

滴滴安全整治有新进展 今起对司机随机 抽查人脸识别

昨日,国内最大的网约车平台滴滴出行发布“加强安全运营保障及安全功能升级进展”称,滴滴的安全整治工作仍在持续推进中。

滴滴新披露的进展包括:持续面向全量司机进行安全审核,要求无犯罪记录、通过三证验证。除了每日出车前对司机进行人脸识别外,9月27日起将在司机接单间隙随机抽查人脸识别,通过后才能继续接单;持续优化完善乘客和司机两端的一键报警功能。9月27日司机端APP上线紧急联系人功能,快车(含拼车、优步及优享)、专车及豪华车司机可使用;客服已成立警方调证专项工作对接组。9月30日起,警方调证流程将在符合法律法规的前提下进一步加速。乘客端APP已上线“未成年人乘坐滴滴需由监护人陪同”(包括代叫车)的提示。

澎湃

A股“入富”倒计时,沪指涨近1%,重返2800点 消费物流 闪亮登场

昨日,A股高开高走呈现强势震荡格局,行业板块几乎普涨,上证50指数在银行、保险等权重板块带动下涨幅一度超2%。沪指重回2800点整数关口,走出一波强势反弹行情,回补了前期缺口。概念板块方面,草甘膦、水域改革、长三角表现抢眼,租购同权、超导、特钢均不同程度下跌。

截至收盘,沪指收报2806.81点,涨0.92%,成交额1451亿;深成指收报8420.54点,涨0.80%,成交额1653亿;创业板指收报1420.75点,涨1.06%,成交额466亿。

盘面上,行业板块普涨。其中,大消费板块表现活跃,物流板块表现亮眼。仓储物流板块再度强势领涨,欧浦智网、广汇物流、新宁物流、万林股份涨停,飞力达、长久物流、韵达股份、圆通速递纷纷大涨。消费旺季来临,酿酒、食品饮料、日用化工等白马股集中的权重板块涨势较好,水井坊涨超7%、山西汾酒、洋河股份、贵州茅台涨超4%。

北京时间9月27日,富时罗素将宣布是否将A股纳入其指数体系,近期成交低迷的A股也有望迎来新的“外援”。业界普遍认为,A股日益被国际指数公司纳入其指数并不断提高权重,意味着将有越来越多的国际机构投资者关注并进入A股市场,有助于提升市场活力。

申万宏源研报测算,初步纳入A股将带来潜在增量资金约千亿元人民币,不考虑额度限制条件下,潜在增量资金可达到3500亿元人民币左右。 钟和

“双11”等物流旺季即将到来,快递企业动作频频。近日,中通快递和韵达快递宣布,启动快递费用调节机制,调整全国到上海地区的快递费用。这是否意味着“剁手党”在今年“双11”要多给快递费了?据记者了解,派送费用的调价并不意味着所有区域的终端快递费会上调,而是会根据各加盟网点的承受能力和竞争状态决定。
综合天府早报、钱江晚报报道

快递提价? 听着吓人! 关系不大!

部分快递企业调整“派送费”

9月21日,中通快递在其官网发布公告称,从10月1日起启动快递费用调节机制,调整全国到上海地区的快递费用,其他地区的快递费用调整时间另行告知。具体费用调整幅度,由当地服务网点根据总部指导建议并结合各自实际情况实施。

随后,韵达股份也表示,为缓解派送压力,将全国各网点到达上海地区的快件派费上调0.5元/件,其他地区的费用调整时间另行告知。

9月初安能快运也发布了“分阶段上调全国派费”的计划,9月25日前针对全网15个省区网点调整派费,减轻派件网点在运营、车辆、人工等方面的成本压力,到明年6月,平均单公斤派费将上调至0.2元,以激发网点的派件积极性、让派件网点获得更多回报。

散客一般不会受到影响

所谓的“派送费”,并不是消费者要送快递所支付的费用,而是加盟制快递企业旗下的各加盟网点,相互派送跨区域快件时结算的费用,即发件网点要支付给派件网点的费用。

那么,派送费上调后,上涨的这部分费用是不是会进一步转嫁给消费者呢?在民营快递市场,除了顺丰速运,包括“四通一达”在内的大型民营快递,都是通过加盟的方式迅速扩张。各地的加盟商才是真正对快件派送的成本和价格负责的一方。因此消费者一般看到的快递价格,并不是由总部制定,而是各个地方加盟网点自行确定。因此,此次各快递公司总部陆续发出上调派送费的通知后,并不意味着所有区域的终端快递费都会随之上调,而是会根据各加盟网点的承受能力和竞争状态决定。

