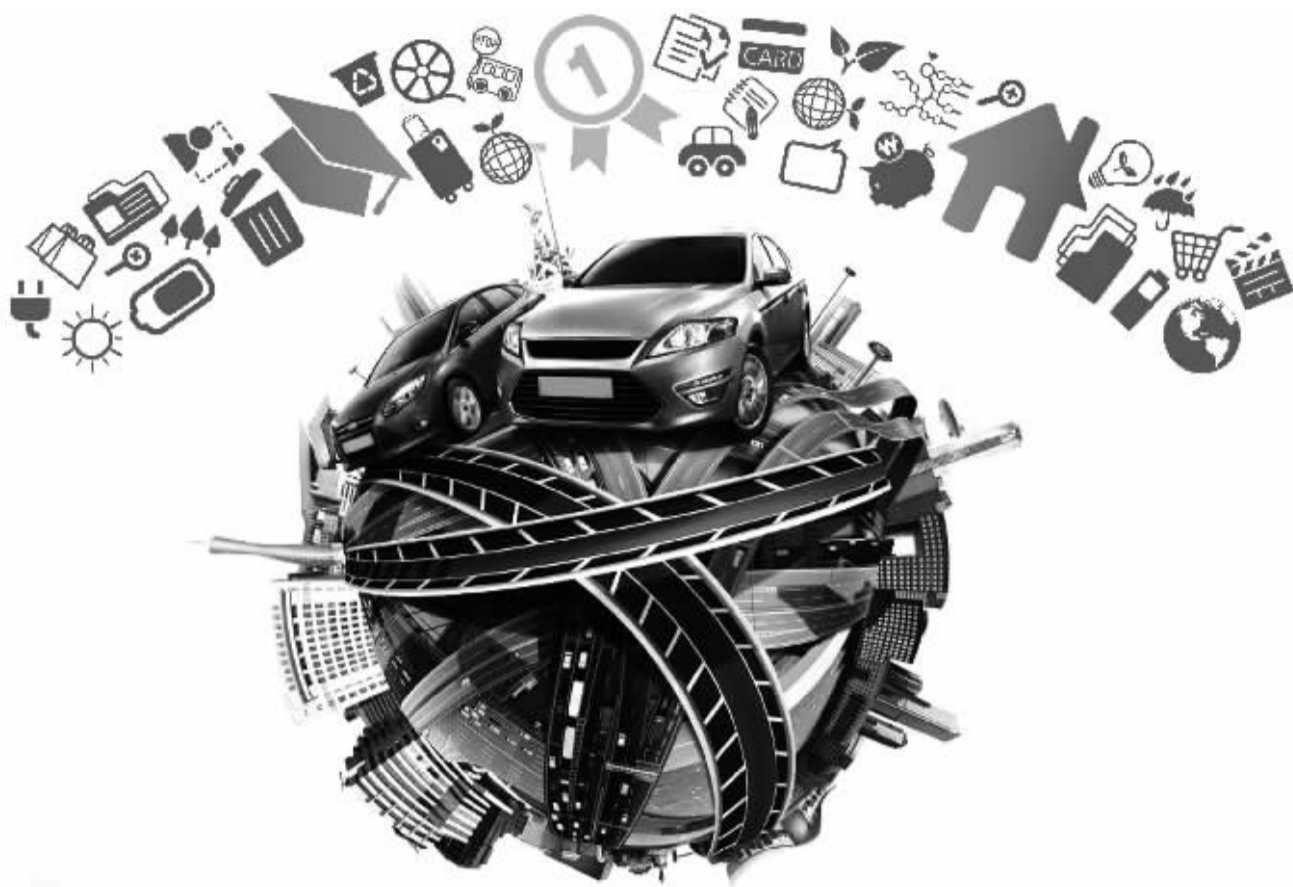


“在兴起淘金热的地方，总能找到卖牛仔裤发财的人”，这句话用在移动互联网APP（应用软件）大行其道的今天再合适不过。淘金热就像延续至今的互联网技术热，而卖牛仔裤的人，是那些机敏的移动互联网APP创业者，他们迅速嗅到“淘金热”伴生的市场机遇，将一项项“制作牛仔裤”的普通技术应用到极致，取得可观的收益。

e代驾正是那个谙熟IT大势的“牛仔裤商人”，他几乎可以告诉你当今移动互联网APP圈的全部。



代驾冲上“云”端

本报记者 周琳



没有汽车的代驾公司

2011年的移动互联网APP圈内已是狼烟四起，大到微信、支付宝等超级APP，小到豆瓣、大众点评等分众APP，人气、资本和技术正加速向移动端集聚，与日薄西山的PC端判若两个世界。这一切，在电商界摸爬滚打多年的黄宾当然看在眼里。转型这两个字在他脑海里反复激荡。可到底选择哪个行业？借助何种技术转型？他心里始终没底。

