

“互联网+”对道路客运业的影响和冲击

■ 肖朝刚 邱林

一、基本概念

“邮政行业不努力,顺丰就替他努力;银行不努力,支付宝就替他努力;通讯行业不努力,微信就替他努力;出租车行业不努力,滴滴快的就替他努力。”、“百度干了广告的事,淘宝干了超市的事,阿里巴巴干了批发市场的事,微博干了媒体的事,微信干了通讯的事,不是外行干掉内行,是趋势干掉规模!”这是网上流行的两个段子,从此,我们看到互联网时代对产业的改变,对过去的资源整合模式的颠覆,看到了不被互联网改造的产业和企业的危机。

“互联网+”代表一种新的经济形态,即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提升实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。“互联网+”行动计划将重点促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新,发展壮大新兴业态,打造新的产业增长点,为大众创业、万众创新提供环境,为产业智能化提供支撑,增强新的经济增长动力,促进国民经济提质增效升级。(国家发改委《关于2014年国民经济和社会发展计划执行情况与2015年国民经济和社会发展计划草案的报告》名词解释)在第十二届全国人民代表大会第三次会议开幕会上,李克强总理在政府工作报告的“新兴产业和新兴业态是竞争高地”的部分提到:“制定‘互联网+’行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。国家已设立400亿元新兴产业创业投资引导基金,要整合筹措更多资金,为产业创新加油助力。”

到了“互联网+”的时代,互联网已经不再是一个行业,跳出了一个行业范畴,互联网早就随风潜入夜,润物细无声,再也没有传统企业这样的概念了。互联网就成为了国民经济的一个大的引擎,是效率的引擎,是创新的引擎。不仅仅是“互联网+传统行业”。

二、互联网对客运业的改变已经开始

我们从车辆动态监控的应用、联网售票和到出租车智能监控的应用看到了互联网在客运管理和经营中发挥的积极作用。

我们也从嘀嘀、快的、摇摇三款打车软件,从拼车软件,从嘀嘀专车、1号专车、易到用车、UBER的应用,那种在大城市里不用担心车辆限行,不用担心没车接送客户,不用担心打不到出租,不用担心遇到态度不好的司机的专车服务对出租车的冲击。移动互联网催生出来的专车服务,把传统出租车市场的竞争从线下拉到了线上。

眼下,P2P(个人对个人租车),这种创新型的互联网租车模式正悄然兴起。车主和租客人可以通过手机上的P2P租车软件联系,车主把自己的车设置成待租状态,租客就可以通过手机搜索到车型、价格和位置等相关信息。下单成功之后,就可以约定交接车辆了。

私家车共享风潮,在移动互联网技术的带动下悄然兴起,除了P2P租车,还有更新潮的陌生人拼车。拼车软件使用起来和叫车软件有点像,用车者和车主分别把上下车地点输入手机,系统平台就会自动匹配信息,给出最优选择。

这种商业模式,无异于向租车行业,又投

下一颗重磅炸弹。

互联网时代对产业的改变,就是颠覆过去的资源整合模式,无论是专车、P2P租车、还是拼车,背后的商业逻辑核心,都展现出了共享经济的模式。

过去因为信息不对称,很多资源难以共享。今天,移动互联网技术,已经让闲置资源利用成为可能。移动互联网浪潮,掀起了租车行业的巨大变革,也让我们对共享经济产生了更多的畅想。普华永道的统计显示,全球范围内的5个主要的共享经济体在2013年产生了150亿美元的收入,未来的市场预计会在2025年增长到3350亿美元,汽车租赁和住宿服务将占销售总额的一半。

未来还会带来哪些可能,很难预料,但共享经济的确并不遥远了。

三、推演

互联网最大的优势就是整合社会资源,专车服务能调动私家车资源,有效提高社会车辆的使用率,改善老百姓的出行,减少交通资源的浪费。网络技术降低了人们共享的成本,让人们能比以往更容易并且廉价的获得共享资源,也就有可能让更多的人参与进来。与之前相比,最大的不同在于网站上关于人和物品的数据更加充足,使得可以用来交易的实物更丰富。共享类网站让每个人都能把自己的车变成出租车或者把房子变成精品酒店。每一个愿意出租的“旅客座位”都可能成为旅客出行的运力选择。“互联网+”在客运业,就是要做一个大平台,将车辆(运力)和客户联系起来,在平台上实现交易。这将深刻的改变人们的出行方式,“互联网+”在客运业,是要实现“智慧交通”,它是“智慧城市”的组成部分,智慧城市就是要让人们生活更美好,生活成本更低。

如今,共享经济大有颠覆传统消费模式之势,共享经济的驱动力,哈佛大学商学院工商管理教授和历史学教授南希·科恩(Nancy Koehn)给出了三个理由。第一,消费者感觉有更大的主动权和透明度。现在人们经常会遇到四个问题,即波动性、不确定性和模糊性。共享经济能使消费者在消费过程中充分发挥自我掌控能力。第二,当今世界范围内正出现信任危机。来自不同年龄阶段的人群,尤其是年轻消费者对目前的商业和其他大规模组织的信任度越来越低。不少人对大商家的印象并不佳。为此,当他们发现卖家与自己产生共鸣时,感觉更可信,这类消费更具吸引力。第三,消费者和供应者都在交换过程中更受益。消费者通过合理的价格满足了自己的需求,供应者从闲置物品中获得了额外的收益。

