

一地暂停网约车“办证” 多地发饱和风险预警

没事做,就去开网约车?有这种想法的你需要注意了!

5月5日,三亚市交通运输局发布通知称,近年来,三亚市网约车平台及网约车数量快速增长,运力趋于饱和,违规经营现象突出。为进一步维护网约车行业市场秩序,保障乘客和其他经营者的合法权益,决定暂停受理网约车经营许可及运输证核发业务。

实际上,三亚市早在2020年就发布了网约车市场投资风险预警的通告。在三亚之后,济南、温州、东莞也曾发布网约车饱和的提示。而据最新数据显示,到2022年底,我国网约车司机人数大概达到670万人。

而在此情况下,单车日均接单量下降、司机工作强度增大、交通拥堵等问题也逐渐显现。

三亚暂停网约车经营许可证核发 2020年底就曾提示饱和风险

据三亚市交通局通知,近年来,三亚市网约车平台及网约车数量快速增长,运力趋于饱和,违规经营现象突出。为进一步维护网约车行业市场秩序,保障乘客和其他经营者的合法权益,经研究,决定暂停受理网约车经营许可及运输证核发业务。具体通告如下:

一、自2023年5月5日零时起,暂停受理网约车经营许可及运输证核发业务。此前已受理的业务,将按照正常流程办理。

二、2023年5月5日零时前,已开具变更行驶证使用性质函的车辆所有人,请于2023年5月31日前向市政务中心综合窗口或通过手机“一鹿快办”小程序提交办理网约车运输证的申请材料,逾期不予受理。

下一步,三亚市交通运输局将对我市网约车行业运力规模进行评估,根据评估结果科学制定网约车运力发展规划。相关业务恢复时间,另行通知。

值得注意的是,早在2020年11月,三亚市就提示了网约车市场的饱和风险。彼时,三亚市交通局称,截至2020年10月20日,三亚市巡游出租汽车企业共6家,巡游出租汽车保有量为2550辆;网约车



平台公司共48家,网约车保有量为5100辆。申请从事网约车经营和申请办理网约车运输证的仍在持续增加。

网约车平台公司和持有网约车运输证的车辆数量较多,希望有意从事网约车经营的人员、企业,认真开展市场调查,充分进行可行性研究,科学规避投资风险。

接单少收入达不到预期 多地提示网约车饱和风险

除了三亚市的网约车饱和,实际上,温州、珠海、东莞等城市此前也都发布过网约车市场的风险预警。另外,广州、南京、银川、太原、兰州等城市已明确对网约车数量进行管控。

据媒体今年4月报道,东莞市2023年第一季度出租汽车市场运行指标监测信息出炉。今年1-3月,全市网约车的数量增加了2000多辆,司机的接单量却日益下降、工作强度增加,近八成车辆每天接单不足10单。

近段时间,有不少此前已进入行业的网约车驾驶员因收入不符合预期而选择主动退出网约车行业。第一季度,东莞市共有1665辆网约车退出营

运,其中个人车辆454辆。

“东莞市的网约车运力目前已接近饱和,网约车行业收入可能达不到很多人的预期,收入情况很可能不如网约车平台所描绘的那么美好,请勿盲目进入。”东莞市交通运输部门提醒。

据媒体报道,温州市交通运输部门日前发布2022年温州市网约车服务质量测评结果及市场动态,网约车服务质量总体情况良好,但运力正趋于饱和,9000余名新增持证驾驶员未实际上岗。

“车辆和驾驶员的进出情况反映出我市网约车运力趋于饱和,大部分新增驾驶员在对行业了解不深的情况下,参加从业资格证考试,后又由于收入不及预期、无法适应工作等各种原因退出了网约车行业。”温州市交通运输部门有关负责人介绍。

4月6日,济南市城乡交通运输局官网发布《关于济南市网络预约出租汽车行业风险预警的通知》。据了解,目前,济南共注册69家网约车平台企业,取得网约车从业资格证的驾驶员有三万五千余人,根据统计数据测算,目前网约车单车日均接单量不足10单,济南网约车市场运力已基本饱和。

