

腾讯联姻“58 同城” 抱得美人归？

■ 本报 蒋二二 报道

6 月 29 日，中国分类信息平台 58 同城和腾讯宣布了“结盟”协议，腾讯投资 7.36 亿美元获得 58 同城 19.9% 的股份。此次大额资本运作案，是继腾讯投资滴滴打车和大众点评之后，再次出手布局 O2O 领域。

对于腾讯与 58 的这次联姻，业内普遍有两种观点：一种认为腾讯看中了 58 同城的本地商家资源，而 58 则需要支付工具来形成 O2O 闭环。另一种相反的观点则认为，58 在走向腾讯阵营后，必然会被其 PC 端主要合作伙伴百度冷落，这也导致了 58 当日股价的小幅走低。

腾讯 7.36 亿美元入股 58 同城

在本次交易中，腾讯将以每股 20 美元的价格购买 58 同城的 36,805,000 股 A 类和 B 类普通股。58 同城的每份美国存托凭证相当于 2 股普通股，腾讯的购买价格相当于每份美国存托凭证 40 美元，低于 58 同城 6 月 27 日收盘的美股 54.90 美元的价格。58 同城将用部分融资金额向上市前投资人回购 27,603,750 股普通股。

交易完成后腾讯成为 58 同城的第二大股东，第一大机构股东；而 58 同城创始人姚劲波及管理团队仍为第一大股东。另外，姚劲波及其管理团队依然具有超级投票权，而腾讯仅享有 15% 投票权。而腾讯入股 58 同城大约二成股份，与其此前入股搜狗、大众点评、京东、乐居的策略一致，即作为战略投资者给予盟友独立的公司决策权。而姚劲波也表示，新董事会 8 个席位中腾讯会占一个。

58 同城 CEO 姚劲波随后在微博中透露，整个交易从开始到完成只耗时 10 天，属于闪婚。姚劲波此后接受记者采访时表示，这个闪婚速度不光外界惊讶，连自己公司高管都很惊讶。据了解，此次入股后 58 同城将获得来自腾讯 QQ、微信、QQ.com 以及 QQ 浏览器等各个平台的流量，腾讯将在上述平台整合 58 同城的本地服务。

腾讯为何相上了 58？

腾讯此次选择战略入股 58 同城的主要原因，虽然目前没有正式回应，但不可否认的是其对 58 同城目前在行业及未来发展看好。

58 同城上市后，面临着一些过去投资人退出的问题，腾讯正是抓住这个机会切入的，7.36 亿美元不算一个小数目，因为 58 同城 2013 财年总营收为 1.457 亿美元，净利润 1960 万美元，按照这个利润需要二十年都赚不回投资的本钱来。所以，腾讯这个投资也算是一种战略投资，也算是为腾讯微生活的失败埋单，用投资为自己的 O2O 生活电商领域的生态建设铺路。

其次，58 同城能很好的转化腾讯移动流量。互联网生意本质还是一门流量生意，腾讯除了微信、手机 qq 这两大移动社交流量重磅产品之外，浏览器和腾讯网的移动流量也是非常庞大。

不可否认的是，当前百度在 PC 流量领域还是绝对的主宰，58 如若选择和百度合作，在 PC 流量分发上的确是能够获得很大帮助的。但在移动流量领域，腾讯的移动流量规模当属第一，但转化率并不见得高。有流量在，腾讯是缺少更为专业的



服务商帮助他实现移动流量的转化，让流量更有价值。

从长远角度来看，58 同城当前已经成为了全国最大规模的本地信息服务网站。天然具备的 O2O 基因，在传统电商失利，放眼本地连接服务的腾讯眼中，是很有吸引力的。能够通过让 58 同城负责日后腾讯大量用户的本地信息服务，至少比腾讯要显得成熟专业的 58 团队能够更好的实现腾讯移动流量的转化。

此外，腾讯获取重构本地生活服务链条的能力：以线上资产为主的腾讯，在打造 O2O 服务时，急需引入线下相关资源，包括商户、线下服务团队等。此时，58 同城成为最有价值的投资和合作对象之一。

从用户角度出发，对于本地生活服务的需求往往不是大平台所能满足，对接的是各种本地化的中小商户，包括代驾、家政、小时工、保姆、装修房子等，希望方便快捷获取具有实用性、实时性的生活服务信息。

腾讯在移动平台上引入基于地理位置的附近生活服务信息后，58 同城负责开拓、选择过滤中小商户，并在服务方式、收费、支付交易上提供透明化且相对标准的服务，而中小商户后续可以在腾讯建立自己的客户管理和营销平台，精准触达自己基于地理位置服务半径内的用户。

