

多元智慧出行支撑变现可能 共享单车巨头不断探索商业化之路

高铁、支付宝、网购和共享单车，在互联网高度发达的中国市场，被称为神奇的“新四大发明”，不断改变着人们的生活方式，特别是共享单车这项中国互联网的“本土发明”，更是吸引了国内外的关注。

随着摩拜并入美团，巨人ofo不断“搬家”，哈罗单车升级为哈啰出行，共享单车玩家地位不断更替，它们竭尽全力抓住浪潮中的藤蔓，不断探索有效的商业化之路。

共享单车市场仍具规模 巨头不断寻求变现

一种新模式的出现，很快会吸引来竞争对手和资本的投入。从2015年10月到2016年10月一年间，摩拜拿下5轮融资，ofo更是创造了高达6次的融资纪录。摩拜和ofo的快速崛起，也伴随着小蓝单车、一步单车、悟空单车等品牌入局，各色单车“割据”城市。

但到了2017年下半年，共享单车行业开始过冷，小玩家接连出局。后来，悟空单车、叮叮单车和小蓝单车相继关门歇业，摩拜和ofo的对比也进入白热化。

随着规模不断扩大，资源消耗、监管等问题不断迸发，越来越多人质疑共享单车所带来的价值，探索商业化变现之路，是这个最不缺流量和用户的创业模式所面临的问题。

据中商产业研究院发布的《2018-2023年共享单车行业市场前景及投融资战略研究报告》预测，2018年国内共享自行车市场规模将达178.2亿元，增速达73.3%。虽然迎来寒冬，但这个行业仍然不缺希望，谋求变现是玩家们共同追求的梦想。

今年4月，美团宣布收购摩拜，从出售月卡、与首汽约车合作等不同渠道探索过来的摩拜，正式成为美团打通本地生活服务生态链最后一公里的敲门砖。在美团上市那一天，王兴对着前来见证敲钟的媒体表示，有信心将摩拜整合到美团的生态之中，摩拜谋得一个相对美好的结局。

而ofo则是另一番境遇，一边在“卖身”的路上飘摇，一边探索自我变现方式。从出售月卡、年卡，到车身广告，甚至是意图从海外市场寻求变现之道，ofo多番尝试却并没有取得多少成效，巨人不断枯萎。

潮水退却 多元智慧出行支撑变现可能

潮水退去，抓住变现藤蔓的才是幸存者。在摩拜与ofo酣战之时，哈罗单车异军突起。从2017年1月的A+轮融资，到目前已于2018年4月完成B1轮融资，并于5月底获得蚂蚁金服旗下全资子公司增持。

最后一个人局的玩家，却成为共享单车领域的一匹黑马。

在策略上，哈罗单车选择避开中心城市酣战，选择从郊县或低线城市发力，迅速形成“农村包围城市”之势；而今年3月宣布芝麻信用650分以上用户免押金，又一次刺激用户增长。

在变现的道路上，哈罗单车有着完整的构想。今年9月17日，哈罗单车正式宣布更名为哈啰出行，名字的变化意味着哈啰出行赛道拓宽，一个清晰的多元智慧出行方式浮出水面。

哈啰出行创始人兼CEO杨磊当天宣布，哈啰从单一的共享单车企业成长为囊括哈啰单车、哈啰助力车和汽车等综合业务的移动出行平台。

目前，除了单车之外，哈啰助力车也已经在多个城市上线，记者了解到，费用大概是2-3元/半小时，同样是芝麻信用650分以上免押。10月，哈啰出行宣布与嘀嗒出行合作上线出租车业务，目前全国北京、上海、成都等81城可以使用。此外，哈啰出行还打造了景区观光车模式，目前也已经在不少景区上线，多人共骑的观光车收费较普通单车更高，其造血能力也非常可观。

可以说，哈啰打造的出行方式，可以按照里程的远近，由用户自由选择。特别是与嘀嗒出行合作之后，哈啰出行天然的流量优势将发挥价值，在网约车滴滴一家独大的背景下，协助出租车快速提升效率，同时为自己创造价值。

在浪潮退却之时，已经完成多元智慧出行布局的哈啰出行在商业化变现的道路上不断创造可能。 华西都市报-封面新闻记者 王婷

天猫双11的十年历史，也是支付宝技术的十年变迁史。双11不仅仅催生了一个全国性的消费时段，其实也“逼”出了许多新技术。而这些被“逼”出来的自主研发技术，不仅仅服务了天猫双11，也成为了社会财富，全面开放给更多产业，成为服务行业升级的基础设施。

