

便捷、低碳,解决市民出行“最后一公里”问题,但又乱停乱放、影响市容和交通 共享单车遍地开花,敢问路在何方? 我市已创建公共自行车管理平台,欢迎单车加入

现状

1.共享单车进入郑州,市民表示真方便

2017年1月中旬,在郑东新区心怡路、通泰路超市附近,出现了一排排黄色自行车。市民第一次使用这些自行车时,只需要扫描车身二维码、输入手机号、缴纳99元押金、实名认证后即可开锁使用。这就是在北上广深等城市受青睐的共享单车。

单车本身带有GPS定位,且用户输入有手机号、缴有押金,不需要避免自行车丢失的桩锁,用户可随骑随放,不受地点限制,真正意义上实现了便捷。地铁口、公交站牌、小区内均有共享单车的话,出行将极为方便。

市民常先生在感受过小黄车的便捷后,表示这是城市公共交通的进步。小黄车使用过程也十分方便,并且一个小时收费1块钱,是可以接受的。

2.小黄车投放没几天,办事处暂扣几百辆

能够解决最令市民头痛的“最后一公里”难题,不受欢迎都不行。郑报融媒记者了解到,当时很多市民都希望这种共享单车能够在市普及,不仅仅只有郑东新区独享便捷。但未料到,没过几天郑东新区各办事处对小黄车实施暂扣,让很多用户无法理解,甚至有媒体报道质疑共享单车能够在北上广风靡,到了郑州之后却“水土不服”。

郑报融媒记者前期从郑东新区得到扣车数字,祭城路办事处查处640辆,商都路办事处查处95辆,如意湖办事处查扣35辆,此数字随着小黄车的持续投放近日仍有增长。

为啥要暂扣市民如此中意的共享单车呢?郑东新区管理方给出的原因是:占道经营、阻碍交通、影响市容,最关键的一点是根本不知情。

3.小黄车被暂扣后,无人认领成尴尬

投放规模不知道、运行方式不知道、管理机制不知道、押金流向不知道、信息安全不知道,在没有任何公司或个人知会,啥都不知道的情况下,各办事处于1月23日在路面进行了全面清查。

郑东新区城考办负责人宋红涛表示,最开始还以为是哪家公司在搞活动,但后来发现最初无声无息的投放只是一种试探,随后几天发现小黄车的数量开始成倍增长,才意识到这是准备在东区搞经营。

“人家是来做生意的,不是来做公益的”。宋红涛认为,占用公共道路的同时收取押金、使用收费,明摆着就是占道经营,共享单车只是换了一种模式而已。说到便民,在地铁口卖小吃也是便民,所以根据规定对小黄车进行了暂扣。

令东区管理人员始料不及的是,单车暂扣后根本没人露面,也没人前来认领,仿佛扣车这件事情根本没发生过,且陆续还有车辆继续投放。这让大家感受到了资本力量的可怕,只得主动与单车所属的两家公司取得联系。结果,一家公司直至目前仍未到停车点取车,另一家公司则表示:“是合作方投放的,公司不知情。”想要归还单车却没人领,私人财产又不能随意处理拍卖,上千辆单车占据着大量空间,这显得略微尴尬。



大量黄色共享单车摆放在公路上



方便市民骑行



绿色共享单车

管理

求规范,管理者和市民都不希望“单车围城”

受到“单车围城”的困惑,有些城市已感觉到对共享单车的管控迫在眉睫。如成都和深圳就先后出台了鼓励规范共享单车的(试行)意见。两份意见中均对单车公司做出详细要求,深圳包含10条,成都则多达14条,足以显示对于“规范”二字的重视。

郑报融媒记者在采访管理部门的过程中,“规范”也是被提及最多的。宋红涛认为,号称共享单车,但收取押金和使用费,是一种公司商业经营行为。他们只是打着共享的旗号占地盘。这种方式简单粗暴,重收费、轻管理,如果不及时管理制止,将会引起大规模投放及各种共享单车公司蜂拥而至。“我们是为市民服务的,而不是为哪家公司服务的”。

宋红涛介绍,他们和某单车公司联系后,对方的回应是:“给城市带来的问题我们都能解决好。”但当询问如何解决,用何种手段解决时,对方回复:“问题出来了自然也就解

决了。”这样的说辞对城市管理者来讲是绝对不允许的。从其他城市的现象来看,共享单车根本不会维修,坏了就直接扔掉,完全是把责任和难题轻松甩给了管理部门。

据了解,扣车事件发生后,郑东新区曾就共享单车的发展向东区居民征求过意见,有860多条意见认为其应该依法、依规、有序,希望郑州能够尽早出台规范性文件。

共享单车对于2017年以前的郑州而言属于空白,它的停放涉及到的部门至少包括规划、交委、城管、交警等,如果不提早进行管控,则会形成乱糟糟不可控的局面。

一名城管告诉记者,有的城市报道说自从共享单车出现,城管的工作量比以前多一倍,且有2/3的时间耗费在管理单车上。有的挂树上了,有的扔河里了,为了市容市貌不管也不行。他作为郑州市民和城市管理者,十分期待感受到共享单车的便捷,但也不希望郑州发生单车混乱的现象。

