



打车软件 专车服务 出行新业态赢得大量消费者

高峰时段打不着车、因不顺路司机拒载、机场车站排起长龙……长期以来，打车难的问题困扰着不少城市居民，也孕育着新的市场商机。近两年，移动互联网的迅猛发展和智能手机的快速普及，让难题破解具备了技术基础。

2012 年以来，以 Uber 优步为代表、以移动互联网技术为支撑的约租客运服务席卷全球，在中国，滴滴、快的等打车软件成为最早的尝鲜者。

“准确地说，我们是移动互联网出行的信息服务平台。”滴滴打车副总裁朱平豆表示，打车软件的初衷就是希望通过更高效地匹配司机、车辆、乘客的信息，让道路更有效率地利用、人流更快地通过，从而缓解打车难。

的确，移动出行平台提高了用户打到车的成功率，节省了打车时间，使出行的计划性和可控性大为提高。根据清华大学媒介调查实验室《2014 移动出行白皮书》显示，2014 年，我国传统路边招车的平均候车时间为 9.2 分钟，而使用移动出行则可节省 3.8 分钟。

“在互联网上，你不知道我是一条狗；但在移动互联网上，每个手机后面都有确切的人。”北京大学国家发展研究院教授周其仁认为，移动互联之所以在众多行业所向披靡，最大原因就是降低了人们的信任成本。具体到打车软件，用户应用时可明确知晓搭乘车辆的品种、型号和汽车牌号，司机的安全感和可靠性也大为提升。

打车软件的兴起，也大大提升了传统出租车的运营效率。“以前做‘扬招’，效率太低，经常半天拉不到活；现在有的放矢，哪里有好活就去抢单。”北京银建出租车公司的宿师傅告诉记者，现在一天 40 多单生意中，一半以上来自于网上接单。据统计，我国出租车单车的平均日运营里程约为 400 公里，空驶率高时可达 40%，但通过打车软件，空驶率可降低 10%~15%。

哪里有市场需求，创新之舟就会驶向何方。2014 年 8 月之后，随着滴滴、快的等推出

瞄准中高端出行市场的专车服务，移动出行业态的创新不再局限在优化配置现有出租车资源，而是拓展到了引入新的服务主体上——租赁车等也可以成为出行服务提供商。

拿朱平豆的话来说，专车让人们可以舒适而优雅地出行，这样的体验恰是多年来出租车没能提供的。“服务是我们最大的竞争力。”在南京开专车的李师傅说，上岗前每位司机都必须通过礼仪等培训，开车时绝不能打电话，此外车内还配有免费矿泉水、纸巾、充电线、雨伞等。当然，专车服务的价格一般也会比出租车高出 30%~50%。

瞄准市场痛点的创新之举，短时间内便俘获大量用户。截至去年 12 月，中国移动出行应用的累计账户数量已经达到 1.72 亿，眼下，这一数字每天都在不断刷新。

竞争激烈 变数仍存 新业态遭遇成长的烦恼

似乎从诞生时起，“烧钱”、“补贴大战”就伴随着专车市场的成长。巨额投资的门槛也使打车软件从最多时的 30 多种“浓缩”为少数几家。尽管今年“情人节”时“补贴大战”的两大主角滴滴和快的宣布合并，但投入之争并未立刻偃旗息鼓，原因之一便在于更多竞争者新一轮的加入。

今年 1 月，神州租车宣布在全国 60 大城市同步推出神州专车服务，全面进军互联网专车市场。“神州现有的专车来源一部分是固定车辆，保证正常需求；一部分是高峰时段临时调配的车辆，包括低谷期的短租车辆以及处于两个订单之间的空闲短租车辆。”在神州租车董事局主席兼 CEO 陆正耀看来，专车不但能使神州租车进入更创新的商业模式，而且通过协同效应及降低运营风险取得更大的竞争优势。

