

内页导读

内页导读

17 家庭理财  
理财收益升  
结合需求选

# 金融城

18 理念分享  
独角兽将至  
关注新热点

本报经济部主编 | 总第 244 期 | 2018 年 4 月 7 日 星期六 责编:刘珍华 视觉:邵晓艳 编辑邮箱:xmjb@xmwb.com.cn

财经新观察

## 美团加入

### “搅动一池春水”

市场研究机构的数据显示,在今春这场网约车大战打响前,滴滴出行已覆盖了我国 400 多个城市,占有 87% 以上的专车市场份额及 99% 以上网约车出租车市场份额,尤其是在相继合并快的打车和优步中国之后,滴滴出行的霸主地位确立,说它“一家独大”也不为过。

当然网约车平台之前就不止滴滴“一家”,但由于易到、首汽约车、神州租车等不具备与滴滴“分庭抗礼”的实力,所以网约车市场“平静”了一段时间,直到今年 3 月 21 日美团打车登陆上海,才“搅动了一池春水”。

根据今年 3 月 23 日科技部火炬中心、中关村管委会、长城企业战略咨询研究所、中关村银行联合发布的《2017 中国独角兽企业发展报告》,在 164 家中国独角兽企业中,滴滴出行、美团点评分列第 2、第 5 位,前者估值 560 亿美元,后者是 300 亿美元。有钱任性,才打得起“补贴战”,正如一位强生出租车司机所说:“其他企业跟滴滴不是一个量级,玩不过它,美团说不定可以跟滴滴斗一斗。”

美团 CEO 王兴曾说:“如果美团和滴滴打起来,这不是一场战役,这是战争。”滴滴创始人兼 CEO 程维则回应:“尔要战,便战。”于是,战斗打响。首先在滴滴的老“地盘”——网约车领域,两家企业打起了久违的“补贴大战”。事实证明,出行领域的用户忠诚度很低,乘客与司机都是哪家合算用哪家。

按照美团的补贴政策,乘客前三单能立减 14 元,相当于起步价内的行程基本免费。滴滴每天推送“明日打车 0 元起,

还赠周末大额立减券!”“下班打车回家低至 0 元,上海全城打车单立减 14 元”等广告。乘客王先生 4 月 2 日上班前打开手机 APP:“滴滴今天每单送 10 元,美团送 12 元,我果断叫了美团。”

司机享受的优惠力度更大。滴滴对快车、专车司机的抽成比例约为 20%,美团仅抽成 8%,且前 1 万名注册司机前三个月可以免抽成。并且,按照美团的政策,网约车司机只要每天完成 10 单、保证至少 10 小时在线,连续考核 6 天,取消订单最多十单,不刷单,不作弊,当天车费不足 600 元的,美团会直接补齐到 600 元,车费超过 600 元,还可以奖励 200 元。上海的网约车司机蔡先生说,“很多滴滴非签约司机转投美团了,我也十来天没开滴滴了。原来开滴滴,一个月挣六七千元,现在开美团,可能一个月能挣 2 万元!”

据美团透露,3 月 21 日至 27 日,美团打车在上海累计服务乘客超 220 万人次,出租车成单量累计涨幅达到 146%。

其次,在美团的老“地盘”——外卖领域,滴滴以其人之道,还治其人之身,4 月 1 日起滴滴外卖在无锡开始小范围灰度测试,部分无锡本地用户可以体验到。滴滴表示将根据用户的试用反馈改进体验并逐步扩大服务范围。据悉,首批上线滴滴外卖的城市除了无锡,最有可能的是南京、长沙、福州、济南、宁波、温州、成都、厦门等。而滴滴在外卖领域与美团抗争的办法依然是补贴战,比如“首单立减 20 元”。

# 网约车战 不可乱来 出行市场 烽烟再起

本报记者 金志勇

近来,互联网界爆出两件大事:一是美团、滴滴在打车、外卖领域“互挖墙脚”,二是阿里巴巴联合蚂蚁金服花 95 亿美元收购饿了么。打车与外卖均属于“本地生活”,看来本地生活领域的互联网竞争远未结束。不过,竞争并不意味着可以“乱来”,一味的“补贴战”解决不了所有的问题,相反会出现一些“副作用”和“后遗症”。

