

一车一人一手机,就能拉起活来。开网约车或许是比“摆摊”更为稳当的创业方式了。

正是因为稳当、因为便捷,最近的杭州网约车市场可谓“群雄逐鹿”:走在街头稍加留意,眼前会有几十个品牌的网约车闪过,除了耳熟能详的滴滴、曹操出行、首汽等,偶尔还会有T3、旅程约车、享道出行等新鲜网约车闪入眼帘。

猛然之间,发现杭州的网约车市场格局正在悄悄改变:随着网约车新的窗口期到来,虽然滴滴仍是霸主,却不再是那个江湖了。



每天3.5万辆网约车在途

群雄逐鹿

20余家网约车抢滩杭城

王静 章伊琦 王竞一/文 林云龙/摄

杭州每天3.5万辆网约车在途 2019年至今新增19家平台

2010年前后,瞄准了打车难、出租车乘坐体验感差等公众出行痛点,网约车应运而生。十年间,网约车发展经历了补贴大战、合并收购,以及掺杂着血泪教训的艰难模式探索。如今,各路大鳄扎堆布局网约车市场,抢滩杭州,市场竞争愈发激烈。

市民王先生上下班几乎全靠网约车,下载的打车软件也不少,他平时使用最多的是滴滴出行。“滴滴车子多,不用等待很长时间,经常打车的话,还有优惠券。曹操出行要比滴滴正规一些,也要贵一些。嘀嗒用来打顺风车比较方便;享道出行每天都会给我发来优惠券,一次能减免12元,可惜就是车子太少了。”王先生对每款软件都十分熟悉,评价起来头头是道:“除了打车软件,我有时也用高德地图直接打车,选择更多。”

说着,王先生打开高德地图演示了起来,选择“打车”,输入目的地后,平台一次性显示出近20种

户7040万,排名第二的曹操专车月活为400万。滴滴主要采用的是以司机加盟为主的C2C模式,在运力规模方面有着其它平台难以比拟的优势,借助资本扩张,短期内没有其他平台可撼动其霸主地位。

车企纷纷进驻网约车市场 既是去库存又是“活广告”

不可忽视的是,C2C模式运营的网约车司机良莠不齐,服务品质不易把控,车辆也无法统一,消费者体验要差上一截。相比之下,B2C模式的统一车型既能快速匹配网约车新政对于车辆的要求,又能让用户的体验感保持一致,而全职认证司机则在一定程度上加深了用户的信任度,带来更加品质化乘车体验,再者人车审核直接全面,更容易进行监管。

在这一背景下,处于行业上游的整车制造企业纷纷进入共享出行,独立或联合成立共享出行平台。

最快作出反应的汽车厂商要数吉利汽车。2015年,吉利集团旗下的“曹操专车”(2019年更名为曹操出行)横空出世,它以纯电动驱动轿车帝豪EV为主要服务车型,主打低碳环保式的专车模式。发展进入第五年,曹操出行已经开进了杭州、青岛、南京、成都、厦门、海口等五十几个城市。

曹操出行运营得风生水起,其他车企跃跃欲试。2018年5月,上汽集团开始组建团队,并于

当年12月推出网约车平台“享道出行”;2019年7月,一汽、东风、长安三家车企联合了苏宁、腾讯、阿里巴巴等共同打造了“T3出行”,被称为网约车的“国家队”。长城推出了“欧拉出行”,宝马也在成都拿下了网约车牌照,投放500辆宝马5系进军高端出行领域。

曹操出行副总经理庞博说:“‘国家队’的进入,一定程度上能促进整个网约车行业的依法合规发展,对于行业成熟发展具有促进作用。”

业内资深人士、“那啥车”创始人解晟认为,开拓网约车业务对于汽车厂家来说,也是考虑促进消费所需。近几年,国内汽车消费市场增速放缓,2018年~2019年甚至出现了负增长,许多车企产能过剩,库存压力极大,盈利水平也大不如前。对于车企来说,出行市场就是万亿级的蓝海,自营网约车一方面

可以去库存、提升销量,另一方面也是不错的营销方式,街头巷尾跑着的网约车可不就是移动的“活广告”?但弊端也十分明显,“就像当年现代索纳塔做出租车以后,给予人们的定式思维就是廉价车或者出租车的形象,从而拉低了品牌的调性。总的来说,网约车对于汽车厂家的销量和影响力是可见的。处理好品牌溢价及产品力宣传才是整个消费关系的核心点。”解晟说道。

美团和高德也来分一杯羹 “聚合模式”渐成主流

除了像滴滴这样平台性质的和以汽车厂家为主导的“正规军”外,已有流量池平台也希望在网约车市场上分一杯羹,高德地图和美团打车分别于2017年、2019年做起了网约车“聚合平台”。

2017年,高德地图上线了网约车“聚合模式”,“一键呼出,还能有多种供给选择方案。”这种呈现方式,一方面方便了消费者比价,另一方面降低了网约车公司的获客成本,还为高德地图导入了流量,一举三得,一经推出,市场好评不断。目前,包括网约车企、汽车厂商、交运企业和出租车企在内的40多家出行企业,已经接入高德数字化升级方案中。

2019年,一直在重资产自营打车业务的“美团打车”也依托自身庞大流量池做起了“聚合平台”。截至目前,美团打车一共在全国54个城市上线,已经接入了包括曹操出行、首汽约车、阳光出行、神州等平台。美团在外卖市场占有率接近70%,接入美团,各大网约车平台求之不得。而后,百度地图、携程、哈啰出行都紧跟步伐,推出了聚合打车服务。

当前,“聚合模式”是主流的网约车运营模式,网约车平台自身也在做价值延伸,例如曹操平台就聚合了“耀出行”作为高端出行的补充。曹操出行旗下还拥有曹操帮忙、曹操商城、曹操代驾、曹操租车、取送服务等业务。庞博说道:“目前我们一方面和聚合平台保持着很好的合作关系,从第三方获得流量和订单,同时我们也在努力创造自身的流量,去帮助其他平台,和其他平台共同成长。”

杭州市交通运输管理服务中心出租车处处长胡慧建表示,“守住安全合规底线、打开市场竞争天空”是杭州对网约车采取开放包容政策的初心,各相关职能部门支持网约车依法合规发展的同时,从未放松事中事后监管,希望网约车行业在充分竞争中健康有序发展,让市民出行更加美好。

从群雄并起到一家独大,再到江湖混战,杭州网约车市场走过了很多风风雨雨,各大门派从一开始的争夺“武林盟主”,到现在各自分一杯羹,在不久的将来不知何去何从,是使出独门绝技还是另辟蹊径。无论如何,对用户来说,多样选择肯定比一家独大没得选好。



打车软件的报价,价格从低到高依次排列,叫价最低的几款车默认可同时呼叫。根据乘坐品质,还分为经济型、舒适、商务及豪华,同一路段,经济型与豪华型打车价格相差了三倍以上。“我一般会选最便宜的,打车嘛,能到目的地就行,乘坐质量不那么重要。”王先生说道。

同样是打车一族,顾女士更注重安全和出行品质,她打车使用曹操出行和出租车比较多。“有时候下班晚了,还是想约正规一点的车。”

记者从杭州市交通运输管理服务中心了解到,杭州市实际开展网约车运营服务的平台企业25家,已发许可证44家,每日上路运营网约车车辆约3.5万辆,而注册网约车运输证的车辆有多达7.5万辆。

这其中,又以滴滴出行一家独大,仅在杭注册的司机就有3万人。而根据第三方行业监测机构威尔森的数据显示,2019年,滴滴全国月均活跃用