目前济南私家车保有量逐年增加,部分网约

赛迪顾问:2026年中国数据量将位居全球第一

赛迪顾问日前发布的《中国数据安全防护与治理市场研究报告(2023)》(下称“报告”)显示,中国数字经济规模已达50万亿元,2026年中国数据量将位居全球第一。

报告称,从2017年至2022年,中国数字经济规模从27.2万亿元增长到50万亿元,五年间规模将近翻倍,数字产业化和产业数字化的占比也逐年增多,数字经济已经成为中国经济发展的核心组成部分。

数字资源已成为重要的生产要素。报告显示,

中国的数据量在2017年到2021年,从2.3ZB(十万亿亿字节)增长到6.6ZB,预计在2026年达到23.5ZB,将位居全球第一,且未来依然保持爆发式增长。

数据成为社会重要资产的同时,数据泄露事件也在频发,加上数据应用场景的复杂化与数据本身广泛性、分散性、复杂性、多样性的特点,进一步加剧了数据资产发现和梳理、数据分级分类、权限管控、合规分析等数据安全难题。

报告显示,中国数据安全防护与治理市场近几

城市分化明显,房企花式促销难救“五一”楼市

“刷了一天朋友圈,愣是一条喜报也没见着。可想而知,这个‘五一’成交得多一般啊。”小李在深圳一家房企负责营销,“五一”劳动节小长假后复工的第一天,他想要了解其他房企的销售情况,发现大家的成绩普遍惨淡。

在旅游出行无比热闹的“五一”假期之中,房地产行业的平静显得有些“与世无争”。根据中指数据,2023年“五一”期间(4月29日-5月3日),代表城市成交规模较去年“五一”假期增长约25%,其中多个城市受低基数影响,同比增幅较大,但整体较2019年同期降幅仍超两成;一线城市中,北京相比去年的成交降幅甚至超过六成。

“五一”楼市表现平淡,在从业者的预期之内。“人都出去玩了,谁会‘五一’去看房呢?”一位广州房企的人士告诉记者。

今年第二季度以来,楼市在一季度迎来短暂小阳春后转向平淡,成交续跌。“五一”楼市的表现,也是这种行情的延续。不过,政策面对市场表现已有一定反应,一线城市部分区域也率先做出微调。

促销无改颓势

备战“五一”,开发商并非没有付出努力。为了促进成交,开发商们可都是真金白银地在干活。

据招商蛇口深圳公司发布消息,“五一”期间,招商蛇口在深圳的三个在售楼盘一共推出100套特价房源,让利金额累计约1亿元。其中,优惠力度较高的是南山蛇口公寓项目太子湾·泓玺项目,推出了5套一口价房源,最高优惠187万元。

万科各地也有方式不同程度不同的促销方式。例如,无锡万科在“五一”期间每个在售项目均推出了10套特价房源,且还有万元购房优惠券放送,此外还推出了5个月无忧退房的“购房保障”;东莞万科旗下有项目则针对个体户给出特定的优惠,针对个体户经营最高可享42万优惠。

龙头房企优惠不断,中型房企也不甘落后。

可供参考的例子是,卓越推出的“五一”购房节通过线上发布购房券,58元即可抢购5888元的购房抵用券或选择价值10088元京东家电礼包,同时部分案场将每日发布特惠房源、购买指定房源即可赠送车位等手段。

“现在这行情,让利是真的有用。但促销手段也可以多变一些,不单是降价,你只要让购房者感觉到买值了就行。”上述深圳房企营销人士表示。

即便房企促销风风火火,但实际成交却并不亮眼。

据各大房企城市公司所发布的“五一”营销简报,其中招商蛇口深圳公司“五一”期间的销售额是3.6亿元;卓越广州公司的销售额则是3.2亿元,认购数量是140套。这已经是成交较好的水平,更多的房企选择不公布销售情况,原因是“不好不坏,没有值得说的地方”。

据记者从多家房企处了解到的信息,无论是龙头房企抑或是区域型的房企,其普遍完成率都与预期有一定差距。“比去年肯定是好很多,比4月也要好些,同比去年涨个40%不成问题。问题就是去年基数低,完成率现在看也好不了太多。”一家TOP20房企的人士告诉记者。