这是一种去中心化的本地生活服务能力，从支付的角度来说，更多是小额支付；从交易的类型来看，是分散化的传统模式下难以标准化的服务；从流量的分配上看，是本地化的实时触达而不是从中心集中分发；最终，庞大的中小商户群体和全国各地的用户需求实现 P2P 式的匹配，大大降低了营销成本和用户获取信息服务的成本。

58 同城的抉择

去年 11 月，58 同城在纽交所挂牌上市。上市不到半年，为何这家分类信息网站投入腾讯怀抱？宣布交易当晚，58 同城 CEO 姚劲波对外表示，之所以选择和腾讯合作，是因为腾讯确实有很大的流量，不管是在 PC 还是在移动上占据着入口，这

些入口对 58 有巨大的价值，58 的产品可以跟腾讯的很多流量和资源无缝对接起来。

能够在这么短的时间内敲定这么大的交易，双方肯定是“聊得不错”，在核心利益上互有补充。尽管姚劲波一直强调，58 同城不缺钱，双方是一拍即合，没有谁更急于成交一说，但腾讯的主动权更大，58 同城诉求更明确。姚劲波表示，58 同城非常看重对自主经营的控制权，但不排除未来扩大腾讯占比的可能，并不会预设上线。也欢迎百度、阿里等其它友商投资 58 同城，百分之十几，百分之二十都有可能。

过去几年里，58 同城在百度花的广告费每年至少几千万，而随着 58 上市，已经 58 逐步成为生活入口型网站，百度在某种程度上已经成为 58 的重要竞争对手。百度竞价也推出了简单的黄页模式的广告，过去百度也曾经尝试组建分类信息项目，只是一直没完成心愿，而一旦分类信息网站在百度投放广告大幅下降，百度深化产品做分类信息型业务的可能性就会陡然增加。

百度糯米、大众点评团购、58 团购、美团、淘点点是相互竞争的，百度糯米最近也加大了推广力度，58 同城上市后的最主要动作就是强化自己得金融能力和电商属性，在本地生活电商的维度里，58 同城要想巩固和扩张收入规模，必然走向类目的电商化和精细化。业务的重叠竞争决定了 58 同城要保持独立性，就必然不会投奔阿里和百度，而腾讯战略投资大众点评，给了 58 同城一个案例参考。

百度作为一个技术型公司，58 同城这样强销售型的重业务模式，对于百度来说，某种层面是一种补充，但是，百度的本地化销售团队押宝在了糯米，而百度不太喜欢战略投资。与此同时，58 同城的收入规模在百度眼里还是太小，百度自己已进入分类信息领域的几率是有的，但不是很大，我看到百姓网和百度的一些产品合作比较紧密，不知道他们是否形成投资关系。

而 58 同城对腾讯的核心诉求有两点：一是社交关系：58 同城的用户基数虽不小，但缺失社交关系。与腾讯结盟后，如果能全面引入腾讯的社交关系，将大幅提升平台的用户体验。主要体现在通过社交

关系，增强用户对平台信息的信任度。通过熟人圈子，增加平台粘性。二是海量用户群：与腾讯合作，58 同城机会获得来自腾讯 QQ、微信、QQ.com 以及 QQ 浏览器等各个平台的用户和流量，进一步扩大用户基数和平台覆盖面。

另外，在移动端，58 同城还有可能获得微信一级入口。姚劲波指出，58 同城会在微信上探索各种服务，条件成熟时，会在微信嵌入更多的展示，主要是在本地搜索、微信商家推荐等方面。

未来仍面临挑战

腾讯联姻 58 同城，在外界认为是高富帅和白富美的完美联姻，在一片鲜花和掌声中似乎 O2O 前景一片大好。而在这样的强强联合中，至少还存在三大问题：一是姚劲波言行不一，58 战略方向飘忽不定成隐患。把时间的指针拨回到 2014 年 5 月 8 日，正是不远的一个多月前，主角还是 58 同城，还是腾讯。58 同城 CEO 姚劲波在接受腾讯科技专访时表示：百度、腾讯、阿里巴巴三巨头加强圈地和投资并购，互联网公司 and 移动互联网创业公司都面临着站队的选择，58 同城不会投靠 BAT，会坚持自己的独立发展。58 同城、赶集的业务与互联网巨头目前并没有很强的协同效应，而 58 作为独立平台的好处则是可以和 BAT 平等合作。

二是虽同为互联网上市公司，但文化差异巨大。马化腾从早年出走润迅，成立腾讯，一手打造 QQ，就为腾讯深深注入了社交 DNA 和产品为王的基因。十几年发展，腾讯已是巨木成林。但从 QQ 到微信，核心的基石未变。这也是腾讯今天一直在社交上一骑绝尘的根本原因，同样严重的社交 DNA，让腾讯在电商、搜索、本地生活方向上，饱尝遗珠之痛。近半年来，腾讯在战略方向上做了重大调整，用投资控股方式取代自营内生。

