

6 调查 Investigations

企业“任性”还是管理“粗暴”？

——安徽六安“最短命”共享单车事件调查

程士华 周琳

刚刚投放的共享单车，当天中午即遭清收拉走，被网友调侃为“史上最短命”共享单车，这是近日发生在安徽省六安市的一起事件。究竟是企业未经政府同意投放车辆“太任性”，还是当地城管部门思维僵化管理“太粗暴”？单车管理是要先审批，还是先试水？如何避免对抗、寻找交集？新华社“中国网事”记者就此进行了调查。

投放当日即遭清收
安徽六安现“最短命”单车

6月7日是摩拜单车在安徽省六安市投放运营的第一天，但当天中午，就有部分共享单车遭到清理被集中拉走，被网友调侃为“史上最短命”的共享单车。

摩拜单车公司安徽区有关负责人说，7日中午，公司运营专员在其客户端发现部分车辆状态异常，在无人使用骑行的情况下，先后有100多辆车被集中到了一家公司仓库内。经询问，对方是一家名为“永安行”的经营共享单车公司，该公司在市区内多个停放点搜集清理摩拜单车。

该负责人说，摩拜单车与永安行进行了交涉，希望讨回车辆被拒绝，对方称受城管委托清理单车，“但是一家企业怎么可能代替城管部门开展执法，而且还是同行业竞争对手？这明显有违常识。我们公司立即报警，在公安机关的介入下，对方被迫退还了车辆。”

当天下午，六安市城管局官方微博账号发布一篇名为《关于共享单车有关问题的通告》称，共享单车的营运属于企业经营行为，但其经营却占用了城市道路与市政公共设施，造成企业利益与社会公共利益冲突，这给城市管理和市民权益保护增加了难度。

该通告表示，结合六安市城区道路情况，如未经论证、审批，共享单车就大量投放营运，将给城市交通、城市市容市貌、市政设施管理带来极大影响。截至目前，在六安市投放共享单车的营运方，未向政府报备、论证、规划、审批，就擅自占用城市公共场地进行营运，违反了《安徽省市政设施管理条例》相关规定，且共享单车营运方在单车管理措施不配套、管理机制不完善、选址不科学的情况下，随意投放共享单车，会给市区带来一系列管理问题。为此，城管部门将依法对已投放车辆进行处理。

嘴上说真诚欢迎
实际操作陷入“死结”

记者调查获悉，六安市城管局要求共享单车企业走审批流程后，才能允许进入。但是，企业跑了多个部门，却找不到哪个部门来审批、审批哪些内容，以城市管理为名设置的审批要求，却成为了让企业卡壳的现实难题。

六安市城管局办公室副主任江自斌说，8日上午，城管局与摩拜公司专门就此问题进



行了座谈协商，城管部门对共享单车进入六安是欢迎的，但必须经过相关审批，符合相关规定。同时，城管部门建议摩拜单车公司前往六安市行政服务中心办理审批手续。

摩拜单车安徽区相关负责人表示，城管部门态度很明确，未经审批不允许进入。该公司按城管要求，前往六安市行政服务中心，先到综合服务窗口，被告知需要去找行政审批部门。但是，行政审批说此事不归他们，让去找总服务台。但总服务台建议还是要找城管。“公司处境尴尬，审批流程成了死循环。”该负责人说，成功审批希望渺茫，因为目前公司已经不知道要找谁批、审什么。

记者就此事联系江自斌和六安市城管局副局长刘斌。江自斌说，摩拜单车需要找哪个部门审批、需要具体办理什么手续，符合什么具体规定标准，他自己也无法明确告知记者。此事还涉及规划、交通、交警等多个部门，不是城管一家就能决定的。另外，还需要通过网络征求市民意见。

“市区突然出现很多共享单车，是谁投放的车子？不知道。是谁批准的？也不知道。”刘斌表示，共享单车是占道经营，占用公用资源，是违规的。必须经过批准。而且，六安市此前已经建了公共自行车租赁系统，政府一期投资4000多万元，去年已经投入使用。经研究，城管局发出了通报，决定对摩拜单车进行处理。