## 除了补贴

### 乘客还需要什么

其实在美团进入打车领域之前,多个新玩家已陆续进入网约车市场,只不过“动静”没有美团那么大而已。2017 年 10 月,摩拜单车成立了单独的网约车事业部,此后接入了首汽约车服务。吉利集团控股的新能源网约车公司曹操专车,在 2018 年 1 月获得了 A 轮 10 亿元融资,估值超过百亿。以顺路拼车为主要产品的嘀嗒拼车 1 月 18 日改名为嘀嗒出行,正式进入网约车出租车市场。4 月 3 日,携程宣布正式进入专车市场,表示不“拼补贴”,而是“拼服务”。

此外,高德地图 3 月 27 日也宣布推出顺风车业务,成都、武汉两地率先上线,同时开启北京、上海、广州、深圳、杭州等城市的车主招募。高德没有直接参与“补贴战”,但提出了“0 佣金”政策。与其他顺风车平台抽取用户 10% 的佣金不同,高德地图坚持对用户不抽佣,也就是乘客花多少钱,司机就能拿到多少钱,可以说是用另一种方式“补贴”司机。

同样“祭出”“0 佣金”的还有“老司机”易到。易到母公司韬蕴资本 CEO 温晓东表示,网约车发展 8 年来,一直以收取佣金为主要盈利模式,目前全行业过多注重价格竞争。所以

易到开始谋变:4 月 1 日起,北京、上海、广州、深圳等 47 地市的易到车主可在 APP 报名申请“免佣金+阶梯返利”计划,所有报名成功的车主经易到考核后,即可免除当月佣金,并同时享受阶梯返利福利,最高返利金额为月订单收入的 15%。对于首批报名车主,易到当月予以免考核。

免除了佣金,盈利模式转向哪里呢?易到透露,将在 4 月份上线车载智能大屏,集出行服务、娱乐服务和泛生活服务等于一体,围绕用户车内时间打造新出行场景。对于车主,可按照一定比例获得车载智能大屏带来的广告收益,在接单服务基础上获得额外收入。

业内人士认为,易到、嘀嗒、首汽约车、神州租车等网约车平台“第二梯队”,或许没有滴滴、美团那样的资金实力,直接参与大规模“补贴战”,但也恰恰因这个“短板”,倒逼这些企业在“别处”想办法:要么改变盈利模式,推动行业升级;要么在服务体验、安全保障上下功夫,赢得一部分对价格不是最敏感的乘客的忠诚度……总之,竞争不止“补贴战”一种方式,寻找更多市场突破点和多维度地创新,方能推动网约车市场良性发展。

## 短期得利

### 长期看权益或损

上海金融与法律研究院执行院长傅蔚冈在评论最近互联网领域两件大事时,认为滴滴与美团的缠斗,本质上还是停留在对流量争夺的互联网 1.0 时代,就是多年前滴滴和快的的补贴大战的翻版,并无新意;而阿里收购饿了么,则是本地生活服务新零售升级。傅蔚冈说:“本地生活除了价格,还有服务体验改善,这是我们用户的最大期待。”

简单粗暴的“补贴战”,虽然让乘客和司机暂时“占了便宜”,但从长远看,如果“补贴战”的结局是甲吞并乙,乘客和司机最后连“用脚投票”的权利都会失去。即便是眼前,“补贴战”也带来了一系列“副作用”。

首先,看到补贴这块诱人蛋糕,一些外地车辆涌入上海,人车不符的“马甲车”增多,带来安全隐患。4 月 3 日,上海市交通执法部门查处此类非法客运案件 37 起,其中滴滴 29 起、美团 6 起、神州 1 起、嘀嗒 1 起。交通执法部门对美团、滴滴平台各处处以罚款 10 万元的行政处罚。上海市交通委

表示,如网约车平台企业不履行相关法规,将依法采取注销、吊销行政许可等处罚措施。

同时,“刷单骗补”现象再次抬头。比较常见的方法是,司机事先告知刷单者车牌和位置,等后者叫车。司机接到单子后,刷单者坐车,开行约几百米后下车结束行程,双方再将补贴奖励或者利润平分。更有甚者,刷单已经成为一种“黑产”,刷单者甚至不需要在上海,远在外地,用虚拟账号就可以协助司机频频刷单。

此外,大量新增车辆的涌入,非但不属于激活一部分社会闲置车辆资源的分享经济,反而会加剧城市拥堵。据高德交通大数据显示,某平台在北京上线顺风车业务一周后,包括海淀、石景山等多个城区的交通拥堵情况,不仅没有减缓反而有所增加。

上海财经大学公共经济与管理学院副教授冯苏苇认为,如果有些企业为了进一步抢占出行市场,以极低的价格投入市场进行恶性竞争的话,政府部门有权调查,作出干预。