“‘五一’就有一个数据比较好。就是来访量虽然降了不少,但成交还行,转化率还可以。但不是因为市场好起来,而是因为‘五一’能忍住不出去玩还来看房的人,那多半是需求很强烈的,所以才有这结果。”一位深圳房企的总部人士对记者表示。

分化趋势持续

房企的感受是当前各大城市楼市基本面情况的映射。

据中指院监测数据,“五一”期间,北京商品住宅网签仅114套,成交面积为1.40万平方米,较去年“五一”假期降幅超六成;上海保持活跃,项目到访量相比节前明显增加;广州相比4月份有明显提升,而成交方面,除个别项目去化较好外,整体去化水平一般;深圳虽然优惠力度增加,但成交量并未取得预期效果,当前楼市信心

年快速增长,2022年中国数据安全防护与治理市场的规模已经达到了1184亿元,增速高于网络安全整体市场的增速。从产品结构来看,密码类、防护类的产品居多,以合规性的产品为主;从行业上看,政府、金融、电信行业居多,如隐私计算平台与数据管控平台等。

报告认为,未来,人工智能、大数据、区块链、隐私计算等一些新兴技术将不断赋能数据安全资产识别、风险识别、态势感知等能力,是未来数据安全的重点研发领域。

据《中国新闻网》

仍没有恢复。

更为直观的数据是,新推售的房源去化十分一般。克而瑞统计数据显示,“五一”期间,广州全市3155套推新货量中仅录得466套去化,整体去化率15%,同比两年均显冷清。

事实上,一线城市楼市已经算是平淡中有些许亮点区域。此前一度火爆的一些热点城市,热度消退得更加强烈。

以武汉为例,进入4月以来,武汉楼市整体成交量和3月相比,下滑明显。据安居援引武汉住建局统计数据显示,今年4月,武汉住宅成交7487套,相比3月武汉新房住宅整体成交14643套,环比下降了约49%,同比下降了约22%。

这种趋势在“五一”期间也无好转。

“我们项目分销给到了9个点,把整个区域客户都拉过来,整个‘五一’期间就卖了20多套,这在整个片区就是最多的了,占到了近五成。”一位武汉项目负责营销的人士对记者表示。

从当前市场的现状判断,楼市回归并企稳的趋势,仍待确认。

根据克而瑞研究中心统计数据,刚刚过去的4月,全国30个重点城市新增商品住宅供应1333万平方米,环比下降35%,同比下降19%;成交1642万平方米,环比下降27%,同比增长37%,仅北京、深圳、成都、西安4城环比尚能保持增势,市场复苏动能略显不足。

中指院则分析认为,各地因施策持续跟进,核心一二线城市亦在优化需求端政策,如杭州钱塘区、临平区全域纳入差异化限购,外地户籍只需1个月社保即可购房,北京房山区加大人才引进力度等。短期来看,稳定购房者置业信心和预期仍是促进房地产市场恢复的关键。

中指院续称,从市场节奏和供应角度看,4月中下旬重点城市批准上市面积保持在高位,供给支撑下,预计5月新房销售将保持一定规模,但城市分化行情加剧,热点城市在供给放量、土拍情绪上升等因素带动下市场活跃度有望保持,而多数城市市场调整压力仍然较大。

供稿:《21世纪经济报道》

车平台公司因订单少致车辆闲置,部分巡游车也难以实现预期收益而无人承运,建议有意从事网约车经营的企业认真调研市场、深入了解政策、谨慎投资济南市网约车市场,以免造成经济损失。

全国网约车司机约670万人 开得累挣得少是常态

据交通运输部公众号,网约车监管信息交互系统统计显示,截至2023年3月31日,全国共有307家网约车平台公司取得网约车平台经营许可,环比增加4家;各地共发放网约车驾驶员证522.9万本、车辆运输证2250万本,环比分别增长1.0%、2.7%。网约车监管信息交互系统3月份共收到订单信息7.16亿单,环比上升9.7%。

4月27日,《共享经济蓝皮书:中国共享出行报告(2022-2023)》发布。到2022年底,网约车司机人数大概达到670万人,租赁汽车数量预计超150万辆。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任、教授纪雪洪介绍,预计2022年以网约车、互联网租赁自动车、租赁自动车为代表的共享出行服务人次超过300亿。而在传统城市出行方式中,预计2022年全国城市客运量为700亿-800亿人次。共享出行规模已与公共汽电车相当。

