

一周

卖水果

会“说故事”还不够

■佳康

自从“褚橙”、“潘苹果”在2014年一炮走红之后，市场开始流行“有故事”的水果。在资本和电商的双重推动之下，3年来这份“有故事”的水果名单不断增添新面孔，其中有一些颇为出人意料。比如平均售价在6元/500克上下的四川奉节脐橙——这款平民水果不久前拥有了自己的品牌“山橙时代”，正式跻身“有故事”的水果家族一员。

通常是冬季水果大卖场主角的“山橙时代”，虽然价位与瞄准高端用户“褚橙”无法相比，但“故事”元素却一点也不逊色——品牌创始人彭阳出生于奉节当地、“85后”、女学霸、剑桥大学博士、返乡创业、5000亩自有生产基地……一连串的标签和关键词足够吸引眼球。这位剑桥博士的目标，是“通过从种植、加工、深加工、物流再到后端的销售和营销对全产业链的整合和品控，重新定义奉节脐橙的标准，为山橙迎来一个全新的时代”。

种水果、卖水果的开始创建品牌，学着“讲故事”，显示出消费升级大潮下终端市场的变化，正在对产业链前端产生影响——在供应趋向饱和、渠道日渐多样化的今天，即使是普通如一个脐橙，也迫切需要一个获得消费者认同的“身份”或“标签”，让它在众多同质化产品中脱颖而出，成为人们购买时的首选。在此之前，“褚橙”就这样逆袭新奇士橙的。

不过，想要在今天复制“褚橙”3年前的成功，光有精彩的故事，恐怕已经不够了。如果你现在有时间搜搜京东商城，会发现有大概40个品牌的各种脐橙、橘子、冰糖橙在吆喝，这还不算上淘宝和微店上那些自有品牌商家。点开来看，你会发现它们都有不错的口味，时髦的文创风包装，而且，谁都能讲出点“故事”来。所以，当每个都“有故事”的时候，你得有点别人“够不着”的东西。

在生鲜水果领域，渠道正是大多数品牌“够不着”的东西——无论是线上还是线下，都是炙手可热的稀缺资源。而且出乎大多数人的预料，比起线上渠道，线下渠道更为抢手。不仅果农挤破头在争，连电商也开始虎视眈眈。一个现成的例子是，几乎就在“山橙时代”品牌发布的同时，联华超市股份有限公司发布公告，永辉超市将其持有的21.17%的联华超市股份，以8.5亿元的价格悉数转让给了阿里旗下的易果生鲜，此举标志着易果生鲜进一步加码线下生鲜业务，而就在几年前，没有线下门店的“重资产”“包袱，还被认为是易果这类生鲜电商的最大优势。真是风水轮流转。

易果对O2O生鲜业务的小试牛刀始于和苏宁的合作，他们不但为苏宁的线上生鲜板块“苏鲜生”供货，也入驻了苏宁自6月起在南京试点的线下商店“苏宁小店”，让小店成为了前置仓。不过，对一心想要坐稳生鲜电商一哥位置的易果来说，苏宁小店的规模实在不够“塞牙缝”，而联华旗下既有大型超市，也有社区超市和便利店，并在20多个省市建立起了连锁网络。当然，易果最垂涎的，是联华在富庶的长三角地区密集的商超门店——如果把这些超市作为前置仓，就能大范围地覆盖到周边客户，降低最后一公里配送成本，并对正在迅速崛起的京东生鲜服务，形成巨大压力。

“重资产”的线下渠道价值被重新发现，这样的事情不仅发生在中国。2016年底，亚马逊发布了一个让许多人吃惊的“亚马逊Go”计划，宣布将进入实体零售领域，第一步是在全美开出超过2000家实体店——它们有的可以让消费者免排队结账，有的提供路边取货点，有的则提供类似便利店餐厅（Drive-through）的服务，让顾客坐在车里完成整个消费流程。“亚马逊Go”的第一家门店选在西雅图市中心，今年第一季度开放。门店面积大约为170平方米，主要提供可以即食的早中晚餐及半成品食材。要在那里购物的消费者需要安装一款App，然后门店能检测到消费者把商品从货架上取下或者放回，并且通过一个虚拟购物车跟踪这些商品。顾客选好自己的商品后，直接走出去就可以了，亚马逊之后会从顾客的亚马逊账号里扣款并附上发票。

