响最大。但据申通快递副总经理表示,短期内应该不会有太大的影响,从长期而言会促使快递公司更为灵活的快件操作方式。

短期内价格大幅上涨可能性不大

而与铁路快运和铁路包裹的定价权放开相比,航空货运定价权的放开在短期内可能造成的影响会显得更微弱一点。

韵达的相关人士告诉记者,在目前的公司内部,航空货运的比例并不大,而且更重要的是,对快递公司而言,航空货运的实际价格是由货代公司所决定的,所以暂时感觉不到影响。

持同样观点的还有申通的顾经理,她告诉记者,目前的航空货运市场整体是买方市场,有很多航线的货运能力都没有被挖掘出来,因此价格上涨的可能性并不大。

而对于此,温州恒翔航空物流有限公司总经理汪阵表示,对于货代公司而言,眼前也没有看到太大的影响,据他所了解的信息,价格大幅上涨的可能性并不大。

航空定价权放开 将带来更灵活的航线选择

虽然在短期内暂时没有看到定价权放开可能造成的影响,然而从长期而言,定价权的放开将会促使快递行业的运输模式选择更为灵活。

申通顾经理告诉记者,目前快递行业选择空运的航班集中性较高,这导致航空中产生了许多冷门航班,同时又有一些时段的航班运力难以负载。

“根据我们的调研,国内存在很

多冷门航班的运力没有好好利用,这很大一部分是由于快递业收件时间段所决定的,2014年‘双十一’的时候,我们就做了一些调整,更多的利用其较为冷门的航班,比如晚上10点以后的航班,这以前我们是很少会用的。”顾经理告诉记者。

而选择差异化运输所带来的更为灵活的快递操作方式,比如选择晚上10点的航班,快递公司的收件时间可以延迟至晚上7点,这反而可以让快递公司延长服务的时限。

“定价权放开后一个可能的变化是航空公司可以根据不同线路的市场需求迅速调整价格,而快递公司也可以更为灵活地根据货运成本进行更合理的选择,这对于快递公司而言,也是降低成本的一种可能。”顾经理表示。

定价权放开 为社会资本入铁扫清障碍

与航空定价权放开相比,关于铁路方面的货运定价权调整则显得更

具有政策的连贯性。

早在2014年上半年,国家就陆续调整了铁路货运价格的定价权,而此次放开定价权的铁路快运则是铁路货运改革本身的措施之一。

对于铁路运输而言,持续超过10个月的乏力后,货改的重点逐渐侧重于主要面向快递企业的铁路快运和铁路包裹。在刚刚过去的铁路调图中,铁路快运线路的数量也得到了大幅度的增加。

值得注意的是,这次放开价格的还有社会资金投资控股新建铁路货运运价、社会资本投资控股新建铁路客运专线旅客票价。

对于这一价格放开可能造成的影响,一位曾参与社会资金投资铁路建设项目的相关人士表示,对于以往的社会资金进入铁路市场而言,最大的疑虑在于铁路是否能够实现盈利,毕竟铁路具有公益性性质,定价为政府指导价。但在本次的价格开放后,至少提供了一种铁路能够给投资者产生回报的可能性。