布局近百个城市的共享单车企业，为何偏偏在安徽六安“卡壳”了？摩拜单车安徽区有关负责人表示，共享单车是个新生事物，哪个部门审批、审批哪些内容等，不同的地方要求不同，有的地方城管负责，有的是市容局，摩拜单车已经在全国布局了90多个城市，从没遇到过类似安徽六安的问题。此前公司虽

然没拿到正式批文，但与城管局领导进行了非正式沟通，但是不明白为何投放后出现如此大的反差。

有网友说，如果政府设置的市场准入标准明确，企业就很好办，就怕一些地方官员嘴上说真诚欢迎，实际中处处设卡，企业一头雾水，跑一圈也办不成事。

从企业躲迷藏、政府“停禁扣”，走向寻找“共同交集”

究竟共享单车不属于占道经营？“对于共享单车这一新生事物，采取什么样的城市管理手段，关键在于对单车如何定位。”同济大学公共管理系主任诸大建认为，如果将其定位为完全的营运行为，占道就不合法；但如果将其定位为市场的行为解决了公共服务，那么现有制度则有调整的空间。

交通运输部管理干部学院教授张柱庭认为，公共产品是向公众、社会开放的。从这个角度看，单车公司提供了公共服务也是企业经营行为，不能因为单车公司收费，就叫占道经营，这是有争议的。否则，那不是公交车道路上跑，也属于占道？普通人骑车上上班赚了钱，也属占道？

日前公布的交通运输部牵头、10个部委起草的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（征求意见稿）》表示，互联网租赁自行车是城市绿色交通系统的组成部分，是方便公众短距离出行和公共交通接驳换乘的重要手段。

作为绿色交通，共享单车既不是“纯公共”产品，又不是“纯私人”产品。诸大建认为，新生事物和现行制度有一定的冲突，需要的其实是包容。无论是企业只管生不管养，还是

政府只处理不规范，这种“猫捉老鼠”式的对抗，并不利于从共享走向共赢。

多位专家认为，依法行政是城市管理的基本底线。只有寻找出管理中的“最大公约数”，考虑其两重性，才能让这一便民创新的举措走到最后；同时确立准入标准，避免出现运营乱、质量差等行业乱象。

“企业应告别‘躲迷藏’，从投放走向运营，把单车作为一种线下运维服务，将50%的力量放到运营上；政府应告别‘停禁扣’，从处理走向沟通，将以前投在公共自行车上的力量转移到对共享单车的管理上。”诸大建说。

张柱庭认为，共享单车的监管，要找到基本的坐标。我国节约能源法中明确规定，鼓励使用非机动车出行，目前对共享单车的规定，都是“鼓励”为先。而且，“这么新鲜的东西，从来没有立过法，哪来禁止一说呢？如果要设立行政许可方可进入，也需更高层面，而非一地一议”。

张柱庭说，从深化改革的大背景下，慢行系统、绿色交通是公共交通的一部分，过去通过行政力量一直很难健全，通过这次“互联网+”的方式基本解决了。“对于运行中出现的一些问题，可以靠企业自我修复来解决，并不是一有问题政府就上来制止，政府管理监督企业，督促企业自行修复、不断完善，而非一禁了之。”

有网友认为，一方面，当地政府投入4000多万元建设自行车公共租赁服务；另一方面，却对不需要政府花一分钱的共享单车拒之门外，背后的原因是什么？是政府部门仅仅出于公共利益的目的，还是有其他原因？永安行公司可以打着城管名义去清收竞争对手的车辆吗？这些盘旋在公众心中的疑问，需要有明确的回应。

隐私面单普及率不到20%
防个人信息“裸奔”还在路上

何欣荣 龚雯

不少人最近在朋友圈“吐槽”，称收到快递时发现自己的个人信息又在快递单上“裸奔”。而今年以来，一些快递企业已经开始实施“隐私面单”——用户的姓名、手机号和地址等信息做加密处理。这种俗称的“隐私面单”到底用得怎么样了？记者对此作了调查。

