

每年智能手机的淘汰量近4亿部

手机回收市场 只是看上去很美?

随着国内手机拥有量的不断增加,国内互联网巨头腾讯、阿里、百度等都各自建立了手机回收平台,而爱回收、回收宝等创业型公司也纷纷得到了融资。但是,在渐起的市场背后,仍然存在着环保、回收效益不高等问题。

青年报见习记者 洪伟



很多手机回收平台从未能实现真正的盈利。 青年报记者 常鑫 摄

五成用户平均18个月换机

随着手机成为人们日常生活的必需品,再加上近年智能手机的快速更新迭代,消费者手中废弃的手机已经成为一个庞大的市场。根据工信部的统计数字,截至2016年11月,中国手机用户已达13.2亿,2016年国内手机市场出货量为5.6亿部。据调查显示,约50%的用户每18个月就会换机。智能手机每年的淘汰量也达到3到4亿部,但回收率不足2%。

拥有巨大的存量,却还未被耕耘,于是,这一市场便被资本们相中。国内的互联网巨头纷纷建立了自己的手机回收平台,腾讯上线了官方的回收平台微回收,该平台同时也是评测机构ZEALER的回收业务合作伙伴。阿里巴巴旗下有二手交易平台“咸鱼”,百度投资了“百度回收站”,58同城建立有“转转”,京东和360也分别上线了自己的手机回收平台。

独立的手机回收平台也纷纷获得了融资。去年12月21日,手机回收和以旧换新平台爱回收宣布,已完成4亿元的D轮融资。爱回收在2016年的交易额达18亿元、目前月营收超过2亿元,年手机处理量500余万部。今年3月,3C产品以旧换新

服务供应商“有得卖”宣布完成总额1.2亿元的B轮融资,领投资方为“中国人保”及“启迪科服”合作成立的人保远望基金,跟投资方为“牧帛资本”。除了买卖二手手机,“有得卖”还提供了租赁服务。二手手机回收企业深圳回收宝科技有限公司也已于今年9月完成了3亿元的B轮融资。

交易成本高难以真正盈利

虽然摆在回收企业面前的商机巨大,但实际上,这类平台更像手机收集后的分销商,消费者的手机在这里很快流向其他渠道及回收工厂。上游是散落在千家万户的旧手机,下游是线下回收渠道和工厂。作为中间渠道的回收商,却面临着交易成本高昂的难题,很多平台从未能实现真正的盈利。

要吸引有闲置二手手机的用户主动将手机卖给回收平台,总结起来,仍然存在着三大障碍。首先,担心个人数据的安全。每个人的智能手机中都存有大量的电话号码、个人聊天记录等隐私数据。如果卖给回收平台的手机,经过技术手段,数据被恢复,则会导致个人隐私的泄露。

其次,市场价格的不透明。目前,市场上并没有一个二手手机的公认透明价格。回收平台给

的价格往往低于卖家的心理预期,但是平台运营的成本却居高不下。

最后,则是服务覆盖率仍然不足。在一二线城市上门取件,或是线下服务站都很方便,但是三四线城市或者乡镇,则没有相关的配套服务,最终达成交易的门槛仍然很高。

手机生产厂商是潜在威胁

就算回收平台克服了这三大障碍后,手机生产商则成为了一个潜在威胁。手机生产商能够接触到手机用户,一旦回收平台将市场培育好了之后,就会引来潜在竞争。手机厂商通过以旧换新的营销方式,就可以将自身变成一个二手手机的回收渠道。既能提高用户换机的积极性,也能够截取他人开拓出来的市场。

根据苹果公布的环境报告显示,通过回收旧电脑和智能手机,其获得了超过6100万磅钢、铝、玻璃和其它材料,而且还获得了2204磅(约合999.7千克)黄金。早前,苹果公司也表示在2014年中他们从废旧设备中回收了超过4万吨电子垃圾,这其中回收的钢铁已经足够建设一条长达100英里(约为161公里)的铁路。可见,手机厂商这一渠道潜在的实力。

■ 聚焦

出境游催生支付出海热潮 游客扫码享受“超优待遇”

十一黄金周长假掀起境外旅游小高潮。跟随国内游客出境步伐的还有中国的支付机构,超优汇率、实时退税、全球八五折,中国游客在境外实现扫码支付便利的同时,还享受了“超优待遇”。

无现金出游成为可能

在泰国清迈街头,餐饮店、礼品店、住宿店贴着支付宝和微信的二维码。许多游客拿出手机扫一扫,不仅解决了拿现金的麻烦,而且汇率还有优惠。

记者在清迈购物时发现,扫二维码会跳出泰国版界面,只要输入实付的泰铢金额,就会自动兑换成人民币。

随着跨境业务开展,目前微信支付已支持美元、英镑、日元、泰铢等外币的直接结算,同时在海外推出了微信支付旗舰店,让更多中国用户可以在境外直接使用微信支付消费。

游客吕小姐感叹:“现在到亚洲国家旅游,不带现金只带手机出门也成为可能。”

