

市场存量决定生存空间

——专访51用车软件创始人兼CEO李华兵

青年报 王霞

本报讯 出行领域近半年可谓“好戏连台”。曾“势不两立”的滴滴和快的以迅雷之势合并，在打车和专车领域攻城掠地，又马不停蹄上线“顺风车”，企图撬开拼车市场的口子。

那么问题来了，其他用车软件还有机会吗？不久前刚获百度注资的51用车App创始人兼CEO李华兵表示，出行领域仍有巨大空间，而用车软件背后的技术支持将起到越来越重要的作用。

青年报：如今，出行领域App烧钱如柴，作为新入市者，您如何看待眼前的市场状况？

李华兵：滴滴和快的合并后的确很“强壮”，Uber在国内也已风生水起，另外AA租车、神州租车等也很舍得投入，但是，他们的主营业务和我们并不相同。

作为“单纯”的拼车软件，我们的主目标群是高级白领，而非专职司机，他们加入51平台也并非为了赚钱，更多是以分摊油费和解决上下班交通问题为目的。尽管滴滴快的最近也开始布局“顺风车”，但目前而言并非其主营业务，而且有数据显示，未来两年国内出行领域的车辆需求约为1.4亿部，目前滴滴快的的出租车与专车总量也不过400万辆左右。存量那么大，有何不可为？

青年报：用车软件很容易被套上“社交”的属性，例如Uber也曾一度被认为抢了陌陌的市场，您如何看待这个问题？

李华兵：我认为，社交属性终究占用车软件多大比例，应顺其自然。用车软件的初衷一定是先解决出行问题，社交效果只是副产品。不过，这也是我们的未来愿景之一。此前已经有用户表示，通过拼车找到了真爱。而与世纪佳缘、陌陌等的社交软件相比，我们的场景可能会更加天然



——我们的后台数据显示，注册车主90%是男性，发出拼车请求的70%的是女生，且女性获得接单机会的成功率比男性高出10%。这说明，个人诉求比经济刺激更分散，也更有生命力。

青年报：资本在出行领域有着巨大的力量，但作为软件产品，对技术的依赖应是否更大？

李华兵：尽管在资本力量的作用下产生过许多令人称奇的合并事件，比如滴滴和快的。但资本的本性是追逐利润，因此会倾向有前途的产品。

不久前，我们也获得了百度的投资。一方面是因为我们的产品和发展模式符合其投资思路，另一方面，相对于资金而言，

百度提供的技术支持意义更大。例如，百度的大数据可以更精确地显示人群集中工作和居住的地区，我们可以据此寻找人群集聚地进行推广。

而且，拼车软件的技术门槛比打车和专车软件要高些。比如，当用户在某个地点发出拼车请求，我们要找到距离最近的车辆，就需要用到定位、距离计算等技术，甚至车辆过来的过程中红绿灯时间长短、是否会遇到单行道、是否需要掉头等问题，都需要百度地图的技术支持。

从政策角度而言，拼车软件也更受鼓励。所以，我们并非“夹缝中求生存”，而是在广阔天地中寻找位置。

■ 资讯

上海苏宁年中庆推4S服务

青年报 姜卓

本报讯 近日，苏宁宣布将在6月17日至22日，双线启动25周年年中庆促销活动，将集结千大品牌、2万平台商户，持续投入180亿特价货源；而上海苏宁也将在年中庆期间为消费者推出4S服务，包含Saving(省钱爽)、Surprise(选购爽)、S-pay(付款爽)以及Speed(收货爽)四大项服务，涵盖消费者购物的比价、淘货、付钱以及收货的四个步骤，打起组合拳。

苏宁云商副总裁、上海苏宁总经理范志军表示，苏宁三四端的布局已经完成，此次推出4S服务就是想邀请消费者体验，对于顾客提出意见，将作为苏宁服务迭代创新的依据。据了解，6月12日起，上海苏宁将在沪上定向招募100名的4S服务体验员，到苏宁门店或者苏宁易购进行购物体验，如果在购物过程中觉得购物过程中觉得不爽并给出合理建议，即可享受苏宁15天无理由退换货服务并获得300元的“不爽费”。

WCA电竞公开课交大站开启

青年报 沈旖旎

本报讯 6月9日，WCA电竞高校公开课在上海交通大学闵行校区开讲。据悉，现今全球电子竞技市场规模已达6.21亿美元，观众总数1.34亿人，其中主要收入来自于中国和韩国。