回顾：
快递企业积极推动隐私面单

近年来，写满了个人信息的快递面单的安全问题备受关注。邮政管理部门会定期召集企业集中销毁快递面单，网上也随处可见防面单信息泄露的招数，包括用剪刀裁剪、用修正液覆盖、用花露水稀释字体等。

为帮助消费者减少个人信息“裸奔”的忧虑，隐私面单应运而生，成为诸多快递企业的选择。

京东去年就推出“微笑面单”，在包裹生成时，用技术手段部分隐藏用户的姓名（只显示姓）和手机号（中间四位隐藏）信息，以萌萌的笑脸代替，以达到保护用户隐私的作用。

圆通速递今年1月推出“隐形面单”，实现对用户手机号、姓名和地址等信息的加密处理。“尽管面单上不显示用户的完整手机号码，但快递员可以通过企业自主研发的APP，直接拨号至收件人，安全高效地联系用户。”圆通速递研发中心高级总监谭书华说。

阿里旗下物流数据平台菜鸟网络，今年5月中旬联手EMS、百世快递、中通快递、申通快递等，共同推动使用“隐私面单”，将面单上用户电话号码的中间四位用符号*代替。而快递巨头顺丰，也在5月宣布试点新版“丰密面单”。除隐藏姓名、电话等敏感字段，客户的地址信息也用编码代替。

中国快递协会原副秘书长、国邮智库专家邵钟林说，隐私面单目前没有国家标准，也不强制要求使用。快递企业自发探索隐私面单，保护客户信息安全，体现了行业的进步。

调查：两大因素导致普及率不高

尽管看上去不错，但隐私面单的普及率非常有限。

记者在北京一家单位的收发室内，看到大约25件快递，其中有8件属于隐私面单。有的集中，有的则分散。比如，一堆9件里件隐私面单都没有，另一堆12件里有7件是隐私面单。在上海一家单位的收发室里，14件快递里没有一件使用隐私面单。

“个人估计，隐私面单目前的普及率不到20%。”快递物流咨询网首席顾问徐勇表示。

普及率为何不高？技术推广是一大因素。菜鸟方面表示，目前的隐私面单依托于电子面单和云打印技术。网购用户能否收到贴有隐私面单的快递，取决于商家是否安装云打印组件。

一家电商平台职员告诉记者，在面单个人信息被隐藏的情况下，配送员依赖于平台自主研发的APP联系用户。6月进入销售旺季后，为保证用户尽快收到心仪商品，引入大量众包运力进行配送。众包的配送员无法登陆和使用专有APP，因此暂停了隐私面单的使用。

除了技术推广，快递员和用户的使用习惯也制约了隐私面单的普及。

邵钟林分析，对于快递员来说，原来照着快递单就能联系用户。使用隐私面单后，先要用手持终端扫一扫，然后在APP里查询用户信息，这有可能增加快递员的工作量。

对于用户来说，现在大量的快递是被送到单位和小区的收发室，以及小区的物流驿站。“快递多的时候，面单信息又不是很全，找起来就比较麻烦。碰到同姓的情况，有时候傻傻分不清。”上海的潘先生说。

专家：
防信息泄露得着力抓好源头

隐私面单的使用，固然减少了信息泄露的概率。但其对信息安全的保护作用，不少人认为，不能忽略，也不能高估。

有网友在社交平台上说：“真的信息泄露，有几起是靠人对着快递单一张张抄的？那样成本也太高了。更多的情况，都是在系统内部被上万条地被买卖的。”

徐勇也认为，隐私面单这种技术国外早就有，比如在美国，主要是少数大客户用，面单上就是一个二维码，个人用户用得不多。他认为，要防止个人信息泄露，必须从源头的电商商家抓起。快递公司也要肩负起责任，对后台数据库实行严格管理。

事实上，对于贩卖个人信息，法规之网正越织越密。根据最高法、最高检最新发布的司法解释，公民个人信息包括姓名、身份证件号码、通信通讯联系方式、住址、账号密码、财产状况、行踪轨迹等。按照信息的重要程度，解释分别设置了“五十条以上”“五百条以上”“五千条以上”的入罪标准，对侵犯者可处三年以上有期徒刑或者拘役。