这十年，被“逼”出来的技术

人工干预越来越少，智能化程度越来越高

对支付宝来说，保障每年支付不卡顿、顺畅，系统不崩溃，是一个基础任务，但在双11最初的几年里这是一个很难的任务。

从2010年双11之后，支付宝去中心化的架构改造和迭代已经有阶段性成果。面对支付高峰，一方面可以提前在实验室里充分模拟和验证双11峰值消除“意外”的发生，还能按当晚实际需求，把云计算硬件资源、离线数据库等资源进行实时合理分配，从而在保证购物体验的顺滑与通畅的同时，降低资源浪费。

一个已经发生的变化是，双11的支付量越来越大，但技术上的人工干预越来越少了，因为整个保障系统的智能化程度越来越高。

据了解，到2019年，支付宝计划将不再花额外的一分钱投入到双11当天的技术保障上。也就是说，双11这一天将与11月10日、11月9日、对支付宝来说，是一样的，并无区别。

区块链首次参战天猫双11

今年，区块链技术将首次参战双11，正式在双11大规模应用。在天猫国际商城，使用区块链溯源的商品覆盖百余个国家和地区，商品数量达到1.5亿件。涉及的商品主要包括钻石、进口奶粉、进口保健品等，另外五常大米、茅台等高端酒和平时蜂蜜也将采用区块链溯源。

区块链技术最大的特点就是可以实现数据的透明、不可篡改、充分共享等功能，并通过区块链信息建立多方信赖。因此运用在溯源领域，再合适不过，这有别于商家自主录入商品信息，可实现永久溯源、防止信息造假，有利于保障消费者权益。

指纹和刷脸支付将成为双11主流

以生物识别技术为基础的指纹和刷脸支付今年将成为双11主流。指纹、人脸、声纹等生物识别技术具备安全性高、耗时短、成功率高、不怕忘等优势，在双11抢购时，使用指纹和刷脸支付，在速度上具备一定优势，也因此，许多剁手党都将指纹和刷脸支付作为自己首选的支付方式，来自支付宝的数据显示，目前生物识别，用户对这类支付方式的满意度超过95%，超过密码支付。就连银发族们也很喜欢这项黑科技，相比于2017年，使用指纹或者刷脸支付的老年人数量增长了20%。

而在安全性方面，指纹和刷脸支付在用户生物信息保护上已具有很高水准。支付宝充分利用了移动设备的芯片级安全能力，经过与产业链多方合作，构造了基于TEE(TrustExecutiveEnvironment可信执行环境)的全链路安全协议，为生物支付提供了强有力的安全保障。此外，通过风险感知模块检测黑产攻击，风控引擎自动更新风险模型，风险拦截效率大幅提升，充分保证了交易安全。

华西都市报-封面新闻记者 艾晓禹

网易严选全年最低折扣狂欢双11 极速物流+全新客服中心 打造高品质购物体验



双十一来临之际，网易自营生活类精选电商品牌，网易严选宣布了双11大促玩法。网易严选将于11月1日-11月13日开启“美好加倍”主题的大促活动。此次双11，网易严选将推出全年最低折扣，回馈广大消费者。

除了超力度的折扣之外，将在物流等配套服务上发力，全面提升货物及其他方面运作效率，为用户提供一个优质的大促购物体验。另一方面，为了配合双11剁手狂欢，网易严选客服团队在双11期间全员上岗，向全国用户提供更高品质的客户服务体验。

全国物流仓储体系成形 助力订单极速送达

双11订单集中爆发，容易造成包裹积压和物流延迟的问题。为了提高物流时效，网易严选先后在杭州、东莞、天津、武汉、无锡、成都6个城市设立9个自有仓库，同时还有超过50个外部仓直发，全国物流仓储体系趋于完善。

与此同时，网易严选还与京东物流在杭州联合建设协同仓，这是京东物流首次与电商平台联合创新仓储物流模式，协同仓可以帮助商家把现货率提升到95%以上。

网易严选今年还采用智能调度系统，对每个订单进行配送优化，提升物流时效和用户体

验，力求在大促期间大部分用户订单实现当日或次日达，最晚3-4日内全部送达。

网易严选一直致力于为用户提供高品质、高性价比的商品，希望用户能享受到极致的用户体验。双11前夕，网易严选物流进一步升级。目前，网易严选物流退换货上门服务已实现90%的地域以及80%的订单覆盖。用户只要动动手指，即可享受到退换货无忧的服务体验。

全新客服中心投入使用 网易严选双11客服首解率力达85%

为了配合大促，网易严选客服团队在双11期间全员上岗，保障大促期间客服工作正常运行。同时，双11前夕，网易严选位于浙江省衢州市西区的全国客户服务运营中心正式投入使用，将面向全国用户提供更高品质的客户服务体验。在全新客服中心的保障下，本次双11，网易严选客服服务首次解决率力求达到85%。

