

打车应用烧钱背后:

互联网巨头觊觎生活支付场景

证券时报记者 刘筱攸

嘀嗒打车2月12日公布了首轮双向补贴打车活动的战绩:首轮活动的一个月,用户数突破4000万,较活动前增长一倍。这份成绩单公布时点比较微妙,即在嘀嗒打车宣布降低补贴力度的一天后。

业界人士预计,嘀嗒打车此轮“降温”之举表明补贴活动已达到揽客目的。

嘀嗒打车和快的打车这两款手机应用软件背靠腾讯、阿里两大巨头,正以烧钱圈地方式跻身打车软件第一梯队,急剧挤压了其他竞争者的生存空间。资本对于建立本地生活服务支付场景的决心不减。

烧钱+吞并

在快的打车看来,嘀嗒打车所谓的第二轮活动是一种变相“换队”,因为第二轮的优惠力度只有首轮的一半,司机与乘客到手的返现额度由10元剧降为5元。对此,快的打车反应可谓火速,发出声明强调“快的打车补贴活动仍继续”,保持由1月20日开始的乘客端每次打车补贴10元,司机端补贴15元。

业内人士表示,快的打车和嘀嗒打车互为对方首席劲敌,两者揽客路径可以说野蛮而直接——就是补贴。

在这场号称“情全国人民打车”的活动里,腾讯、阿里两大巨头共投入了9亿元的真金白银。打车应用在国内处于烧钱阶段,用户在这一领域的选择对象、支付入口几乎都以谁家补贴力度大来决定。”深圳同洲电子股份有限公司支付业务总经理张英杰表示。

大规模的返利为两大巨头带来巨大客户增量。快的打车2月10日公布的数据显示:补贴活动期间快的打车全国日均订单量为128万笔,单日最高订单量162万笔,突破了成立8个月的总订单量。其中,使用支付宝钱包付车费的日订单数最高突破60万笔。

而嘀嗒打车2月12日公布的数据显示:春节7天,嘀嗒打车全国单日订单数突破100万笔,7天平均日增幅约10%,其中微信支付订单比例为68%。

快的打车和嘀嗒打车烧钱的底气,源于阿里和腾讯两大巨头的供血。去年4月,快的打车获得阿里的数百万天使投资;去年5月,支付宝钱包进驻快的打车;去年11月,阿里再次跟投近一亿美元。

腾讯则参与了嘀嗒打车B轮和C轮的融资,今年1月初来自腾讯和中信产业基金的共1亿美元C轮融资到手后,嘀嗒打车宣布该应用的客户端实现微信支付功能。

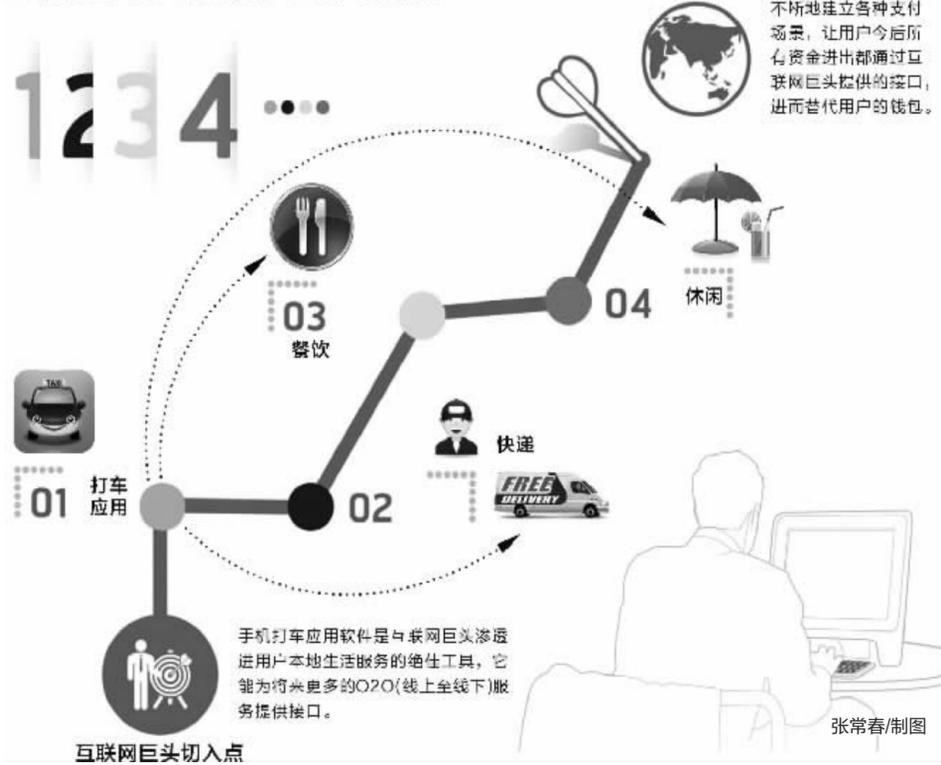
为了保证自身市场规模优势,两大打车应用还在加速吞并其他占据一定市场份额的玩家。去年11月快的打车兼并大黄蜂(另一家市场份额靠前的打车应用)。日前,有知情人士向证券时报记者透露,嘀嗒打车联合腾讯已摸底摇摇头招车,上半年即可完成并购。