此外，行业自律也在加强。比如，多家快递企业共同建设的快递业征信管理系统，已纳入了约3万人的信用信息。如果再发生快递员监守自盗、泄露和贩卖客户信息，将会进入“黑名单”，在行业内就难以立足。

智能网联车如何走通“中国道路”？

——上海借三个“全球领先”探索三大突破

俞铮 薛颖 李荣

6月举行的国际电动汽车示范城市及产业发展论坛传出中国新能源汽车的三个“全球领先”：上海成为全球新能源车保有量最大的城市、全球新能源车分时租赁规模最大的城市、上海嘉定建成全球领先的国家智能网联汽车测试区域。

凭三个“全球领先”，上海正探索三大机制突破：巨大保有量背后凭借大数据实现城市精细化管理，分时租赁引领“分享生活”，智能网联汽车有序融入现代化汽车社会。

让新能源车
从“原点”驶入大数据平台

在国际电动汽车示范城市中，上海是中国唯一的示范城市，电动汽车已经超过12万辆。大数据是未来城市精细化管理的一大核心因素和基础性资源。新能源车应该在“原点”第一时间“驶入”大数据平台。

上海在新能源车“导入期”的“原点”上，就前瞻性地建立了上海新能源汽车数据采集与分析展示系统，其网络规模、数据量、接入企业数、车型数、行驶总里程数，都已达到全球第一。

上海新能源汽车数据采集与分析展示系统大屏幕上的热力图，呈现着分时租赁电动汽车在崇明区、奉贤区、同济大学嘉定校区、奉贤家具市场等网点、租车率的变化。

可在大数据平台上进一步开发新能源车电池老化等的预警功能，这将对城市交通安全做出新的贡献。

让“绿色+共享”
形成“双倍”低碳效应

未来的汽车社会，可以“绿色+共享”破解交通困局，实现“双倍”的低碳效应。

负责上海嘉定国际示范区整体运营的上海国际汽车城集团，自2015年起打造电动汽车分时租赁商业模式——环球车享(EV-CARD)，现已进入全国24个城市，拥有3600多个租还热点、8428辆运营车辆、63万名注册会员、50万笔月订单。环球车享只用了两年，就在运营车辆、用户数量、租赁网点、电动化率等指标上实现了全球第一。

环球车享会员全程自助，使用手机定位、解锁、支付。据了解，目前每5秒就有一个客户下单用车，后面的使用者给前者打分，在车上丢弃垃圾、污损破坏车辆等行为会遭差评，据此建立用户信用体系。

同济大学汽车学院教授朱西产说，汽车已从奢侈品成为普通消费品，资源、道路、环境等限制，使共享、分时最有可能成为解决之道。新能源车的“绿色之路”与分时租赁相结合，可以在解决私人交通的同时减少汽车保有量。

上海国际汽车城集团董事长荣文伟说，新能源车分时租赁模式既有低碳节能、缓解拥堵的公益特性，又是充满希望的商业模式。“我们在上海至少三个区已经赚钱，明年有望在全市实现盈利。”

嘉定区委书记马春雷说：“过去30年，汽车改变了嘉定；未来30年，嘉定要为汽车产

业的进步与发展做出贡献。”

让智能网联车试行“中国道路”

“中国制造2025”把智能网联汽车列为重点发展方向，工信部在嘉定建立国家智能网联汽车(上海)试点示范区。在示范区封闭测试区，可以为自动驾驶汽车和网联汽车等提供100多种场景的测试验证，成为国内智能网联汽车测试能力最全、技术水平最高的测试场地，在全球也属领先。

记者搭乘上汽集团自动驾驶汽车，体验了车道保持、自动换道、自动调头、自主泊车等动作，感受了自动驾驶汽车在复杂环境下的感知、智能决策、协同控制和执行等功能。

根据规划，嘉定示范区还将打造27平方公里的开放道路测试区域，预计到2020年，示范道路将从嘉定安亭直通虹桥交通枢纽，探索智能网联汽车如何有序融入现代化汽车社会。

据统计，2016年，中国市场汽车销量