三是卖身“腾讯，与百度、阿里从此成陌路，BAT 争雄，水火不相容。58 同城卖身腾讯等于间接与百度、阿里对立。根据 58 同城 2014 年的三大核心战略：无线业务、投资并购、深耕华东市场。在无线分发方面，百度一家独大，腾讯应用宝分发能力仍不及 360，58 想通过腾讯增强其无线业务，恐怕要顾此失彼。投资并购上，百度与阿里早早布局 O2O、现金流向表和资产负债表上看阿里、百度资金充裕，远超 58，58 通过并购完善上下游生态的策略在未来恐遭遇强劲的竞价对手。

有分析称，对于 58 同城来说，站队是一把双刃剑，选择腾讯，意味着放弃了另外的巨头百度、阿里巴巴和 360，尤其是阿里巴巴。去年 58 同城还高调宣布和支付宝达成战略合作，引入支付宝担保交易。有分析就指出，在选择了腾讯之后，与阿里方面的合作或许将出现裂缝，支付宝还会继续给 58 同城做担保吗？58 同城目前有帮帮 IM 产品作为页面的沟通工具，今后有可能换成腾讯的通讯产品，帮帮客户端主要是商家在用，有点像阿里旺旺的角色，切换成腾讯产品的成本不会太高。阿里加入中国足球已经是让电子商务用户惊讶的一件事，没过多久腾讯联姻 58 又一次给互联网用户一个震惊，举凡 58 继续等待其他巨头抛橄榄枝还不如现在就归队，这一次，相信他们的选择是几番斟酌后的结论，看似闪婚其实早有预谋，腾讯抱的美人归其实就是一件可歌可泣的事。

新能源车待破局：政府高额补贴 无奈充电不便

■ 刘博 报道

今年开始，关于各地新能源车补贴政策的消息被媒体频繁报道。不过，即使有丰厚的优惠和补助，消费者还是对新能源车接受程度不高。调查发现，由于多数消费者对购车后充电、续航和电池寿命等问题甚为担忧，因此即使高达一半车价的政府补贴也难以令其心动。

美国豪华电动车品牌特斯拉今年在内地名声大噪，不仅赢得很高的关注度，同时在市场推广方面所向披靡。与此同时，部分地区公布的自主品牌新能源车补贴车型目录却被指存在地方保护行为。工信部近期表示，要开始清理一些地方保护政策，不让“目录”束缚新能源汽车的推广。

多地出台新能源车补贴政策 市场效果不明显

从北京 1 月份发布《北京市示范应用新能源小客车管理办法》开始，武汉、西安、江苏等多地相继出台了新能源汽车补贴标准，天津等城市也表示将进一步跟进。新能源车推广政策在给予市民购车补助的同时，也通过免除相关税款、不受限购限行约束等措施来吸引消费者购买新能源车。然而调查显示，消费者目前最关心的问题并非购车补贴，而是在购买新能源车后充电的问题。就北京而言，虽然今年上半年已产生 8000 多个新能源车指标，但是不少市民因建桩难而对购买纯电动汽车持观望态度，购买积极性并不高。而即便是备受关注的美国电动车品牌特斯拉，也依旧绕不过充电这个现实问题。

截至今日，北京市 2014 年三轮新能源汽车摇号已经结束，越来越多的消费者已经进入买车阶段。然而，电动汽车“赖以生存”的充电桩安装问题仍然没有快速有效的解决。现在北京市民申请建充电桩的关键一步是，必须填写新能源小客车购车充电条件确认书，这其中包括购车意向书、固定车位产权或使用证明、物业盖章同意的申请书、现场环境照片等书面材料。也就是说，充电桩要进小区前提是需要有固定停车位和获得小区物业同意，而现在协调的难点都集中在物业身上。

汽车分析师张志勇在接受媒体采访时表示，新能源汽车在这个时期推广遇到困难是很正常的，首先就是充电和续航的问题，不过政府目前都在加快完善和推进一些充电和售后服务设施的建设。从前半年新能源汽车销量来看，新能源汽车推广已经取得不错的阶段性成果，而就目前的政策方向而言，新能源汽车发展未来肯定是重点发展战略，随着配套服务设施跟进，新能源车未来普及应是顺理成章。

工信部破除地方保护 保障新能源汽车发展

新能源汽车推广一直处于“叫好不叫座”的局面，而地方保护政策也颇受诟病。对于成本高昂且缺乏规模优势的新能源汽车来说，政府补贴在前期推广环节的作用至关重要。近日工信部在北京召开交流会议，邀请 39 个新能源汽车推广示范城市方案区域负责人共同商讨新能源汽车的推广。此次会议最受关注的就是清理地方保护政策，即各地的新能源车型“目录”。

