

# 顺风车格局生变 网约车再起波澜

## 滴滴缺位 钉钉入场 高德将“复出”

滴滴顺风车下线一年之际,几大玩家动作频频,整个网约车市场进入6月似乎将再起波澜——6月初,高德地图发布的海报显示,将在广东省与湖北省武汉市招募顺风车车主,有意重振顺风车业务。同时,职场社交平台钉钉已在杭州接入嘀嗒、哈啰的顺风车服务。而滴滴顺风车尽管迟迟未能如愿回归,却复出传言不断升温。

互联网分析师唐欣说:“顺风车市场经历滴滴安全事件之后,需求被抑制了很久,现在各方已经开始重新激活这一市场。”



### 窘境

#### 哈啰上线不足半年 仍面临获客难题

滴滴顺风车下线前,顺风车司机刘森上下班路上都会开启接单,此后不得不转战嘀嗒顺风车。不过,一年间,他已经更换三个平台。

大约半年前,刘森因乘客投诉,嘀嗒账号被关停,于是注册了哈啰顺风车。“我也不知道怎么回事,挺纳闷的就去找了。”对于投诉原因,刘森一头雾水。他尝试寻找原因,“通过平台申诉询问原因,(客服)也不说,就是直接关停了。”

复盘自己的顺风车车主经历,刘森认为这是车主与乘客之间产生了误解,比如有时候性子比较直,讲话没太注意对方的感受。不清楚自己哪里令乘客不满的刘森,决定以后少说话以免被投诉。

刘森作为顺风车车主的经历,只是出行行业变局的一个缩影。2018年,顺风车市场发展发生转折:滴滴顺风车停摆,高德下线顺风车业务,嘀嗒暂停顺风车“午夜场”。此后,顺风车领域正常运营的只有嘀嗒、哈啰以及一些区域性的平台,但后者活跃度都不高。

其实,从共享单车起家的哈啰出行顺风车布局良久,自今年以来更是不断发力,作为后来者,哈啰顺风车正受到越来越多的关注。去年12月26日和27日,哈啰顺风车车主招募在上海、成都两地启动,随后扩大至全国120城,20天后车主注册量突破百万。1月25日起,哈啰出行陆续在杭州、广州、成都等22城上线顺风车业务。2月22日,哈啰出行宣布,哈啰顺风车在全国300多个城市上线运营。今年五一之前,哈啰顺风车还拿出5亿元成立“顺风绿色出行基金”。

一些业内人士认为,哈啰此时布局顺风车,一方面是想在顺风车的空窗期尽可能多地占领市场,另一方面也是扩展自己的出行版图。但一切并未如想象的那样顺利。

“因为哈啰乘客少,同一个时间段,同一个位置,用哈啰可能得俩小时才能碰上一单。嘀嗒基本上5分钟之内就能接到乘客。”车主杨洋(化名)介绍,自己会同时开启嘀嗒和哈啰接单,嘀嗒的接单率要比哈啰更高一些。

杨洋认为,“这是因为嘀嗒早先入局,已经吸引了大量用户,而哈啰现在的优惠力度不大,难以开拓市场。”他介绍,现在使用嘀嗒顺风车,能比快车、哈啰便宜20%左右。

早在2014年嘀嗒出行就已入局出行行业。实际上,在滴滴以及高德顺风车下线,哈啰顺风车上线之前,嘀嗒顺风车是仅存的全国性顺风车平台,并被外界视为最大的受益者。

不过,根据极光大数据,2018年三季度,嘀嗒出行渗透率为2.4%,哈啰出行渗透率为1.7%,到了2018年第四季度,嘀嗒出行和哈

啰出行渗透率分别为1.9%和1.6%。

### 抢食

#### 钉钉切入职场顺风车 高德近期将“复出”

如今,滴滴顺风车还在酝酿中,但顺风车的赛道仿佛又重新“活跃”起来。

近期,阿里旗下的钉钉平台推送消息称,将与嘀嗒、哈啰联合推出顺风车业务。嘀嗒方面表示,嘀嗒顺风车已于今年3月份全面接入阿里钉钉,联合推出职场顺风车项目。目前正在杭州部分高科技产业园区开启共创测试,职场顺风车可以让企业内部及跨企业员工之间高效搭乘彼此的顺风车,顺路拓展职场人脉圈。