根据《华尔街日报》的分析，亚马逊想通过实体店进入食品零售，本身也是一个潜力巨大、且电商比较难触及的市场。在美国，食品零售占到整个商业零售规模的20%，而这一品类在电商上的销售占比仅有可怜的2%。亚马逊此前也尝试通过“亚马逊Fresh”进入这个市场，并在全美17个城市推出，提供对生鲜产品的配送，但效果并不理想。现在亚马逊“好马也吃回头草”，重新做实体零售，并且一出手就是2000家店的规模……还是那句话，这个世界上，不是所有事情都是一个回车键就能搞定的。

共享单车的迅速普及，让汽车分时租赁服务商眼前一亮

汽车分时租赁，这回玩真的



拿出手机，找到距离最近的车，手机开锁，到达目的地后，找到合适的停车位，手机关锁结束行程计费。在共享单车火热的今天，你可能对这个过程并不陌生了。

但如果把单车换成汽车，后者的分时租赁这门生意其实也出现一段时间了，甚至还在共享单车的前面。截至去年11月底，国内进入新能源汽车租赁的运营商已经超过100家，未来开展或准备引入新能源汽车租赁模式的城市将超过50个。

分时租赁的模式中，用户可以用手机操控车锁的开关，自主完成借车还车，因此脱离了对门店的依赖。对比传统的租车，成本降低，停车地点灵活度也提高。传统租车服务正是由于交易成本高，而采取按天计算费用的方式。而分时租赁，则可以做到按照用车时间计算费用，相当于把原来只做批发的租车服务碎片化零售化，这个特点正是分时租赁这个名称的来源。

■本报记者 张晓鸣

最大噱头：花一块钱就能开奔驰

最近，一则《现在上海宁开奔驰车只要1.19元起!》的帖子在朋友圈热传。根据此帖，除共享单车外，另一共享出行模式也将亮相申城街头：智能租赁汽车Car2go。由于其车辆均为Smart奔驰，因此不少网友兴奋不已。不过，据记者了解，该共享出行模式目前仅在重庆试点，暂不会进入上海、北京等国内其他城市。

Car2go是全球最大商用车企业——戴姆勒股份有限公司的汽车分时租赁项目。该项目在德国柏林、美国华盛顿、加拿大多伦多等全球数十个城市投入12.5万辆Smart品牌小汽车。2016年4月，Car2go进入亚太地区第一站重庆，取中文名“即行”。目前，Car2go在重庆实现了由零到超过22万次汽车共享服务的积累。

据Car2go工作人员介绍，不同于传统汽车租赁，使用Car2go的乘客需先通过下载“即行Car2go”App完成注册，成为会员后，便可用手机App查找、预定并使用运营区域内停放的任意一台Smart。待租赁结束，App会自动计算租赁费用，并通过会员手机端的支付宝自动支付。其中，燃油费、保险费、停车费均已包括在租赁价格中。

其计费方式由注册费、里程数和使用时间三部分构成，分别为：99元注册费，1.19元/公里，0.59元/分钟。另外，未按照要求停在规定车位里，需要工作人员进行特殊处理的车辆，每次收费200元。

何为规定车位？记者致电Car2go客服人员时获悉，目前，Car2go运营区内的合法停车位包括：重庆市政公共停车位和Car2go专属停车位。值得注意的是，设置闸机、抬杆的公共停车场均不在免费停车位范围内。

不过，采用新能源汽车更像是这个行业的主流趋势。就在重庆，力帆集团的盼达用车是Car2go的直接竞争对手。盼达用车使用了力帆集团生产的五人座电动汽车力帆330系列，充满一次电后，能够行驶180公里，主要在各网点的分布，且租金更低。

在北京，为应对重污染天气，相关部门实施单双号限行，而新能源车不在限制范围，因此分时租赁车辆在北京也火了起来，订单出现激增。北京市交通委运输管理局汽车租赁管理处副调研员王刚介绍，全北京市的分时租赁网点目前已经发展到几百个，投入分时租赁车辆超过2000多辆。

“采用电动新能源汽车是分时租赁运营的一个趋势。”微租车CEO杨洋说，“和我们合作的客户中，80%的车都是

新能源汽车。”微租车是北京一家汽车分时租赁技术提供商。

杨洋认为，相比燃油车，新能源车不需要涉及到加油环节带来的操作沟通问题。新能源车的购买成本还是比传统的燃油车要高，但胜在运营成本低，而分时租赁单车在单位时间的利用效率比个人拥有的私家车更高。另外，新能源车的智能化程度更高，有利于连接物联网模块远程操控。

