

这两天,南京的天气晴雨不定,大雨总是突然袭来,这时,如果你恰好没带伞,附近又找不到卖伞的地方怎么办?在共享单车、共享充电宝、共享篮球等共享产品之后,8月20日,1万把无伞桩共享雨伞出现在南京街头。下载APP,付29元押金,再充入最少金额9元后,就可以开伞使用了。你会选择撑起这把共享雨伞么?

现代快报/ZAKER南京
见习记者 谢毓灵 记者 王静



扫码看使用视频



20日,南京街头出现一批共享雨伞,快报记者亲身体验 现代快报/ZAKER南京记者 吉星 摄

共享雨伞来南京了,你会尝鲜吗?

市民不太认可:押金加充值30多元都能买一把了

体验

交押金、充值后开伞,部分雨伞打开收起困难

8月20日中午,现代快报记者在南京图书馆南门看到,20把彩虹色共享雨伞挂图书馆门口的栏杆上。记者拿起一把伞发现,伞柄上有一个二维码,扫描二维码可下载APP。APP充29元押金,再充值最低金额9元,就可获得密码,输入密码开启雨伞,费用为半个小时5毛钱。

记者随机挑了一把伞体验。在软件上手动输入该伞编码后,一串4位数的密码出现。不过在输密码开伞时记者发现,由于伞柄上的旋转密码锁很灵活,输入数字后往往不好固定。记者连试了好几次,才成功将伞打开,连续查看好几把伞,都是相同的情况。另外,伞柄上有一个小卡槽,收伞时必须卡上才能固定,因此收伞也比普通伞难。

天公“不作美”,两个小时无人问津

除了大行宫,现代快报记者还发现,在新街口、夫子庙、军区总院等地方,以及地铁站2号线沿线的站上都出现了共享雨伞的身影。

“如果突然遇到雷阵雨,又找不到买伞的地方,我可能会用这种伞。”一位市民告诉记者。不过,大多数市民表示不会使用,“雨伞本来就易坏,而且押金也不便宜,还不如去买一把。”

追问

丢得太厉害,街上无伞如何共享? 创始人赵书平:藏伞于民也能共享

现代快报记者了解到,在来南京投放之前,该公司已经在全国的19个城市投放几十万把雨伞,此前有媒体报道,3万把共享雨伞投放到当地,半个多月后,大街上“一伞难觅”。更有统计显示,该公司在2个月内“丢”了约40万把雨伞。

对此,创始人赵书平一点也不

担心,伞已备好,然而当天下午说好的大雨却没来。现代快报记者在新街口东公交站附近的共享雨伞投放点边等待了近两个小时,在此期间,并没有人来取伞使用。

雨伞上没有定位,密码固定不变可重复开启

现代快报记者发现,本次投放的共享雨伞的密码是固定不变的,每把伞都有一个固定密码。这是否意味着只要记住密码,“共享雨伞”就变成了“私人雨伞”?

共享雨伞被使用者占为己有怎么办?“目前这一批伞上并没有安装定位芯片。”该公司南京地区负责人虞进告诉记者。这么看来,不仅借出去的雨伞难以找回,用户也无法从软件上看到附近的伞。“不过,以后的雨伞配置会有所升级,未来还可能在伞中加入充电宝等。”他表示。

南京初次投放1万把,未来能做到10人1伞

“这次在南京共投放了1万把雨伞,未来会根据情况补投。”虞进告诉记者,南京市是他们投放的第20个城市。“未来的目标是10:1,也就是每10人就有1把共享雨伞。”

在之前投放的城市用的人多吗?该公司创始人赵书平对记者表示:“目前约有三万多人使用,有六十多万人下载APP。”他还告诉记者,用户注册率已达到投放量的三倍。

他表示,另外他告诉记者,29元押金是可以全额退款的,但充值的钱目前无法退。面对大风大雨,共享雨伞是否耐用呢?“如有损坏,后期会有所维护。”虞进称。不过,共享雨伞上既没有定位芯片,又有一大批雨伞在市民家中,如何维护令人存疑。

“带回家以后,如果有亲戚朋友来家里,走时下雨,可以给他们用共享雨伞,这也是一种共享。”他说。

押金加充值30多元,还不如买一把? 负责人:一把伞成本60元左右

“押金加上充值30多元,还不如买把伞呢。”一位市民看到这种伞后说。也有市民表示,很担心一次大风或许就会损坏雨伞。记者随机调查发现,有此看法的市民不在少数。

“伞的费用加上运输费和后期维护的费用,成本一把约60元。”虞进

表示,另外他告诉记者,29元押金是可以全额退款的,但充值的钱目前无法退。面对大风大雨,共享雨伞是否耐用呢?“如有损坏,后期会有所维护。”虞进称。不过,共享雨伞上既没有定位芯片,又有一大批雨伞在市民家中,如何维护令人存疑。

质疑

认可度低,盈利靠广告?