“我们还没有盈利，因为要投入补贴，交易量越大，亏损反而越多。”朱平豆告诉记者，滴滴从每单专车交易中可拿到 10% 以上的提成，但这远未到收回成本的程度。新加

入的神州专车今年预计将发展 5000 万左右

的客户，按每个客户补贴 50 元计，总投入将高达 25 亿元。企业之所以先期投入巨资，无疑是考虑到行业的美好前景。有数据表明，目前全国约有 150 万辆出租车，日服务成交单数约为 4000 万，每年可创造约 4000 亿元市场规模，但每天仍有 40% 的打车需求无法满足。“目前滴滴每天的专车订单量只有 20 万，还处于婴儿期，将来肯定是几百万、上千万的订单量。”朱平豆认为。

前景值得期待，现实却令人心忧。最大的焦点之一，就是私家车到底能不能提供专车服务？政策走向很大程度上左右着未来移动出行市场的竞争格局。

对于专车的态度，交通运输部的总体态度是“鼓励创新、规范管理”，认为各类专车软件“对满足运输市场高品质、多样化、差异性需求具有积极作用。”与此同时，对私家车能否接入平台的问题，主管部门表态坚决——“严禁”。

现实中，除了神州专车等少数企业体系中“没有一台私家车，全部是正规的租赁车辆”外，在滴滴、快的、易到等平台上，仍存在不少私家车通过“四方协议”实际提供着服务。“四方协议”即专车平台先将私家车挂靠

新旧利益博弈激烈 诸多难题考验监管智慧

“过去这么多年，以 BAT 为代表的互联网企业发展得不错，最大特点就是它在做增量，对传统行业的冲击不是非常大，但是‘互联网+’就会使信息生产力和现有市场之间产生冲突。”工信部电信研究院副总工程师何霞说。

新旧利益的博弈与冲突，最直观的体现

就是出租车司机的抗议行为。岁末年初，沈阳、杭州、南京等多座城市均不同程度地出现了出租车罢运事件。的哥们之所以抗议，除因份子钱过高外，也将矛头对准了“抢生意”的专车服务。

一边是获得特许经营的“正规军”，一边是不用交份子钱就能上路的“新势力”。移动出行市场的快速发展，撬动着固有利益格局，也倒逼着城市交通行业的改革。出租车数量管控还有无必要？行业特许经营能否放开？专车服务又该如何规范？诸多难题摆在面前，考验着城市管理者的智慧。

“互联网、云计算把传统打车行为中的不确定性全消除了。”发改委交通研究院院长张国华认为，“从经济学的理论基础来讲，出租车的价值管制、数量管制、企业经营的理论基础已经不存在了。”在张国华看来，政府应该站在市场监管的角度，而非利用行政手段直接干扰市场发展，“私家车如何加入专车市场，需要一定时间来讨论研究及完善政策，毕竟他们与传统出租车在管理成本、份子钱等方面的竞争是不对等的。”

“商务专车的出现冲击了固有的出租车特许经营权，使得出租车无法再以垄断价格和不公平交易的形式运营。”中国道路协会常务副会长孔卫国认为，从行业发展的实际看，现有出租车运力并不能满足市场需求，特别是对中高端商务用车的市场需求，“政府应当以前瞻的眼光和综合的战略，明确业态的定性定位，制定规则，实施管理。”

“‘互联网+传统行业’监管的目标应该有三：一是消费者利益最大化，二是要有利于产业的发展，三是保障网络与信息安全。”何霞建议，对于互联网专车与传统出租车的冲突，监管部门应该协调好新旧之间的关系，“可以把大家叫在一起，讨论一个试行办法，找试点来做一段时间，既满足了消费者不断增加的需求，又力争把产业做起来，促进交通业态更加丰富。”

也有专家表示，对于专车这一新兴业态的监管，可以允许不同城市根据各自情况探索不同的方案，“没必要一刀切”。

(人民)