几次应酬后偶然的代驾经历，让黄宾看到了传统代驾业的诸多弊端，日渐萌生利用移动互联网APP改造“老代驾”的想法。抱着试试看的心态，他加盟了一个传统租车公司，作为代驾员去“拜师学艺”。那时候，要开一家租车代驾公司不仅需要充足的资金购买汽车、租用场地、聘请司机，还得跟宾馆、酒店等潜在代驾“中介”保持良好关系，这3项基本的投入算下来少则几百万元。

能不能省去自购汽车和“中介”提成的钱，“轻资产”发展呢？黄宾设想，如果用他熟悉的LBS (location based service) 定位技术开发移动APP平台，就近找代驾司机签约，将节约很大一笔“中介”费和汽车采购开支。

“学艺”期间，他对“轻资产”发展模式进行了更深入的了解，原来一个完整的LBS系统是由定位系统、移动服务中心、通信网络、移动智能终端4部分组成。位置服务业是一个庞大的产业链，众多定位公司、车辆导航监控公司、地图制作公司、通信公司、移动通信运营商等都是这条产业链中的一员，如果应用好这一平台，超越传统代驾公司开拓新市场并不遥远。

没多久，两条重磅消息在代驾行业炸开了锅。一是2011年5月，最新修订的《刑法》和《道路交通安全法》明确了“酒驾入刑”等条款；二是在2011年的“3·15”晚会中，部分传统租车公司以提供驾驶服务等方式从事或变相从事道路运输经营活动被曝光，随后神州租车等公司宣布全面停止代驾租车业务。

这寥寥几百字像是给黄宾打了“强心剂”，面对即将爆棚的代驾市场，犹豫就是错失先机。“拜师”3个月后，黄宾决心找外包团队开发e代驾APP。

2011年10月e代驾1.0版本正式上线。“这是一款操作简单的‘傻瓜’软件。”e代驾技术部负责人孙洪静说，每次用户开启软件将自动联网进行LBS定位，届时手机屏幕会显示离客户最近的5名代驾司机。点击地图上的司机名字直接呼叫，双方约定价格、时间后即可完成后下单。通过手机2步下单，司机平均几分钟后上门服务，起步价、公里数、加价价数、起止时间等信息会同步呈现在用户和司机手机上，自始至终丝毫不差。

资本看中的高效率

2012年，代驾业的竞争在移动端趋向白热化——5月，微代驾公司发布安卓手机1.0版本，10月，爱代驾手机客户端1.0版本上线，加上原本就庞大的传统代驾军团，黄宾越发感觉压力正逼近公司的每一个角落。而2012年春，艰难创业的黄宾迎来了第一个风险投资公司，具体数目是多少，深谙其道的投资经理们三缄其口。

不管怎样，这场“及时雨”让黄宾暂时松了一口气。从e代驾迅猛拓展的业务中不难发现“资本介入”的轨迹。2012年3月，e代驾已在北京、上海、重庆等6个城市完成布局，拥有超过5000名司机。20个月间这一数字被几度刷新，截至目前，已有20个城市的2万名代驾司机被招致麾下。与此同时，继e代驾2.0版本去年3月亮相后，拥有订单模式、订单轨迹跟踪等功能的3.0版本也即将面世，短短2年间，e代驾一跃成为移动APP的“排头兵”。

资本到底看重他什么呢？有互联网分析师认为，若用互联网先进的生产关系和技术尽心改造，传统产业就能发生翻天覆地的变化，这正是风投最看重的。而在IT产业内部已经产生BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）等巨头，在既要传统产业的基因，又要互联网生产关系的O2O领域，存在不小的移动发展机遇，VC在移动领域选择投资e代驾是应有之义。

VC经理们看重的，首先源自移动APP超高的效率。

重庆师傅刘星在传统代驾公司干了很多年，跳槽到e代驾后挣钱明显更快了：“过去，我们常在酒店门口‘趴活’，一也就是几个小时，每单200至300元，除去酒店经理100元提成、代驾公司100元提成，每月能挣1500元就不错。在e代驾平台下，5公里以内的起步单39元，扣除5元给e代驾的信息费，每单纯收入34元。按照每天2单保守估计，每月轻松赚2000元。”

互联网行业分析师葛甲说，移动APP用线上的技术提升了线下对接的效率，突破了传统代驾公司必须通过“呼叫中心”提供服务的瓶颈，最大限度地压缩了查找、等待时间，让代驾服务变得更加高效。

“而人气在VC看来更加必不可少。烧钱、聚人气、再赚钱的互联网发展三部曲中，聚人气是移动APP提高价格、开拓广告等后续盈利模式的必经之路。”葛甲认为，代驾市场是流动性充足的成熟市场，e代驾能否在移动端留住客户人气对未来至关重要。