据了解，目前在全国范围内只有北京和上海两个城市已经公布补贴目录。广州、天津、武汉、西安等地政策正在制定中，尚未发布。如果按照“统一”的原则，尚未出炉目录的城市参考北京还是上海的标准尚未明确定论。

今年以来，国家领导人对新能源汽车的密切关注也意味着新能源汽车地方保护正在加速破冰。今年一季度，国务院副总理马凯曾两次赴深圳调研新能源汽车产业，并明确提出：“下一步发展新能源汽车的重点之一要坚决破除地方保护”。

全国乘用车市场信息联席会副秘书长崔东树向媒体表示，工信部清理新能源汽车的地方目录值得称赞，但也会遇到地方政府较大的阻力，相关政策的出台需要各方的磨合。

有业内人士表示，推广新能源汽车时国家层面的政策，不应容许地方政府划分势力范围的做法，工信部早该清理新能源汽车推广中的地方保护主义。也有观点认为，若新能源汽车地方目录取消，地方政府能否延续此前的补贴以及免费号牌等优惠政策也可能存在变数。



四城试点“以房养老” 八成受访者不愿尝试

■ 郑钧天 吴振东 报道

7 月 1 日起，京沪等四地开始正式试点“以房养老”，投保人群为 60 岁以上拥有房屋完全独立产权的老年人。讨论已久的“以房养老”试点政策正式“破题”。

记者近期调查了解到，大多数家庭由于种种顾虑，目前较难接受此种养老方式。同时，对于金融机构来说，这项带有破局性质的“工程”也面临着难以合理定价等挑战。

显然，如何使其既能照顾到老年人的利益，也能保证金融机构的合理收益，中国式“以房养老”仍需进一步探索。

“以房养老”四地破题

近日，保监会公布的《中国保监会关于开展老年人住房反向抵押养老保险试点的指导意见》指出，自 2014 年 7 月 1 日起至 2016 年 6 月 30 日，在北京、上海、广

州、武汉开展“反向抵押养老保险”试点。

据保监会相关负责人介绍，一方面，保险公司承担长寿风险，依照合同约定定期向老年人支付养老金直至身故，确保老人的晚年生活后顾之忧。另一方面，老年人过世后，其房产处置所得在偿还保险公司已支付的养老保险相关费用后，剩余部分依然归法定继承人所有；如果房产处置所得不足以偿付保险公司已支付的养老保险相关费用，保险公司将承担房价不足的风险，不再向老年人的家属追偿。

民政部社会福利和慈善事业促进司司长詹成付表示，“以房养老”如果试点成功，对解决老年人的养老资金问题、盘活已有房屋资源、扩大保险公司业务都有积极意义。

只能“摸石头过河”

记者采访发现，很多老年人对以房养老存在顾虑：“老人领取养老金会不会有

风险？”

此外，在中国“养儿防老”的传统观念影响下，一些人也难以接受“以房养老”。“老人们在心理上难以接受自己辛辛苦苦一辈子挣来的房子未来成为别人的。”北京大学人口研究所教授穆光宗说。

对于开展“以房养老”业务的金融机构来说，这种对房产进行的“倒按揭”方式也并非常规业务，存在诸多不确定性。

一家知名保险公司上海分公司负责人告诉记者，房价走势及老人预期寿命如何评估，是金融机构首先顾虑的问题。房价不会总是只升不降，未来预期很难作出准确判断，这对保险公司而言是不小的风险。

同时，由于人的寿命难以预期，“倒按揭”的期限无法事先确定，每月金融机构提供的养老金数额难以准确计算。

上海民政部门调查显示，90% 的老人拟将房产留给子孙，愿意倒按揭的不到 10%。有专家指出，以房养老作为个性化选择，可从失独和丁克家庭做起。

但记者近日在上海调查发现，即便是失独和丁克，愿意选择以房养老的家庭也寥寥无几。

在问及是否会选择“以房养老”时，57 岁的失独母亲孙慧芬明确表示不会。孙慧芬告诉记者，等将来两口子去世时，会把唯一的房产卖掉，所得钱款全部捐给以自己女儿命名的爱心基金，用于教育事业。

北京九成老人不愿“以房养老”

北京市丰台区右安门街道是以房养老的试点地区，记者在该区域进行了随机调查发现，无子女的老人和“失独”老人参与以房养老的意向最强。

记者调查发现，55% 的受访者表示关注“以房养老”政策。但在被问及是否会选择“以房养老”时，79% 的受访者明确表示不会选择，仅有 6% 的人表示会。

与此同时，74% 的受访者表示不支持父母“以房养老”。