同时,在十一黄金周期间不少境外商家为中国游客推出“支付宝价”,中国游客只要通过支付宝付款,即可享受这一专属价格。

在日本旅行的中国游客沈

先生说,国庆期间在日本的百货店用支付宝扫码付钱,享受了八五折的优惠。

退税免排队日益便捷

出境游购物退税也是不可缺少的一环。支付宝最新发布的统计数据显示,今年十一假期,使用支付宝在境外消费的笔数是去年同期的8倍多,人均消费金额提升了近50%。

今年支付宝在境外实现了退税免排队,税金实时到账,退税总额比去年同期增长了180%,人均退税金额达到了922元。

微信发布的跨境支付数据显示,今年国庆假期,中国香港依旧是境外支付次数最多的地区,而泰国、日本、澳大利亚等地进入了境外热门消费城市Top10。同去年国庆假期相比,加拿大、新加坡、新西兰等地的支付次数也获得了明显增长。跨境消费中90后用户占比达34.67%,成为境外“买买买”的主力人群。

人们跨境出游和“买买买”的热情为支付机构加码海外布局奠定基础。据悉,在支付宝、微信之后,包括百度钱包、京东金融也开始国际化布局。

据新华社电

宝钢股份在钢铁业环保治理 最难环节取得技术突破

烧结环节是钢铁生产过程中环保治理艰难的一环。来自宝钢股份的最新消息显示,其在烧结综合环保提升技术上已经取得突破,上海宝山基地三号烧结机的二氧化碳排放量已低至0.6毫克每标准立方米,体现了国内代表性钢铁企业先进的绿色管理水平。

据了解,炼铁烧结工序粉尘污染、废气排放大,相关环保技术、工艺装备开发难度高,是国内外钢厂环保治理的重点与难点。中国钢铁工业协会发展与科技环保部主任黄导说,我国对钢企的氮氧化物、二氧化硫等污染物排放标准严格,钢企环保压力较大。宝钢股份此次在烧结环节取得环保技术突破,不仅表明经过多年发展,我国部分钢企的绿色管理水平已经接近甚至高于国外的先进钢企,而且也为此后国内钢铁行业的绿色发展进行了先期探索。

宝钢股份能源环保部相关人士说,近年来宝钢股份持续投入,与国内厂商合作,以上海宝山基地的三号烧结机大修改

造为契机,自主开发具有世界一流水准的烧结综合环保提升技术,具有成份在线自动检测、强化原料颗粒、组合式偏析布料等先进工艺特点,形成了活性炭烟气净化技术、液密封环冷机技术、节能环保立式综合筛分技术等10项技术创新成果,厂房、机组生产、皮带通廊等实现了全封闭。

此一环保成果建成投产近一年来,机组及相关环保设备实现稳定运行,粉尘污染基本根除,主要废气排放指标都低于国家标准,其环保运行指标达到全球钢厂的领先水平。

根据宝钢股份最新的可持续发展报告,去年整个企业实施了74项环保项目,重点聚焦烧结、焦炉、电厂的烟气升级治理,工艺除尘设施、炉窑设备的升级改造,环境监测设施的升级换代以及冶金废物的返生产利用。同时,积极参与国内的碳排放市场运行,未来将考虑灵活采用多种碳配额采购方式,建立企业统一的碳资产管理模式。

据新华社电

中美两国新零售企业互相竞逐 阿里巴巴市值一度超越亚马逊

青年报见习记者 洪伟

本报讯 新零售的概念似乎已经得到了美国投资者的认可。在亚马逊的市值不断上涨,远远超过传统零售巨头沃尔玛后。来自中国的阿里巴巴今年的市值也是直线上涨,昨日盘中,阿里巴巴股价上涨,市值一度超过4700亿美元,超越亚马逊。截至收盘,阿里巴巴市值为4631亿美元,亚马逊市值为4718亿美元。随着阿里巴巴的业绩今年以来屡屡超过市场的预期,年初以来,阿里巴巴股价累计涨幅已超过90%。

亚马逊成立于1995年,是一家以B2C模式为主的电商公司。阿里巴巴则为成立于1999年的纯零售平台的互联网公司,但这位后来者近年却以年营收50%的增速在大步追赶,甚至在某些方面超过了亚马逊这位前辈。

这两家中美新零售的佼佼者商业模式上则存在着本质的差别。亚马逊从网上书店起家,主要从事自营零售业务,在后来的不断发展中,拓展出了服务于第三方的平台以及云服务。相对而言,阿里巴巴是B2B起家,到C2C淘宝、到B2C天猫,

再到生活服务类,大文娱和跨境电商。从商业逻辑来看,阿里巴巴致力于成为一家平台公司,在生活健康服务、基础设施、金融、物流、阿里云等各个领域,打通从消费者到生产者的流通环节。

而这两家公司不约而同地开始注重线下零售的拓展,发展线上加线下的新零售模式。阿里巴巴已投资了苏宁云商以及银泰商业。而在今年,阿里巴巴投资的盒马鲜生更是在上海及全国开了多家店。亚马逊则于今年6月,斥资137亿美元收购线下零售商全食超市。