虽然新能源车还存在续航能力不足的问题，但分时租赁的碎片化消费又回避了这个劣势。这也是新能源汽车制造商急于切入分时租赁服务的一个原因，分时租赁的应用场景和新能源车更契合，以此为突破口更有利于普及新能源车的推广。而且，由于电动车能源更加环保，地方政府在车牌、限行等政策上往往会“网开一面”。

最大利好：平台开放有钱一起赚

在乐于尝鲜的上海，又怎么会少了分时租赁。如今上海地区分时租赁规模最大的环球车享公司，它同时也是国内最大的汽车分时租赁公司。

环球车享由上汽集团车享网旗下的分时租赁公司e享天开和上海国际汽车城旗下的电动车租赁公司EVCARD整合而成，注册资金2亿元，成立于去年6月。

e享天开和EVCARD整合的初衷即是希望推动分时租赁业务快速发展。e享天开此前是上汽集团旗下业务，就如同很多整车厂为了推广新能源产品，进行示范运营一样，上汽投资e享天开的初衷，也是为了通过分时租赁业务反推汽车产品。

统计显示，国内分时租赁市场规模超过200万辆，如果车辆每3—4年更新一次，每年就有30万辆的新增规模，整车厂商都希望在这个市场上分一杯羹。在国内，北汽、广汽、吉利、奇瑞、戴姆勒、宝马等整车企业的分时租赁业务都在推进中。



不过，从目前全球分时租赁业务看，整车厂主导的分时租赁业务，主要采用采购自家车辆和自建网点，分时租赁给个人的共享模式，实现盈利的几乎没有。无论是整车厂背景的Car2go，还是非整车厂背景的法国博洛雷旗下Autolib，2015年的亏损高达6000万欧元，与利用社会私人车辆打造的共享模式相比，发展速度明显落后。

因此，环球车享整合之后的目标，是打造一个针对所有品牌的开放平台，用电动车分时租赁解决城市交通问题。因此，现在你能租到的不仅仅是上汽荣威E50，同样还有奇瑞、宝马的电动车。开放平台的好处是，从目前来看，可以有更多的新能源汽车产品供消费者选择，而从长远来看，也为未来的资源整合，分时租赁的轻资产模式做准备。

环球车享总经理曹光宇告诉记者，公司旗下品牌EVCARD新能源汽车分时租赁平台，已在全国布点超过2800个，累计投入运营车辆超8400辆，上海地区运营的车辆约5000辆，会员数超过33万人，累计订单超过122万。资料显示，其分时租赁业务目前已经进入北京、成都、常州、衢州、丽水、苏州等23个城市。

“时下车共享非常火爆，已经成为年轻人最后一公里出行的热门选择，同时汽车共享也逐渐成为城市年轻一代出行首选方式，”曹光宇表示，汽车共享更适合城市内10—50公里路程的出行。从用户分类上看，70%是男性，30%是女性。以年轻男性为主，因为这部分群体接受尝试和接受新事物更强。

通过在上海地区运营经验来看，分时租赁运营的数量需要达到合适的规模、使用率和影响力，实现盈利的周期其实并不长。“如果是七八万块钱的电

动汽车作为出租车，一天的收入到了120元左右基本上就能够平衡。”曹光宇表示。按照EVCARD目前的定价，一天一辆车的使用时间至少要在4小时以上。

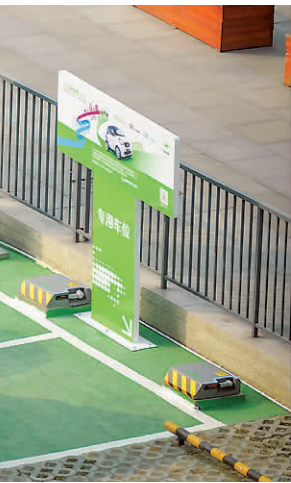
最大瓶颈：停车“一位难求”

分时租赁和共享单车都是将交通工具转换为更有效率的共享模式，既然效率的提高可以带来价值空间，为什么分时租赁却发展得不温不火？显然，分时租赁面对的市场和运营环境与共享单车是不同的。