措施

管理平台欢迎商家合作 制定规则有序发展

其实,早几年郑州市政府就有发展建设公共自行车的打算。市公交总公司也受市交运委的委托,筹办建设了本市的公共自行车系统管理平台。3月1日,负责该平台开发的公交五公司副经理李建泉介绍,公共自行车从有桩到无桩,的确实现了真正的便捷,但既有优势,同时也存在劣势。目前很多城市已问题凸显,单车随意占道影响交通和市容的情况频发,确实有规范的必要。受郑州市交运委的委托,市公交总公司正在开发管理平台,旨在规范管理共享单车市场。

李建泉认为,单车的总量必须要有所控制,根据城市容量和城市人口数量,按照比例制定上限,且需要达到区域平衡,这个数量应该与城市基础设施建设及居民的接受程度相结合。

因此,有意在郑州发展共享单车的商家,可自主选择是否汇入这个管理平台,而不是像现在如攻城略地一般抢占市场,既然是共享,那么就on应该坐到一起,制定规则,避免无序扩张,这样有利于郑州共享单车的持续良性发展。

便捷、低碳、随意,共享单车,可以用风靡二字来形容它在全国一线城市发展与扩张的速度。其具备无桩的特性,用户可随地骑行随地停放,真正有效解决了公共交通中“最后一公里”的难题,备受用户青睐。3月2日,郑报融媒记者得到一份我市关于共享单车的调研报告,目前,进入郑州市场的共享单车企业有ofo、酷骑两家,其中ofo投放单车9000余辆,酷骑投放单车3000余辆。

但是,正因为商家的随意投放、用户的随意停放,共享单车占据了城市的大量公共道路。当城市管理者回过神来,市民的使用习惯已形成。管理者面对如此庞大的单车数量进退两难,只得花费更多精力去管理、去规范。

幸好,郑州市已做好准备扎紧了入口,持开放态度欢迎各大品牌单车的入驻,但必须遵守规则,形成公平、有序、透明的单车市场。可以说,无论是政府部门还是市民,都不希望看到“单车围城”那一天的出现。郑报融媒记者 刘凌智/文 白韬/图

弊端 小黄车投放后,不和谐音也陆续传出

3月2日,郑报融媒记者得到一份我市关于共享单车的调研报告。该报告分析认为,与传统公共自行车相比,共享单车具有以下优点:

不用办卡,用手机即可完成借车、还车、缴费等全过程;完全摆脱桩限制,可随时随地借车还车;可以实时获取用户的借还信息,便于调度投放;设置了信用积分制度,建立了用户监督机制;由社会企业自主运营,完全摆脱了传统公共自行车政府所背负的沉重经济负担。

然而,随着共享单车迅猛、任性的发

展,也遭遇了许多产生于社会素质制约的问题:停放混乱、管理无序;车辆被损,据为己有,被改二维码;安全隐患,“带病”车辆上路,12岁以下儿童骑行,在机动车道骑行;在公共停车场被收费。

2月15日前后,共享单车在我市又出现了停车场大爷大妈收取停车费的情况,或者有的直接拒绝停放。另外,在其他地市,出现了不法分子将假二维码贴于单车身上,迷惑用户扫码盗取财产信息现象。进入2017年后,关于共享单车的新闻不断,从管理者到用户,也开始纷纷质疑单车在城市中

的投放数量,以及押金的去向和用途。

目前,进入郑州市场的共享单车企业有ofo、酷骑两家,其中ofo投放单车9000余辆,酷骑投放单车3000余辆。

该报告还提出,共享单车解决了城市交通“最后一公里”问题,是城市公共交通的补充,需要鼓励其发展。同时,共享单车能否健康发展又与城市管理的各个部门息息相关,建议促成共享单车企业与公交企业通力合作,通过公交企业的人力、技术等资源为共享单车解决城市公共交通“最后一公里”问题提供有力保障。

算账 单车项目吸引人,抢市场抢用户是重中之重

日前,曾有媒体给共享单车算了一笔账,今年1月,摩拜和ofo作为共享单车的两大领头羊,均宣布用户量超过1000万。以1000万的用户数量来计算,ofo向每个用户收取99元押金,累计可获得9.9亿元押金;摩拜单车向每个用户收取押金299元,平台可获得29.9亿元的押金。