共享经济的模式下,“共享运力”将颠覆过去的运输资源整合模式,将有效的利用闲散资源,节省资源。进入这个平台的运力(车辆),除政府的强制以外,前置许可或特许经营对运力的计划投入已没有操作性。在这个背景下,离开政府的强制措施,最先消失的可能是出租车公司,跟随受到最大冲击的是客运站,客运公司。一场关于出行的变革正在拉开大幕。

“互联网+”在客运业,共享经济模式下,将会出现的是一个大系统平台,将车辆(运力)和客户联系起来,用车者和车主分别把上下车地点输入手机,系统平台就会自动匹配信息,给出最优选择,这可能就是未来客运的新业态。

“互联网+”在客运业的主要困扰是监管的困难。例如,运力出租者是否需要付税?

四、客运行业的“痛”

找到痛点,完善用户体验,是商业模式创

新的动力。

1. 班线客运的“痛”

《中华人民共和国道路运输条例》、《道路旅客运输及客运站管理规定》的颁布和执行维护了客运市场10多年的繁荣和有序发展。客运企业的效益和规模都得到可喜的变化,但在今天,我们却感到了“痛”!

《道路旅客运输及客运站管理规定》第三条 本规定所称道路客运经营,是指用客车运送旅客、为社会公众提供服务、具有商业性质的道路客运活动,包括班车(加班车)客运、包车客运、旅游客运。(一)班车客运是指营运客车在城乡道路上按照固定的线路、时间、站点、班次运行的一种客运方式,包括直达班车客运和普通班车客运。加班车客运是班车客运的一种补充形式,是在客运班车不能满足需要或者无法正常运营时,临时增加或者调配客车按客运班车的线路、站点运行的方式。……第四十七条 营运客车应当按照许可的线路、班次、站点运行,在规定的途经站点进站上下旅客,无正当理由不得改变行驶线路,不得站外上客或者沿途揽客。……第五十条 客运经营者应当遵守有关运价规定,使用规定的票证,不得乱涨价、恶意压价、乱收费。

这是一个自中华人民共和国建国初期就采用的一种客运服务模式,“车进站、人归点”,由出发地点(居住、生活、工作、学习、就医、娱乐、游玩等)搭乘出租车(或公交、地铁、专车、“黑车”、人力车、步行)到出发地车站,进站、按规定的运价购买车票,安检、排队上车;搭乘按规定提供的车辆,沿着规定的线路,在规定的时间内出发,还不一定能按规定的时间到达要去的地方的车站,然后又搭乘出租车(或公交、地铁、专车、“黑车”、人力车、步行)到自己的目的地。有行李的旅客如果是在“0”转乘的车站你只需要将行李由这个交通工具转移到另一个交通工具上,如果车站没有实现“0”转乘,那你就得再花点力气了。——这就是客运人为民众设计并提供的合法的出行方式这样的模式。在运输短缺时,特别是还有前置许可的庇护,运输人会生活得很好的,几乎就是“垄断”经营,效益也是不错的。

呆板的服务模式导致旅客出行不便和大量的成本增加,特别是时间成本和因过程复杂等待引起的心理失衡而进一步引起的内心的不舒服感的增加。旅客的时间成本和因心理失衡引起的内心的不舒服感的增加,不是运输人收入的增加,而是运输人“商誉”的负增长。“心理成本”、“时间成本”的效用在当今互联网时代,在个性越来越受到尊重的时代越发凸显。公路运输“门到门、户到户”的优势被“车进站、人归点”的法规规定消除,在与轨道交通、航空运输的竞争丧失能力和办法。因服务模式僵化,对客运需求的满足有限,非法客运猖獗,非法客运车主直接到车站拉客、抢客普遍存在,车站周边秩序复杂(混乱)。客运高峰期车站人满为患,运力、站场设施不足,服务能力不够。平峰期工作量不够,大量运力和车站设施设备闲置,浪费明显。

2. 出租车行业的“痛”

乘客对出租车服务不满意,投诉不断。司机抱怨收入低,工作辛苦,动则罢运,引发社会问题。而出租车公司管理难,无法降低成本。

3. 行业管理的“痛”

从去年开始,不少城市的出租车司机联名声讨互联网专车服务抢了他们的饭碗;上海、北京、广州等全国10多个主要城市,也以“涉嫌非法营运”,开始严查专车服务。而刚刚进入中国不久的美国移动叫车巨头UBER,则被重庆交管部门认定为从事黑车经营活动。事实上,今年以来,优步在印度、韩国和法国,也遭到了叫停和封杀。

全国各地普遍存在的“非法客运”,治理

难度大,非法客运成越来越多、越来越猖獗的趋势,这是不能用“作为”和“不作为”来评价的。

班线客运一边是老百姓出行难依然存在,一边是增加运力就投诉,已有经营者经营困难,难以投放新的运力。

客运是出行的人与车之间的事情,传统的客运只是顾及到对车和车的提供者的管理,用自己设计、提供的车站,将出行人和车联系起来,与用网络系统平台将两者几乎是面对面的联系在一起,谁更有优势?一看便知。