雨伞也搭上“共享”班车,但其商业模式能否站得住脚还要打个大大的问号。

在需求端方面,共享雨伞的使用频次不会很高。目前,市面上已有十多家共享雨伞企业。从投放城市来看,也都是精心挑选过的雨水偏多的一二线城市。但是,以南京为例,雨季的时间比较集中,这段时间,市民都有随身带伞的习惯。从需求性上来看,共享雨伞可能还不如前期被资本追捧的共享充电宝。

其次就是押金问题。现代快报记者随机采访的市民中就有人表示:“29元并不多,但是共享单车企业跑路、押金取不出来的事件还是让我对这类新生事物心生芥蒂。”

不能击中用户痛点的共享概念很难像共享单车那样迅速风靡,更难以获得资本

的青睐。根据公开资料,目前获得融资额最多的品牌也仅有1200万元融资,更多的共享雨伞企业还在烧创始人的自有资金。

没有外部资金支撑,共享雨伞企业的盈利能力就显得格外重要。雨伞的租借使用费用是来源之一,以南京市面上的这家共享雨伞企业来说,半小时内5毛钱。而多家共享雨伞的企业曾表示,其盈利模式主要是靠印刷广告所产生的收入。“一把雨伞造价7元多,广告可收回5块,租金5毛,实际上成本不到1元,算上押金20元左右,即使丢一把也不会损失。”一共享雨伞的天使投资人曾公开表示。

不过有分析人士认为,光靠广告难以覆盖成本,尤其是对造价高的雨伞。“造价太低的货质量差,印广告会影响美观及打开率。”

苏宁818全渠道发力,成“智慧零售”新样本

刚刚过去的苏宁818发烧购物节,苏宁易购双线销售额增速再次持续走高,截止18日23点59分,线上销售同比增长263%,线下全国平均增长107%,南京区域业绩翻番,并保持上涨趋势。如此傲人的业绩,凸显出苏宁在发力智慧零售方面的优势。



徐海澜先生为免单顾客送去证书和礼品

全渠道发力,双线销售再创新高

空调销售破亿、超百万的飞机成交、最拉风快递员迎亲队伍、老大大叫我顶一下刷屏级广告……自8月1日,苏宁易购发烧购物节启动以来,各类话题都在不断颠覆着销售者对苏宁易购的认知。

818当天,苏宁易购双线销售额增速持续走高,截止18日23点59分,线上销售同比增长263%,线下全国平均增长107%,南京区域业绩翻番。此次818,苏宁通讯、厨卫、百货等品类全面爆发;99.8%的物流发货完成率,以及天天快递的快速融入,不仅送得更快、送得更准,而且越来越暖心。

此外,任性支付占比不断提升,消费金融进一步增强了用户黏性和购买力;IT体系经受住了巨量的交易考验,保障了用户舒畅便捷的购物体验。作为苏宁智慧零售的又一力作,徐庄苏宁生活广场也在818当天开业,易购云店单个客户累计消费最高超10万,凸显出苏宁智慧零售的优势。

老总亲自送货,极致服务感恩消费者

为感谢消费者对苏宁的支持,此次818期

间,苏宁高管纷纷亲赴一线,充当苏宁V购、苏宁火箭哥、苏宁客服等角色。苏宁物流集团常务副总裁姚凯作为苏宁火箭哥为用户送出818第一单,仅14分钟就完成了配送,而苏宁物流环保漂流箱的使用,更是得到了消费者的点赞。

8月18日下午,苏宁云商南京大区总经理徐海澜带着3000元无敌券以及亿台空调荣誉证书,与美的集团江苏省商务中心的花总一起为南京用户送上惊喜:家住南京栖霞区的吕女士等多名顾客享受到了空调免单的超级福利。

面对突如其来的惊喜,吕女士说,我是苏宁的铁粉,前段时间得知为庆祝苏宁空调累计销量超1亿台,818期间送免单礼,还想着要是我能免单就好了,没想到真的让我心想事成。“现在不仅是免单,还收到美的电饭煲,而且还是两位老总亲自送来的,我真是太高兴了。”吕女士表示。

此次苏宁发烧购物节期间,苏宁易购用“发烧”精神为用户提供更多更优质更优惠的品质生活产品。值得关注的是,由于用户需求明显增大,苏宁易购持续投入资源,将活动延长到了20日,充分满足消费者的购物需求。

通讯员 林杰