“金额少,群体大”,这是一个基本共识。用户们不禁想知道,这么多现金的流向、用途以及安全系数。有一种观点是

“放银行吃利息都够了”。

此外,如以每辆单车的成本价300元、寿命18个月来计算,每辆单车每天只需入账0.55元作为租金收益,即可收回该车的成本。但以其他城市的实际情况来看,每辆单车每天贡献出的租金远远高于0.55元,例如小黄车每次使用就是1元,如果每天的使用次数能够达到10次,那就是每天10元,一个月即可收回车辆成本。

据业内人士透露,做单车看中的不是

运营租金收益,而是每天单车带来的新用户,以及由用户押金构成的资金池。所以国内共享单车行业最多的时候有30多家企业。大家的主要目的就是抢占市场,抢占用户。此外,如果批量生产单车的话,每辆车的出厂价也就200元,甚至更低。

如此一来,基本可以理解共享单车为何百家齐鸣,轻松吸引到高潮风投不惜成本地向城市投放单车了。公共道路是有限的,用户是有限的,所以看谁能够率先且更多地抢占市场。

Advertisement for Purple Apple Group's home renovation services. It features a cartoon character holding a blueprint and a list of services including design, construction, and furnishing. The main headline is '暖春钜惠 亿元现金大补贴' (Spring Warmth Huge Benefit 1 Billion Cash Subsidy). Below this, it lists '¥29800精装满意搬回家' (29800 Yuan Fully Furnished Home). The ad also mentions '6000平方米家装体验馆' (6000sqm Home Decor Experience Hall) and '设计/主材/施工/整装一站式服务' (Design/Main Materials/Construction/Full Turnkey Services). At the bottom, there are four套餐模式 (Package Modes) labeled A, B, C, and D, with prices ranging from 22900 to 55900 Yuan. The ad ends with a recruitment notice for various roles like project manager and designer.

懂爱·更懂家 暖春钜惠,紫苹果集团亿元现金大补贴

东风不来,三月的柳絮不飞。你们不来,紫苹果·钻石装饰的礼物给谁?三月正是晒幸福、装爱巢的最佳时机,您的爱家装修了吗?

河南紫苹果·钻石装饰是紫苹果装饰集团的直营分公司,2015年进驻郑州市场,是郑州规模较大的一家集设计、施工、建材服务为一体的专业化品牌大公司。紫苹果·钻石装饰在郑州建立了6000平方米的家居体验馆,29800元精装满意搬回家,在郑州地区率先采用了精装套餐的计费模式,深受广大中原人民的好评。

紫苹果·钻石装饰一直致力于打造成为中原家装市场上的龙头企业,所以对材料质量、施工工艺要求特别高,一直坚持执行更严格的施工标准,坚持使用更环保的装饰材料,坚持做更用心的家装企业。在选取施工材料上,公司经过反复调研与严格的检测,以国际欧标为标

准,与更环保健康、工艺质量精湛的材料供应商合作。公司不懈增强自身竞争力,不断开发更新颖、更高端的产品,也一直加强与众多一线知名品牌的合作与交流,始终朝着创造行内一流的目标发展。

本公司实行全新的整装3.0模式,整装3.0模式给消费者带来的便利是显而易见的,这是一种“整装交付,拎包入住”的整装模式,每个工地都有专属的项目经理,负责监督施工质量的同时,按照施工节奏安排各种物料提前送到工地,业主只需按时无需操心。目前,这种家装方式正在被越来越多的消费者接受和喜爱,整装3.0让您省时、省心、省力又省钱。

紫苹果·钻石装饰专为您打造梦想中的家!你装修我贴钱,让您一省再省,本次活动定单直省52600元!千元家具代金券!砸金蛋更有价值2999元海量家电大礼包!统统等你来拿!

- 到店礼:进店尊享5大免费贴心礼
- 超值礼:赠送量房验房,出设计方案 价值3000元
- 定金礼:现场定单可获得2大赠送 价值1500元
- 方案预算设计礼:定单客户即享价值8000元精品团队设计(免费)
- 签单赠送礼:现场签单可获得4大赠送 价值4340元
- 额外超值礼:现场签单可获得2大赠送 价值500元
- 升级礼:享受13项免费升级 价值28281元
- 特惠礼:加N元抢购不同家居用品 价值1260元
- 专享主材降价礼:部分598元套餐主材降为298元套餐
- 尊享八大特权:好家装经得起您检验(注:限前十名签单客户)
- 主材礼:6大主材赠送 价值2720元生活好礼
- 金蛋礼:(幸运+惊喜)让您想不到 价值2999元