巨头抢占打车市场,不但烧钱,还玩吞并。这两招效果明显——不到一年,打车软件由最初的30多家野蛮竞争到现在的市场份额高度集中在两大巨头手中,寡头垄断格局渐显。

觊觎更多生活支付场景

除了打车应用,阿里、腾讯的触角

互联网巨头希望构建更多生活支付场景



还伸向在线旅游搜索引擎、LBS(地理定位服务)、街景地图、点餐外卖。

把巨头挥金争夺的点串联起来,不难窥出阿里、腾讯正在编制一张网络,将基于人们的衣食住行等生活需求衍生出来的商业机会一网打尽。阿里、腾讯之所以特别舍得在打车应用上“烧钱”,无非是因为打车应用完美契合了城市出行的刚性需求、使用频率高且完美嵌入移动支付功能。

打车应用是个饵,将用户的移动支付习惯培育起来,进而让他们为更多的生活服务付费才是真正的大鱼。”张英杰说。

这与快的打车营销副总裁李敏的说法不谋而合。李敏告诉证券时报记者,很多人关心打车应用的盈利模式。其实打车应用是我们渗透用户本地生活服务的绝佳工具,它能为将来更多的O2O(线上至线下)服务提供接口,比如快递、餐饮、休闲等生活服务。”

李敏介绍道,用户在使用打车应用中所积累的打车路径轨迹的数据是有意义的:一个用户经常去某些地方,以这些地方为坐标,就可以进行生活服务推荐,这个时候就可以吸引相应的商家进行精准广告投放;同时,其他互联网巨头也可以购买这些数据用于其他的移动业务布局,这又是一个可预见的盈利来源。

除此以外,打车应用累积的包括行车路线、车辆运载情况在内的信息流也有很大的盈利潜能,打个比方,有一些出租车,它也许只搭载了乘客,尚还有运载能力。那么,在与乘客出发地和目的地匹配的情况下,我们完全可以让出租车兼顾同城物流的任务。”李敏说,“我们就可以凭借我们的车载信息、客运信息和快递公司合作,把城际物流的网络扩散,将运力的效率最大化,发掘新的产业机会。”

阿里腾讯 9亿请客打车是笔划算买卖

证券时报记者 刘筱攸

或许有人会对阿里、腾讯豪掷9个亿请全国人民打车之举感到不解。这是因为他没有计算过投入产出比。

补贴活动开展一个月后,嘀嗒打车用户量由2000万户激增至4000万户,若剔除掉活动前官方表示的“月平均增长200万”,也就是说至少有1800万用户是补贴吸引来的。腾讯为此花了4亿元,则意味着买一个用户平均花了20多块钱。

其中,微信支付占总量的68%,也就是说约有2700万用户(包括原嘀嗒用户)为此绑定了自己的银行卡。或许该数字不如微信红包带来的开户量,但别忘了打车软件是一个高频使用的刚需应用软件,它能真正地提升微信支付的使用效率。

记者根据公开数据估算,快的打车软件补贴活动带来的揽客效果与嘀嗒打车情况较为相近。

以上的测算纯粹基于数学角度,但应离事实不会太远,这是一笔还算划算的买卖。

网络巨头烧钱并非是为了自己注册的干儿子打江山这么简单,真正的目的是把用户的银行卡收拢过来。然后,不断地建立各种支付场景,让用户以后所有的资金流出流进都通过自己提供的接口,进而成为用户的钱包。

这也就是为什么巨头那么热衷于收购O2O(线上至线下)企业,因为它们网罗了基于人们衣食住行等刚性需求衍生出来的一切商业机会,这些商业机会统称为本地生活服务。生活服

务场景是支付频率最高的。这也是阿里巴巴为何要斥资10.45亿美元全资买下高德的原因。高德是什么?地图、位置服务提供商。去年阿里第一次对高德注资以后,就将旗下移动餐饮服务平台淘点点与之整合,推出了地图点菜功能。

一旦阿里完全收购高德,可以预见的是快的打车将嵌入高德的地理定位功能,也就可以实现快的营销副总裁李敏所提的城际物流功能,这对于马云大力打造的“菜鸟网络”至关重要。除了高德,阿里还注资了旅游服务提供商穷游网、本地生活搜索平台丁丁网等生活服务企业,而且都是动辄上亿美元的大手笔。