对此，黄宾和他的团队洞若观火。从起步之初，e代驾就推行开放API客户端战略，谋求第三方APP合作。如今，与e代驾联姻的移动APP已达数百家，而高德地图、招商银行等“盟友”APP贡献的应用人气数量比e代驾官方网站的数量要多数百倍。

站在云端按图索骥

挣钱快在普通代驾司机看来无可非议，可仅靠微薄的信息费，e代驾的利润增长如何加速呢？从单位时间的订单数量上看，移动APP公司显然要比传统代驾多出许多，才有可能实现盈利。

凭什么？一靠大数据，二靠云计算技术。“大数据是水，云技术是渠，只有水到渠成方能实现整个移动端的高效运转。”孙洪静说，2011年诞生伊始，e代驾就建起了20人的技术团队，一方面通过移动应用技术分析客户需求、客户区域和市场走势；另一方面，把这些需求和走势信息制作成“公报”，在移动端推送给每一个“上线”的代驾司机，让他们第一时间知道哪里有需求、何时需求。

通过两年多的数据积累和在阿里云上服务器的运转，e代驾已成功测算出过去较长时间段内客户需求较高的区域和高需求人群等关键信息，再通过“云端”按图索骥就变得很轻松。

“在理想状态下，e代驾这样的移动APP能够做到‘人人为我，我为人人’，算是‘分享型经济’的代表。”e代驾市场部负责人张东鹏笑言，在可预见的未来，e代驾会将业务拓展到国内50个城市，拥有数万名签约的代驾司机。而在更远的将来，e代驾将把“分享型经济”发展到极致。

“或许这只是我们的移动梦想，但并非遥不可及。”张东鹏告诉记者，在汽车业发达的韩国，代驾生意非常火爆。目前韩国将近1万家正规代驾公司，注册的代驾司机超过30万人，每年所创造的产值超过1500亿元人民币。

如果不做货币研究，你会不会认真观察，手上每一张纸币的细节？世界各国的纸币，有的印着政治人物、有的却是巴洛克建筑；有的背面是财长签名，有的却是简单的红色印章……一张普通的纸币，是透视各国各地区不同经济、文化的重要窗口。

纸币上的有趣细节

苏雪燕

独一无二的“IN GOD WE TRUST”

如果你手头有几张世界各国的纸币，不妨拿出来仔细比较一下。如果恰好有一张美元，你会发现，美元的背后有一行别的纸币都没有的特殊的字“IN GOD WE TRUST”（意思是“我们信仰上帝”）。在纸币上印制带有宗教色彩的语言，还是有一些争议的，但是美国最高法院支持了这句格言的使用。

其实不仅宗教需要信任、信仰，货币也需要人们的“信仰”——人们只有相信某种货币会保持相对稳定，才会作为交易、持有的主要货币，或是核心储备货币。“布雷顿森林体系”崩溃后，美元与黄金脱钩，如何让世界相信脱钩后的美元仍然可以作为核心货币？——这就要大家相信美国的经济实力，以及美国平衡货币体系、保持美元稳定的能力。

时至今日，美元仍然是全球最重要的交易和储备货币。

签字还是签章？

仔细观察不同纸币上的签章，一个有意思的细节就会浮现：美元、欧元等西方国家地区的纸币上都印着其财政部长或是央行行长的亲笔签名，有一些国家的纸币上印的则是发行者或授权发行者的印章，比如人民币上是个“行长之章”，而朝鲜的货币，则签名和印章都没有。细细体会一下，是不是多多少少也反映了这些国家的传统和文化？

因为签名，还引发了一些有趣的小故事。现任美国财政部部长杰克·卢(Jack Lew)在刚获得奥巴马提名时，他怪异的签名遭到了公众的一致“吐槽”，这个签名看上去就像8个圆圈，其中首尾两个圆圈略大，根本看不出是卢的姓名。

美国的媒体说，这个签名，像是“面包圈”、又像“鬼画符”，还有网友调侃说，这“是否预示着美元将一路贬值，直到最后成为一文不值的0呢？”奥巴马对此不得不回应称：“杰克已经保证，如果他成为财政部长，要努力至少让一个字母变得可以辨认，以免造成我们国家的货币贬值。”

最后，杰克·卢不得不改变了他的签名。在杰克·卢上任后发行的第一版纸币上，他的签名已经不再是“面包圈”，而是“至少可以让人认清几个字母了”。

不过，杰克·卢并非第一个上任后被要求更换签名的财长。事实上，此前卸任财长盖特纳也曾经更改自己的签名以增加清晰度。而盖特纳的前任约翰·斯诺也表示自己作了很多尝试，才最终得到一个能够印在大量钞票上的合适的签名。