另有用户发布图片显示,钉钉与哈啰顺风车5月27日0点到6月7日24点在杭州开展职场顺风车测试,收到活动邀请的内测用户可通过钉钉中的“钱包”进入体验。不过,对此,哈啰方面不予置评。

知情人士表示,以上各方的合作均在测试阶段,时机成熟,各方将统一对外发布。

“顺风车行业遇到的最大问题是行业运力不足。全国有5亿辆私家车,嘀嗒平台上才一千多万,应当说增长空间还是非常巨大的。同时,这也是顺风车行业运力不足的一个明显体现。新入局的企业需要积累车主量,但需要时间,光靠补贴行不通。”嘀嗒出行市场副总裁李金龙表示。

对于嘀嗒、哈啰与钉钉合作顺风车项目,互联网分析师唐欣表示,钉钉用户高度聚焦于职场人群,出行需求密集,也是网络顺风车接受度很高的群体。此外,钉钉的用户中也有相当多的有车一族,能够作为顺风车的有效供给。唐欣认为,钉钉的社交沟通机制是顺风车供需有效匹配的平台和工具,而钉钉的数据基础,也能为顺风车的安全提供有效保障。

“钉钉不仅仅是一个职业社交平台,未来也将是连接无数第三方服务的一个平台,称之为第四方平台。哈啰、嘀嗒等接入钉钉,意味着获取潜在的无数企业级的用户,何乐不为。”互联网观察家丁道师表示。

而伴随滴滴下沉,高德地图同样意欲重新“驶入”顺风车市场。

6月初,有广东用户发现,高德地图海报显示,高德将在广东省与武汉市开启顺风车车主招募活动。对此,高德方面表示,高德公益顺风车确已开始部分城市车主招募,计划近期上线试运营。高德公益顺风车将坚持不抽佣、不营利的真公益真顺风模式。

高德此举属于“复出”,其去年曾短时入局顺风车。

作为地图导航平台,高德拥有高流量和庞大用户群,顺风车业务一度被寄予厚望。但随着滴滴顺风车两起安全事件的发生,整个顺风车行业按下了“暂停键”。

近期,嘀嗒、哈啰与钉钉也合作顺风车服务,顺风车重启是否时机成熟?对此,高德

方面向新京报记者表示,用户对顺风车有着很强的需求,对于顺风车的上线高德也非常慎重。高德公益顺风车将坚持不抽佣、不营利的真公益真顺风模式,还会通过更强的安全机制保障用户的利益。

在业内看来,高德重新上线顺风车,更大的用意同样为滴滴顺风车恢复之前的“窗口期”,尽可能争取更多用户。

### 角逐

#### 沉寂一年滴滴返场? 顺风车上线暂无时间表

面对重磅行业玩家“搅局”,市场分析人士认为,滴滴必然会按捺不住,或将有所行动。

滴滴顺风车下线前是最大的顺风车平台。易观数据显示,早在2016年初,滴滴顺风车就占据顺风车市场近70%的份额。嘀嗒出行虽然入局较早,但市场份额难以与滴滴顺风车相比。于此,市场对滴滴顺风车的回归甚为关心,自今年年初开始几乎每隔一段时间,就有滴滴顺风车即将上线的消息,更一度有传言称其将于6月上线。但时至如今,滴滴依然“按兵不动”。

4月15日,滴滴顺风车负责人张瑞通过顺风车官方微博发布了“滴滴顺风车致大家的一封信”,信中提到“回归顺风车本质,尽全力抵制非法营运”“去掉个性化头像和性别等个人隐私信息显示”等五大整改措施方向。此举被视为顺风车回归做准备,另有消息称,滴滴顺风车开放灰度测试。