4月12日,根据媒体报道,近日乘联会秘书长崔东树表示,“北京主要是网约车带来的拥堵,北京的限行政策应该是大面积取消的。而对这种要采取有效的制约,尤其是网约出租这种低成本的出行,要给予强力的成本提升,改变出租网约车成本过低、使用过滥的情况。过去北京就有6万辆出租车,现在网约车又出来了几十万辆,至少20万辆以上吧。600万车里可能有20万的网约车,一天15个小时在路上跑,而我们的私车可能一天就2个小时在路上,1辆网约车相当于8辆私家车对道路的占用。网约车的运行成本又相对偏低,在北京什么都很贵但是打车很便宜,我们燃油车用户交了巨额的税收,又没有享受到合理的权益,我认为这是完全不对的。”

业内人士称,从全国范围内行业发展情况来看,网约车数量过多,人均接单量自然会减少,司机为了多挣钱选择延长工作时间来增加接单量,久而久之,不仅对司机的身体造成伤害,疲劳驾驶对交通安全也是很大的隐患。

供稿:《每日经济新闻》

特斯拉一周两涨 意在扭转降价预期?

一周之内,特斯拉对中国市场全部在售车型进行了价格上涨调整。5月5日,特斯拉中国官网显示,全新Model S及全新Model X全系车型上调售价1.90万元。

Model S和Model X是特斯拉最早推出的两款车型,也是目前尚未实现国产化的两款特斯拉车型。今年1月,特斯拉公布了全新的Model S和Model X售价,分别为78.99万元起和87.99万元起。根据官方微博,特斯拉在3月底开始交付新款车型。

作为销量的绝对主力,Model 3和Model Y也是特斯拉每次调价的必选项,就在几天前,Model 3和Model Y在中国市场的起售价均上涨2000元。

在本轮涨价前,特斯拉一直在全球范围内通过降价的方式打响价格战。今年1月6日,特斯拉中国全系车型迎来大降价,降幅从6%至13.5%不等。降价效果立竿见影,今年第一季度,特斯拉中国总销量为2293万辆,同比增长21%。然而,硬币的另一面是盈利同比降超20%。

在一季度财报发布会后的业绩电话会上,特斯拉CEO马斯克和其他特斯拉高管一致认为,相较营收和利润,短期内推动更高的销量和更大的规模才是特斯拉的当务之急。

此次特斯拉在中国市场短时间内两次提价,结合马斯克此前的表态,令许多对特斯拉持观望态度的潜在消费者感到意外,但特斯拉价格策略的起伏背后很可能并非心血来潮。

中国人民大学国际货币研究所研究员陈佳在接受媒体采访时曾表示,“特斯拉当初能在‘国补’退坡且电池成本还在高位的关键时期逆势启动价格战,足以说明它对中国市场格局的变化以及自身定价能力有多大、能够支撑多久的价格战甚至对手的跟进策略都做足了研究。”

换言之,特斯拉有信心做搅动中国市场的“鲶鱼”。基于特斯拉的品牌影响力,它的一举一动都会备受瞩目,甚至引导一批汽车制造商效仿。特斯拉此轮价格涨幅并不明显,更像是扭转外界的降价预期。

也有观点并不赞同特斯拉在中国市场具有如此高的能量。今年4月,蔚来汽车董事长李斌出席2023中国电动汽车百人会论坛时称,特斯拉在中国并没有定价权。“特斯拉在美国市场具有定价权,因为其拥有60%至70%的市场份额,但在中国,特斯拉只有7%的份额。”

无论外界对特斯拉的价格调整做出了怎样的猜测,马斯克公开的表态是特斯拉的售价由成本和原材料价格决定。但特斯拉此轮价格变动与原材料价格走势并不吻合,今年以来碳酸锂价格不断走低,已有国内新能源汽车企业因此进行了降价。分析指出,今年二季度国际锂价或是年内低点,电池级碳酸锂价格有望于15万元/吨至20万元/吨附近止跌企稳。

综合