头像：政治人物还是其他？

你能在各国流动中的纸币上找到人物头像。美元上有林肯、富兰克林，人民币上有毛泽东，韩国上有“世宗大王”……主角几乎都是政治家，或是国家缔造者，或是某一时期的最高执政者。

但日元是个例外。过去的日元也是当政者的头像，但1984年以后发行的日本纸币，全部采用清一色的学者肖像，而且都采用了明治维新时期所涌现出来的各个学科领域里的领军式人物，“以此来鼓舞国民的士气”。

10000日元上的头像一直是日本教育家福泽谕吉，他被称为“日本近代教育之父”、“明治时期教育的伟大功臣”，一生用著述引导社会、提倡演说和辩论、巩固民权政治。2004年以前5000日元上的头像是日本教育家新渡户稻造，2004年新版日元上的头像则为明治时期的女作家樋口一叶，她被认为是日本近代批判现实主义文学早期开拓者之一。1000日元上的头像前后则是日本小说家夏目漱石和日本医学家野口英二。

2000年，日本新发行的2000日元纸币背面的图案选自源氏物语画册中主人公光源氏父子相见的场面，另外还配有源氏物语作者紫式部的肖像。有许多评论说，日本新纸币的社会文化意义要大于其经济意义——它委婉地表达了日本在保持经济大国地位的同时，致力于成为文化大国并最终跻身政治大国行列的意愿。

本刊执行主编 刘涇
编辑 谢慧 常艳军 陈果静
联系邮箱 jrbim@live.cn

平心而论

一过元旦，马年的春节就近了。网络上流传着一幅人气颇高的拜年帖：一匹卡通马，驮着几捆百元大钞，寓意“马上有钱”。“马上有钱”，大概是眼下资金市场里最讨人喜欢的口彩了。2013年末，虽然央行反复表态流动性上“不差钱”，可又是SLO、又是逆回购地几千亿砸进去，才算让高息的隔夜利率稍许回落。

钱“贵”了，这个趋势近来表现得越来越明显。从SHIBOR到国债利率、信用债利率，再到理财、资管、信托、货基等的收益率，真实的市场化利率水平其实一直在上涨。

利率是资金的价格。随着利率市场化的推进，金融业务的创新，银行难以再继续大量占用廉价资金，贷款利率也水涨船高，短期内存贷款利率双双上行是预期中的事。按照经济

这么贵的钱去哪儿了

齐平

学的说法，作为一种商品的资金，其供给和需求会在某个价位达成均衡。利率高到资金回报无利可图，需求自然就会下降，流动性应该随之收缩。但现在令人费解的现象是：虽然利率已经到了大家都喊“受不了”的程度，还是有不断的需求将之进一步推高。

目前各银行一年期贷款利率普遍超过7%，从影子银行渠道融资的成本更高。对于多数从事制造业的企业来说，一般能有10%毛利已是不错的水平，除去工资、折旧等开支，能否“裹住”资金成本是个疑问。

凭常识推断，依然有实力“抢钱”并推高利率水平的是两种“土豪”：一种是钱来得容易的；一种是对利率不敏感的。前者以房地产企业为代表，后者以地方政府融资平台为代表。据统计，在2013年前3

季度社会融资规模同比增加的2.2万亿元中，有三分之二以上流向了房地产和地方政府融资平台。

本来这些长期投资的领域，并非短钱资金理想去处。但各路资金供给方通过玩转“期限错配”攻克了这个难题。像短贷长投，将短期资金配置到长线项目以获取高额回报；像借新还旧，对到期债务进行展期来应付滚动存量债务的流动性需求。

作为经济主体，将资源配置到最能产生效益的地方无可厚非。但随着宏观经济进入转型期，下行压力加大，这些领域的风险点也在逐渐暴露。结构失衡加上期限扭曲，增添了资金链的脆弱性。

还有一种去处尤为令人不安：一些资金只是在金融体系内自我循环“钱生钱”，没

有真正进入到实体经济。否则难以解释为什么我们有超百万亿广义货币总量、有增幅超过GDP的社会融资总量，仍时不时“钱慌”。

钱贵了，对于习惯在流动性宽松的温水中泡澡的企业和银行，管理部门和各级政府，乃至普通百姓，都是个考验，需要补上资产负债和风险控制的相关课程。

近来手头有点闲钱的小投资者有福了。银行理财年化收益率6%以上的比比皆是，这个“宝”、那个“宝”的年化收益率基本进入了“8时代”，更别提那些门槛高、收益也高高的信托产品。但在喜大普奔、呼朋唤友之前，搞清楚背后挂了什么也很重要。别让马儿驮着钞票在咱眼前空跑一圈。