“目前只是上海调整派费,主要针对的是发往上海地区的大型电商客户的快件,散客一般不会受到影响哈。”中通快递内部人士在接受记者采访时介绍道。

据业内人士分析,快递业接近完全竞争市场,内部成本上涨,未必意味着“羊毛”出在“剁手党”身上。相当大部分的上调派送费会先由快递公司内部消化。

原因在于,根据国家邮政局统计数据,包括顺丰、“四通一达”在内,国内各类快递企业已超过8000家;产品同质化严重,产品价格和质量等信息高度透明,消费者更换快递公司不需要什么成本。因此,没有形成相对垄断市场之前,快递公司不可能形成牢固的“价格联盟”,更不敢对消费者贸然涨价。

其实纵观过去几年,各家快递公司总部的派送费每年都在调高,但相反,消费者实际支付的快递费却不升反降。



“最贵火锅” 海底捞上市

市值一度突破千亿港元,创始人张勇、舒萍夫妇身家达592亿港元

继之前点了一份最贵的外卖“美团”后,港交所昨日又点了一份火锅——“海底捞”。

昨日,海底捞正式在港交所挂牌上市,海底捞创始人、董事会主席、执行董事兼首席执行官张勇及首席运营官杨利娟敲钟。

上市首日,海底捞报价18.8港元/股,涨幅一度扩大到10%,总市值一度突破千亿港元。
综合

成香港史上入场门槛最高新股

9月26日上午9:30,随着海底捞董事长、创始人之一张勇,首席运营官杨利娟大力敲响港交所的铜锣,海底捞国际控股有限公司(海底捞)在联交所主板挂牌交易。开盘后,海底捞报18.8港元,较发行价大涨5.6%,随后飙至19.64港元/股,冲破千亿港元市值。截至收盘,海底捞股价回落至17.82港元,上涨0.11%,市值944.46亿港元。

资料显示,海底捞由张勇舒萍夫妇、施永宏李海燕夫妇创办,其中张勇、舒萍夫妇合计持有62.70%股份,按昨日收盘股价计算,身价估计达592亿港元(约合521亿元人民币)。

据悉,海底捞此次全球共发售4.25亿股,每手1000股,公司IPO最终定价17.8港元,估值达943.4亿港元(约830亿元人民币、120亿美元)。这也是截至目前香港史上入场门槛最高的新股。投资者最低入场门槛费用达1.78万港元。

海底捞究竟有多赚钱?

根据第三方机构沙利文报告,按照2017年收入计算,海底捞在中国和全球的中式餐饮市场中均排名第一。

同时,公司也是中国及全球增长最快的中式餐饮品牌,2016年至2017年的收入增长率为36.2%。海底捞用不到肯德基3%的门店数,创造了肯德基25%的营收。

申万宏源预计,当海底捞开店达1000家,收入规模将超过肯德基成为中国第一餐饮。

而从海底捞的招股书,可以看出它的赚钱能力:

顾客每消费100元,海底捞的股东赚走大概14元(没扣利息和所得税),食材成本大概40元左右,员工薪酬分摊大概29元左右,房租及装修折旧、水电分摊大概12元左右,行政、差旅、管理分摊大概5元左右;

海底捞平均一家店一天要接待1400名客户,这些客户带来的收入流水在10万-13万元之间(人均消费70-100元),一个店一年收入4000万元左右;

如果按照14.5%的息税前净利率计算,那么海底捞平均一家店一年利润600万元左右;截至2017年底,海底捞拥有273家店,这些店的营收加总在一起是110亿,利润加总在一起是16亿(没扣利息和所得税);

呷哺呷哺一个店一年的收入是485万元,海底捞单店收入是它的8倍。



快递行业单价 连年下降(单位:元)

2012年	18.6
2013年	15.69
2014年	14.65
2015年	13.4
2018年	11.91