腾讯也不甘示弱。腾讯4.48亿美元收购搜狗后,将搜搜地图与搜狗地图整合成为腾讯地图,不断追加在导航和街景观测上的投入。此后更是将地图嵌入嘀嗒打车,抢占LBS(地理定位服务)的野心不需赘言。此外,腾讯也在大力并购生活服务类企业,天价吃下大众点评网的传言不绝于耳。

资本喜欢想象,而生活服务商海足够承载这样的想象。对于阿里来说,大量并购生活服务企业可以大幅提升自己的估值,满足与雅虎约定的上市条件;对于腾讯来说,微信的商业化是巩固帝国根基的关键,微信支付渐成利器,腾讯要做的是为这把利器打造更多的用武之地。

对于两者共同而言,现在不买,等到对手买了以后,就没自己啥事了。于是读者还会看到饥渴的巨头在生活服务企业上疯狂烧钱,然后建立无数个支付场景。

新股网下配售比例上升 逾六成触及回拨

见习记者 梅苑

新股首发(IPO)重启以来,截至昨日,已有48只新股完成配售。从最终结果来看,网下最终平均配售比例相较2012年上升了11个百分点。而回拨机制的放宽,使得大部分新股仍流向网上。对此,业内人士表示,这体现了新股发行体制改革的方向。

网下配售比例明显提升

新规明确规定,拟IPO企业,总股本4亿股或4亿股以下的,网下初始配售比例不低于60%;总股本4亿股以上,网下初始配售比例不低于70%。两者较之前50%比例上限的规定有所提高。

受此影响,据公开数据统计结果显示,本轮48只新股网下最终配售占发行总股份比例的平均值为38%,而2012年149只新股此数据为27%。

这个比例相对成熟市场还是偏低。”华南地区一家中型券商投行部人士说,考虑到机构的专业能力和抗风险能力更强,美国、中国香港等资本市场网下配售比例基本都在90%左右。

“一级市场其实并不适合大部分个人投资者参与。”上海一家券商投行部人士说,在国内,新股仍是稀缺资源,打新必赚”的思维定式比较牢固,个人投资者打新热情一直很高。”

该人士表示,现在的新股网上配售已对个人投资者有所倾斜。个人投资者交投频繁,网上多配售一些,发行上市初期交易会相对活跃一些——券商和发行人也会考虑到这个因素。

这也可以解释为什么新规仅对网下初始配售最低比例有所限制。但大部分新股网下初始配售比例一般都定在60%或70%。

如果新股质地不错的话,券商还

是比较倾向于提高网下配售比例。”前述华南地区券商投行部人士称,提高网下配售比例,再加上自主配售权的实施,可以培养券商长期客户,这也是新股发行体制改革方向。

公开数据显示,已完成配售的新股中,牧原股份、金贵银业、绿盟科技、欧浦钢网和东方网力5只新股的网下最终配售比例恰好为60%,与网下初始配售比例相当。而网上发售的超额认购倍数均低于50倍,未触及回拨。

值得注意的是,因为引入了湖北能源集团、中国北方工业集团等7家战略投资者,陕西煤业网下最终配售比例达85%,为48只新股中最高,而战略配售量达到发行数量的50%。

六成以上新股触及回拨

在回拨机制方面,按照新规,网上投资者有效申购倍数超过50倍、低于100倍(含)的,应当从网下向网上回拨,回拨比例为本次公开发行股票数量的20%;网上投资者有效申购倍数超过100倍的,回拨比例为本次公开发行股票数量的40%。

上海一位券商研究员对证券时报记者表示,在中国这样个人投资者投资群体庞大,投资氛围浓厚的资本市场中,新的回拨机制很容易被触及。

证券时报记者从对上海陆家嘴地区某券商营业部大户室投资者的实地采访中了解到,新规实施后,个人投资者打新热情仍然较高,不少人仍坚持打新肯定能赚”的看法。

公开数据显示,已公布最终配售结果的48只新股中,有30只网上认购倍数超过50倍,触及回拨机制。

相对应的,由于此前新股停发时间长,48只新股网上申购中签率平均值为1.75%,相比2012年的新股网上中签率1.84%有所下降。

■克观银行 | Luo Keguan's Column |

打开潘多拉魔盒的各种“宝”

证券时报记者 罗克关

余额宝、定期宝、活期宝、零钱宝……不断涌现的各种“宝”让人目不暇接。毋庸置疑,筹资方式的变革对银行带来了巨大冲击。互联网模式成本更低,收益更高,公众存款没有理由躺在银行账户里睡懒觉。