杨洋认为，汽车和自行车的运营过程中都被放大。而在杨洋看来，“最大的制约来自于停车位资源。”一直以来，续航是制约新能源汽车发展的主要瓶颈，但是在分时租赁上并非如此。由于分时租赁用户大部分是在市内短距离出行，因此目前新能源汽车的续航里程基本上可以满足其需求，而且，近两年国内主要的一、二线城市已经加快了充电设施的建设，因此续航问题在不久的将来会迎刃而解，反而停车才是制约新能源汽车分时租赁的主要瓶颈。

这些在共享单车运营中可以“一带而过”的问题，在汽车分时租赁的运营过程中都被放大。而在杨洋看来，“最大的制约来自于停车位资源。”

一直以来，续航是制约新能源汽车发展的主要瓶颈，但是在分时租赁上并非如此。由于分时租赁用户大部分是在市内短距离出行，因此目前新能源汽车的续航里程基本上可以满足其需求，而且，近两年国内主要的一、二线城市已经加快了充电设施的建设，因此续航问题在不久的将来会迎刃而解，反而停车才是制约新能源汽车分时租赁的主要瓶颈。



汽车共享更适合城市内10—50公里的路程的出行。从用户分类上看，70%是男性，30%是女性。从目前来看，分时租赁的市场主要集中在二线城市，并且是人流量较密集的地区，但是在寸土寸金的都市，车位本身就很难稀缺，可以留给分时租赁的空闲车位更是少得可怜，停车难成为当下汽车分时租赁普及的最大瓶颈。

备箱内也比较凌乱，车内还有不少烟灰。在使用时，不经常接触电动汽车的司机们可能会有些不习惯。以这辆奇瑞EQ为例，加速很轻快，但是刹车就非常生硬。

与共享单车不同，用车完毕后分时租赁的必须开往最近的网点，将车辆停在专用停车位上，并在App上确认用车结束。但问题是，这些停车场都位置偏僻，且没有明显提示牌，对于第一次还车的司机来说非常不方便。记者选择李子园的网点还车，尽管是在同一个停车场，如果不把车停到专用位置，系统并不能正确识别。在询问停车场保安之后，记者多花了5分钟才把车停到了指定位置。

最后，记者花17分钟驾驶约2公里之后完成了这次体验，系统显示价格为8.5元。支付用车款项，整个过程就算结束了。

从目前来看，使用EVCARD分时租赁业务，需要提前预约，找好网点再去取车；用车结束后，还需要找好网点去还车。整个过程都需要用户自身提前做好一定的计划，离共享单车“随用随还”的用户体验，还差得很远。

订车前后折腾三次，用户体验一言难尽

开个分时租赁车，我容易吗

■本报记者 张晓鸣

“便捷”、“政策”、“出行需求”，这三大要素将撬动汽车分时租赁市场。然而，车不是说开走就能开走的。

以在环球车享上租车为例，首先，你需要下载一个叫EVCARD的App，然后注册登录，上传身份证和驾照的照片进行资料审核。资料审核完成后，会收到一张银行卡大小的感应式会员卡。前往你租用车辆所在的网点，用会员卡在前风挡处感应器的位置刷一下，就可以开门用车了。不过，事实上不带会员卡，用手机也可以解锁。

需要提醒的是，有了这张卡片，你还是无法马上用车，享受此类服务都有一个必不可少的环节，那就是交

押金。EVCARD的押金为1000元，可以直接在App上完成缴纳。

完成这些准备工作之后，记者在本周四下午进行了一次尝试。在万里社区打开App，查询最近有可用车辆的网点，距离最近的是公里左右的同济沪西校区网点，显示还有2辆车。然而点进去后，却显示该车为“内部限制不能预约”；而附近的李子园网点已经没有车辆。

继续查询，发现离记者最近的是上海西站的网点，距离为1.3公里，显示有2辆奇瑞EQ电动车可以提供服务。记者选中一辆续航里程为150公里的车，确认预约。系统提示订单保留15分钟。

记者立刻出门，步行前往网点。

问题来了，偌大一个火车站，车停在哪里？App只有大致的地图定位，却没有告之具体的车辆位置以及如何到达。记者拨打客服电话，在经过长时间等待之后才接通。客服人员表示，车辆停在地下车库B3层。最终，当记者千辛万苦找到预约车辆的时候，时间已经过去20分钟，订单被自动取消。

于是，记者再次打开App想预约眼前这辆车。但是系统显示，该车转眼之间已经被其他人预订。不甘心的记者看到边上还停了两辆奇瑞EQ，决心再试试。预约其中一辆成功，用手机解锁，上车！

然而，当记者发动车辆的时候，却发现车子毫无反应。简陋的排挡一