据了解，网易严选客户运营中心占地约5000平方米，运营团队将达千人规模，已引进多名管理人才，未来将随着业务的壮大发展，不断吸纳优秀的管理及服务人才，进一步完善客服中心的建设工作。

网易公司副总裁、网易严选CEO柳晓刚表示，网易严选不仅为用户提供超高性价比的商品，更希望用户能享受到极致的购物体验，网易严选全新客服中心会成为全国用户高品质服务

的重要窗口。除了在客服中心等硬件设备上的升级，双11期间，网易严选客服还通过培训、人力储备、流程优化、活动激励等途径，进一步加强软性实力，让消费者在售前售后都能感受到宾至如归的服务。

作为网易自营的生活类精选电商品牌，网易严选自创立之初就推出各项举措，重塑电商领域的服务新标准。2016年4月，在网易严选上线不久之后，便率先为用户提供远超行业标准的30天无忧退货的服务，同时，承诺提供48小时快速退款服务，让用户拥有极致的购物体验。2017年10月，网易严选对所有顾客开放了退换货免费上门服务，进一步完善30天无忧退换货。

华西都市报-封面新闻记者 王婷

出行+新零售落地成都 哈啰出行跨界合作推进融合生态 宠粉计划+创意装置展 深度融合本地生活、服务与场景



双11前夕，哈啰出行宣布上线双11“宠粉计划”，携手天猫、国美、网易严选、携程、华住酒店以及银泰商场、水游城等线上、线下各商家，深度融合用户生活、服务与场景，与各品牌进行用户和价值协同，围绕衣食住行为用户提供更多升级体验。

对于成都用户，哈啰出行还有一场特殊的安排。在11月10日到11月11日期间，哈啰出行将在成都市凯德广场·魅力城店展出包含地铁、网约车、共享单车、共享助力车等多元化的“模拟出行”创意装置展。不仅如此，活动现场，还将模拟打造集娱乐、社交、办公、购物、应急等“出行全场景”。结合新颖的互动环节，为成都用户带去一场别具一格的体验。

出行+新零售 新玩法升级用户体验

在11月7日至11月11日期间，哈啰出行推出的“宠粉计划”将联合全国26家品牌联合为哈啰用户带来专属福利。

用户通过哈啰出行APP或支付宝小程序在单日完成两次骑行后，即可获得一个哈啰礼包，用户通过拆礼包可获得包括天猫超市、国美、网易严选等在内的高价值品牌所提供的优惠券，优惠券可在指定品牌APP、线下门店，或天猫品牌店铺等多个渠道兑换使用。

同时，在11月7日至11月11日期间，用户每次完成骑行后，凭借骑行订单页，也可在指定品牌门店享受哈啰折上折的福利优惠。

此外，哈啰出行还联合各大品牌推出抓娃娃福利的活动，参与品牌涵盖联想、三只松鼠、途家等，用户在活动期间可通过哈啰出行APP等渠道参与游戏，成功抓取娃娃即可获得中奖卡券，卡券也可在多个渠道兑换使用。在微博端，用户只要参与话题，还有机会获得超值福利。

延伸城市服务场景 打造融合智慧生态

通过出行嫁接更多城市服务的双11“宠粉计划”，并不是哈啰出行在延伸城市服务上的首次尝鲜。早在今年8月初，哈啰出行就已尝试和饿了么完成人口对接，并在全国多个城市推出试点合作，共同打造本地生活服务闭环与融合生态。

在9月17日两周年暨品牌升级发布会上，哈啰出行CEO杨磊表示：“哈啰出行将以共享单车为底层业务，联合首汽、嘀嗒、高德和饿了么等合作伙伴，为用户提供更广泛的出行服务，并以此为基础，连接、优化城市服务。”

据了解，哈啰出行在四川区域已布局囊括哈

啰共享单车、哈啰共享助力车、哈啰共享景区车、哈啰打车的综合出行服务。此次双11活动，哈啰出行以出行平台为基础，围绕生活、出行服务和消费场景，打通用户和品牌线上线下的权益，助力新零售，使其在城市服务功能上的优势进一步凸显。

哈啰出行表示，未来将继续坚持“科技推动出行进化”的理念，构筑开放、多元、融合的智慧出行平台，链接更多合作伙伴，开放流量和人口实现行业互惠，用出行触及和连接城市服务的各个维度，利用自身优势围绕衣食住行为用户提供更多升级体验。 华西都市报-封面新闻记者 王婷



18

华西都市报

封面

2018.11.9
星期五
服务热线
028-96111

责编：黄强
版式：方睿
校对：廖焱焱



封面

下载封面新闻APP
浏览最新资讯