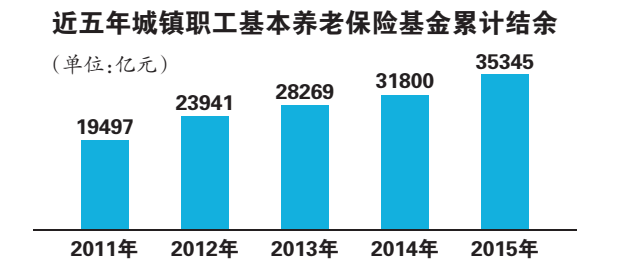


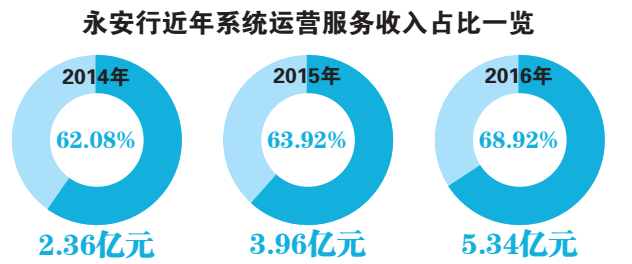
养老金费率“水分”难挤

(见2版)



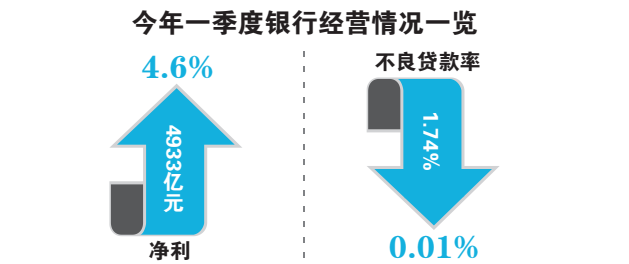
永安行错失千亿生意

(见3版)



周小川重申金融风险可控

(见7版)



2版 取消社区药房 医保药店利好?

4版 张裕进口葡萄酒 大战略受阻

6版 新三板年报 披露扎堆延期

8版 法国大选 “黑天鹅”概率有多高

新政来袭 共享单车谁是赢家

共享单车监管收紧。4月21日,《北京市鼓励规范发展共享自行车的指导意见(试行)》(以下简称《意见》)公开征求意见,有望让北京这一共享单车兵家必争之地的市场更加规范。“几家欢喜几家愁”,更靠近新政的共享单车平台洋洋自得,无势可借者正谋出路。

定位芯片硬要求

对于企业层面,《意见》中明确规定,在本市工商注册,并向注册和投放区主管部门报备;企业投放车辆应符合国家、行业标准并安装卫星定位装置;必须在本市开立企业资金专用账户等。

北京商报记者了解到,在注册、报备以及线上、线下运营管理方面进入北京地区运营的

大部分企业都符合规定,并已陆续积极展开与政府方面的合作。

车辆监管离不开安装卫星定位装置,多数共享单车平台配备了电子车锁,但ofo在市面上多数为机械锁。对于市面投入的电子锁和机械锁占比,ofo方面暂未回应,但表示目前已经与卫星导航系统北斗导航达成了战略合作。

《意见》一出台,摩拜单车及小蓝单车就呼吁相关政府部门强制要求行业内所有企业立即召回、全部销毁不具备卫星定位功能的共享单车。ofo方面对此回应称,正在陆续将北京、上海区域共享单车上的机械锁更换为智能锁。

在易观互联网出行研究中心研究总监张旭看来,拥有电子锁的共享单车平台能够更合理地管理、运营车辆,机械锁在这方面的确处

于劣势。他认为,即使没有新政ofo也会换锁,但新政的出台加快了ofo换锁的执行速度。

数量受限拼产能

根据市交通委的数据,自去年8月以来,ofo、摩拜、小蓝、酷骑、永安行、智享等共享单车企业先后投放车辆规模近70万辆,注册用户近1100万。北京的共享单车数量呈爆发式增长,出现了快速扩张、抢占市场、无序投放的现象。

因此,《意见》明确共享单车不能无序发展,区级政府应设定辖区最大投放数量,对共享单车总量进行控制。不久前,深圳发布的《关于鼓励规范互联网自行车发展的若干意见》也要求车辆投放规模要与全市或区域设施承载

能力、市民出行需求及企业管理水平等相适应。天津、济南等地也设立了类似的门槛。

“共享单车的投放数量问题很难管,暂时还要看政府方面如何协调、控制各个平台的单车投放”,张旭分析道,虽然不能缺少政府管控,但市场才是决定共享单车投放数量的关键。

有分析人士认为,目前,市场上以摩拜、ofo为首的共享单车在数量上的优势很显著,一旦限制了投放数量,其他企业将很难实现追赶。

张旭则认为,数量限制对于共享单车来说是产能的限制,拥有强大产能的共享单车平台将进一步扩大优势。据了解,目前摩拜已与富士康展开合作,ofo也与飞鸽、富士达等传统自行车制造企业展开了合作。

(下转2版) 北京商报记者 姜红

观点 View

■今日评

百篇医疗论文造假 职称评定别甩锅

要破除发论文评职称的焦虑,中央的改革意见等待真正落地,而如何触动职称评定的痛点,关系着医生“做一个纯粹的医生”有多远。(见2版)

■老周侃股

“茅台不言顶” 本身就是风险

当舆论一边倒地赞扬某一只股票时,正是风险即将释放的信号,中国石油、中国船舶、中国中车都是如此,现在到了贵州茅台,历史会不会惊人相似呢?(见6版)

In-depth 深度策划



保监会为险企 划出九大风险

(见7版) 韩玮/制图

公司研究

乐视钱荒

- 资金见底
- 再卖资产
- 钱荒难解
- 变革减压

昔日标的变成如今救命稻草,对于乐视来说,转手世茂广场·工三项目或许资金真的已经见底。从乐视网业绩巨变到乐视与易到爆发冲突,再到传出世茂广场转手消息,乐视危机之下与掌舵者对资金概念的“轻视”不无关系。乐视生态供应体系串联影视、体育、汽车、家居等众多业务,这些在满目疮痍的现实下,都有可能变成压死骆驼的最后一根稻草。

29.72亿元豪掷来的世茂广场·工三项目,本寄托着外界对乐视颠覆房地产业务的期待,时至今日已化为泡影。北京商报记者从一位知情人处了解到,乐视在收购世茂广场·工三后便试图进行一番大刀阔斧的改革,计划投资10多亿元改造成乐视北京旗舰店。(见3版)