但熟悉市场发展规律的读者或许会有一种隐约的不安感,如此便捷而有效的筹资方式,会引导资金流向哪里呢?如果只是流向货币市场,那无疑是百川归海,没有问题。只是,稍有金融常识的人都知道,货币市场的高回报不是无止境的游戏。各种“宝”要想稳定长存,寻找合适的替代标的几乎是必经之路。

这其实是影子银行走过的老路。从最早的银信合作,到后来的银证合作、银保合作,乃至银银合作,影子银行的产品开发逐渐从货币市场衍生到信贷资产、信托贷款、私募股权、同业业务等各种复杂模式。理由很简单,银行想要留住客户,就天然有为客户寻求市场回报的冲动;而融资方想要募集资金,也会给出合理的投资回报,二者一拍即合。

如果将各种“宝”同样视作理财产品,那么现有的互联网金融革命其实仍然是资金市场寻求自身供需平衡的延续。在很大程度上,互联网模式的便

捷高效还会启发更具想象力的资金融通模式——动辄上万亿级别的资金募集,以往只能依靠银行间市场向机构募集,而依靠互联网,资金募集的触角可以轻松延伸到每一个人。这无疑更具效率的融资方式,但问题是,资金使用端的效率同样也提高了吗?

央行2013年四季度货币政策报告的措辞,显示资金使用端的效率提升远没有募集端那么乐观。央行明确表示,当前经济增长对投资和债务的依赖仍在上升,高投资模式以及资源过度向房地产等领域集中,容易导致债务水平上升,并可能对其他经济主体——特别是中小企业形成挤出,加剧融资难、融资贵问题,结构性问题也使总量政策的效果受到影响。

这种忧虑的来源,正是影子银行加剧资金分布不均衡的现实结果。影子银行的根源是什么?正是资金募集效率以及资金使用效率的提升,导致金融市场的逆向选择问题不断滚动放大——相当部分的资金被配置到效率不高的地方,而需要资金的高效率部门却闹“钱荒”。

因此,传统上,这种级别的资金募集,以及如此广泛的投资者聚集,必须有相应的市场规范来降低其中的逆向选择风险。如果没有,那各种“宝”所掀起的,很有可能就是潘多拉魔盒的盖子,它们事实上在重复影子银行的老路。

东方资产争取明年年底整体上市

证券时报记者 贾壮

在日前举行的中国东方资产管理公司2014年工作会上,东方资产总裁张子艾表示,如果公司改制方案在今年上半年获批,将争取2015年年底或稍晚一点时间实现集团整体上市。

张子艾提出,2014年东方资产要实现四个方面目标:一是完成公司改制;二是落实“保险+资产管理”的双轮驱动战略要求,各控股公司加快改革发展;三是完成全年利润120亿元、

增速约10%的适度增长目标,为集团未来上市提供良好的业绩记录和财务基础;四是坚决守住风险底线,符合相关监管部门的要求和标准。

2013年,东方资产经营业绩继续高速增长,集团拨备前利润突破百亿元大关,达到110亿元,比2012年增长80%。其中,办事处板块81亿元,增长81.7%;控股子公司板块29亿元,增长74.5%。截至2013年年底,集团总资产达到2296亿元,净资产达到334亿元。

张子艾表示,改制是东方资产

2014年的头等大事。据了解,去年2月,财政部批准东方资产启动股改准备工作并研究股改方案。东方资产为此成立了改制工作领导小组和工作小组,目前,转型改制工作取得了突破性进展,监管部门已经基本认可了该公司的改制设想,改制评估审计工作已基本完成,转型改制方案也已分别上报财政部和银监会。

张子艾表示,东方资产的改制方案贯彻财政部确定的“一司一策”的基本原则,初步确定了以保险和资产管

理为战略定位,全价值链的领先金融服务集团”的战略愿景,在国内金融市场上首次提出“保险+资产管理”双轮驱动的战略定位。

据张子艾介绍,从国际经验来看,德国安联集团与PIMCO的案例是“保险+资产管理”模式的成功典范。从国内来看,正面临着保险与资产管理市场扩张的良好机遇。当前,国内保险市场的保险深度和保险密度远低于日本、中国香港、中国台湾等亚洲国家和地区;财富管理市场也处于快速发展期。

19家上市券商 1月净利同比下降19%

截至今日,19家上市券商尽数公布1月份财务数据。今年1月份,19家券商共盈利21亿元,较2013年同期下降19%;共实现营业收入58.3亿,同比下降7.8%。

从上市券商具体盈利情况看,海通证券盈利4.4亿居首,广发证券、招商证券和中信证券依次排在其后;光大证券和兴业证券则在1月份出现亏损。

(梅苑)