上海在推广电子竞技运动方面获得了广泛的人才基础和受众环境，本次WCA主办方对于上海

站格外重视，邀请行业内拥有众多粉丝的“人皇SKY”登台讲课。WCA2015新闻发言人茅侃侃也与电竞玩家一起分享多年运营电竞行业的体会，并鼓励更多的大学生加入到电竞行业中来。茅侃侃表示：“高校中拥有无数热爱电子竞技、却苦于缺少机会的学子，WCA校园公开课的开设，提供了一个低门槛的参与平台，并将正确的电竞思想传达给所有人。”

腾飞集团与星桥集团合并

本报讯 日前，新加坡腾飞集团与星桥集团宣布完成合并，组建星桥腾飞集团。合并后的集团将拥有更雄厚的实力和更出色的业绩，从而创始、聚合以及提供跨行业、跨地区的城市和商务空间解决方案。

星桥腾飞集团总裁高啟坤先生表示：“这对腾飞和星桥以及企业的相关利益者来说，都是一次重要的契机。星桥腾飞将成为一个强大的集团，为我们所有的客户及合作伙伴提供最佳的城市及商务空间解决方案。”

凯德齐家网达成战略合作

本报讯 日前，亚洲领先的房地产开发商凯德集团旗下凯德中国与全国领先的家装垂直电商齐家网在上海举行战略合作发布会。双方打通旗下住宅和家装领域的O2O合作平台，是

外资开发商与国内电商的首次强强合作。本次合作是凯德触网的重要探索与实践，也为将来凯德以多个维度拥抱互联网奠定了坚实的基础。

世茂集团创新品牌52+面世

本报讯 日前，上海——秉承“缔造生活品位，成就城市梦想”的理念，世茂集团重拳出击，隆重推出国内首个创新型社区商业代表作“52+”品牌，通过空间、业态、运营和数字营销四大维度展现“以小见大”的价值模型，实现社区商业的全方位创新与变革。与此同时，52+承载着“一公里的臻享生活”理



念，致力于为每个城市家庭的幸福生活提供更便捷舒适、高端智能的选择。

ABCmouse儿童英语学习App发布

青年报 王娟

本报讯 5月30日——美国儿童学习品牌ABCmouse发布了一款为中国3-8岁儿童设计的英语学习移动应用——ABCmouse儿童英语趣学堂App，此应用率先在AppStore提供免费下载。

据了解，ABCmouse儿童英语

趣学堂App开启了一种新的英语学习模式。应用中的每节课课程包含长度3至4分钟的互动性的英语学习系列动画，由一名中国老师、一名外籍英语老师以及6名年幼好学的中国学生角色，组成一个活泼有趣的课堂。编排的系列课程将循序渐进地向孩子系统教授实用的英语单词和短语，并于每节课后提供一对

一的口语练习和理解测验。App中的成人和儿童角色均为美式英语发音，通过互动学习的语境向儿童解读和教授英语单词和短语，避免了传统英语教学中用中文直译的方法，侧重于吸引中国儿童的注意力，激发他们的兴趣，使孩子能够自发独立地或是与家长一起观看学习动画并完成语言能力训练的活动。

纪录电影《我的诗篇》昨日亮相

青年报记者 沈梦雪

本报讯 昨日，纪录电影《我的诗篇》特别展映典礼在上海电影博物馆举办。作为中国诗歌纪录电影的开山之作，《我的诗篇》首次亮相，便吸引了社会各界的关注。当晚，活动主办方华

董会携全体会员首次登上舞台，吟诵中国大地深处的心灵故事。

据华董会方面介绍，《我的诗篇》由中国著名财经作家吴晓波先生为总策划人，由著名导演吴飞跃、秦晓宇担任导演，是全球首部完全从诗歌的角度深入表现中国3.1亿工人色彩斑斓

生命的纪录电影。崔永元、陈鲁豫等曾经也参与读诗。朴实真诚的光影记录展现了电影本质的人文关怀及思想内涵。据了解，影片将受邀参与2015年6月举行的上海第18界国际电影节，并作为唯一一部中国作品入围“金爵奖”最佳纪录片的评选。

飞牛商城正式上线

本报讯 日前，大润发旗下电商网站飞牛网，在上海大润发总部大楼召开“飞牛商城”发布会。大润发集团董事长兼飞

牛网CEO黄明端还在会上宣布，只要是入驻飞牛商城前1001名的商家，将获得免平台费的优惠。