对此,滴滴方面表示,目前顺风车仍在下线整改中,并未进行灰度测试。因技术原因,导致个别用户APP内本应展示的“顺风车下线公告”未正常出现,而是直接跳转到了发单页面,不过这部分受到影响的用户即便发单也会被拦截。

滴滴内部人士表示,目前滴滴顺风车还没有上线时间表,目前最大的工作仍是完善安全措施。

不过,值得关注的是,滴滴出行APP内出现了与顺风车类似的“特惠拼车”功能。可以享受这一服务的用户需要满足三个条件:早晚高峰或特定时段;行程起终点符合线路要求;预估行程长度超过10公里。滴滴方面表示,特惠拼车功能是鼓励乘客尝试拼车的一种手段。该功能在三月下旬开始在北京、天津、大连的部分远距离拼车线路展开测试,当前处于试运营阶段,未来将逐步扩展线路。

### 前景

#### “顺风”安全仍为底线 未来市场格局如何

一直以来,安全问题是顺风车绕不开的话题,顺风车真能“顺风”,或许还有很长的路要走。

今年以来,包括滴滴出行、嘀嗒出行在内的企业组织了顺风车行业研讨会。丁道师认

为,经过几年的市场培育,顺风车已经初步成熟,只是两起恶性事件把供给遏制了,但需求一直存在。未来顺风车行业的发展应该会以合规为主,合规就是竞争力,效率。合规化前提下,行业经过整治,以及企业内部安全管理升级之后,基本上算到了成熟时机。

中国交通运输协会法律工作委员会副秘书长陈晖认为,顺风车发展遇到的瓶颈问题,就是合规安全底线问题,目前应该重点考虑对安全进行规范,包括信息安全、公共安全、运营安全。

众多玩家瞄准顺风车,与顺风车业务曾是滴滴一大收入来源分不开。

根据界面新闻报道,顺风车GMV每年环比增长50%,2017年,顺风车的GMV接近200亿元左右,收入是20亿元,净利润接近9亿元。同年,滴滴的净利润是10亿元,剩下的一亿元来自代驾,2018年顺风车GMV的目标是400亿元,净利润20亿元。

作为顺风车另一大玩家。嘀嗒出行市场副总裁李金龙介绍:“目前平台收入可以供我们可持续发展,公司比较轻资产。对于收入模式,第一个为顺风车信息服务费,全国范围内合乘平均每单1到2元,个别城市顶多3元,折合成比例可能就5%左右;还有一些广告及第三方合作的收入,这些构成我们可持续发展的来源。”

唐欣认为,自从滴滴退出之后,顺风车市场基本处于比较停滞的阶段。尽管都在试图打开这一市场,但并没有特别激进的动作,所以各方还会有机会。未来很长一段时间都是群雄纷争的局面。

根据极光大数据,2019年第一季度高德地图、滴滴出行、钉钉的渗透率分别为45.7%、14.4%以及6.7%,嘀嗒出行与哈啰出行渗透率未达5%。

“客户端的下载排名比较靠前,主要构成还是出租车带来的增长,并不是外界看到的全都是顺风车带来的增长。”李金龙介绍,平台活跃度与顺风车增长有关系,但也不是绝对的关系,目前平台有两种业务,从2017年12月份开始的出租车业务,给平台带来的增长非常明显。

对于外界看好顺风车市场的潜力,李金龙称,顺风车还是有用户需求,但与专业运力相比,增长算慢的。既要求顺风车效率高且价格又便宜是矛盾的,所以顺风车用户一般是满足预约出行。“2018年四轮出行,大概是每天9000万人次,但所有网约出行服务中(快车、专车等)可能不到4000万,剩下的5000多万还是传统出租车,在4000万里,顺风车占的比例很小,运力与专业的没法比。”他介绍说。

“顺风车作为代表的共享经济利大于弊,这几年一直都是相关部门所鼓励的。对于用户来说,顺风车也是期望已久,若相关规范成熟之后,行业玩家自然而然重新启动,嘀嗒、哈啰、高德等都会加大力度来投入来抢夺用户及市场。”丁道师认为。

(陈维城 陈诗怡)