五、对策

1. 管理部门的超前设计与主动推动

(1)制度设计创新:政府主管部门要加强引导和制度创新,对互联网进入运输服务业及早决策,更不能简单的放任不管,等到运输市场一片混乱,众多客运企业陷入困境后再来规范,社会成本过于巨大;

(2)安全管理创新和技术创新:美国移动叫车巨头UBER为了避免安全隐患的做法是将每辆出租车都搭载GPS定位,实行司机实名制,在应用上显示司机照片,驾驶证号及车辆信息。安全管理到驾驶员的操作行为,到运行车辆。

(3)车辆动态监控技术的进步(3G、4G视频):确保运行车辆的驾驶员合格。

(4)车辆技术:对路上上客、上货的安全检查设备(自带安全检查系统、车型适合——大小、座位数、内饰长途乘坐的舒适性)

2. 道路运输企业的主动参与和积极适应

(1)服务模式的创新:改变单一的车站将旅客和客运车辆的联系方式,充分发挥互联网的及时、快捷、方便的优势,创新服务模式,便捷人们的出行,尽可能多的满足人们的出行需求。

(2)管理模式创新:我们需要针对互联网的时代的去组织化,去中心化、去公司化出现的以个体为主体的情况的发展潮流,改变运输企业的内部管理方式,在车辆投放、运输组织、人力资源配置等方面与市场需求实现无缝衔接。

(3)经营理念创新:“互联网+”在客运的时代,在共享经济的模式之“共享运力”的背景下,前置许可或特许经营除政府的强制以外变得没有操作性。它会改变吗?变了咋办?我们须要在“共享运力”的背景——所有运力都可能成为旅客的选择的情况下建立经营理念,变坐商为行商,为旅客出行提供便捷、舒适的服务。

(4)工作标准和考核创新:建立以服务质量为重点的工作和考核体系。

3. 车站的建设和运营模式必须适应互联网发展带来的革命和变化

车站是有民众要进站乘车的需求产生的。

客运汽车站在运输不发达,运力相对短缺、信息不对称的时候是需要的。它是旅客需要的集散中心、信息中心。

车站的选址是由所在地的政府规划确定,便于民众集散的地段往往是商业黄金地段,要求成为建站地址是不现实的,能够实现“0”转乘的车站地址已很难得,建站选址更多的考虑是利于城市整体布局、对交通影响不大,有利于城市管理。这更加加速了进站客源的下滑。随着“互联网+”时代的发展,旅客客运站的需求会越来越,车站是有民众要进站乘车的需求产生的,当民众的出行不需要进站就能够实现,旅客进站就只有游玩和参观了,现在就有计划的控制车站投入才是负责任的。“0”转乘的车站也一样要控制,因为“转乘”本就不是旅客的须要,是旅客无赖的选择。因此,道路客运业多年以来以客运站作

为企业经营窗口和门市的传统观念,必然随着互联网普及而成为历史。

到今天,在局部地方运输不发达,运力相对短缺、信息不对称的情况依然存在,对这些地方客运汽车站还是必不可少的,但必须严格控制投资规模,避免产能过剩,资产闲置。

农村客运站也是比较尴尬的,农村乡镇往往位于公路干道旁,是过往班车的途经地,村民出行乘车几乎都是招手搭车的情况,车站集散的作用基本是不需要的,但须要一个可供数人到十来个人遮风挡雨的地方。不在公路干道旁的农村乡镇,往往又是村民不多,只有1至2条农村客运线路,村民出行乘车也都是招手搭车的情况,也只需要一个可供数人到十来个人遮风挡雨的地方。简易的招呼站是须要的。现在有不少建好的农村客运站投入使用后,没有人进站乘车,车辆也就只有不进站了,还是停靠在路边,乘客来了就上车,等到时间或乘客到一定的数量就开车出发。建好的农村客运站成了养猪场,业主单位还要请当地村民照看。浪费现象严重。

这个世界上所有的传统应用和服务都应该被互联网改变,如果还没有被互联网改变是不对的,一定意味着这里面有商机,也意味着基于这种商机能产生新的格局。我们有机会在为用户创造价值,能够自己成就新的价值,为成长奠定基础。

我们认为传统行业每一个细分领域的力量仍然是无比强大的,互联网仍然是一个工具。

看过去的第一次工业革命和第二次工业革命,从18、19世纪第一次工业革命发明了蒸汽机的技术到19、20世纪有了电力的技术以来。我们看到很多的行业发生了变化,而且很有趣的是,比如蒸汽机发明之后他蒸汽机的动力可以大大加速印刷的量,包括学校、书籍都大量地产生,造成知识的传播和有知识的人这种大量的培养。这跟互联网的传播、通信的特征也很接近。

再看电的产生,电力产生了很多的东西,除了灯泡,包括收音机、电视机等等这些都是有利于资讯的传播和沟通,还有电话等等,这些我们看互联网有了之后他好像也是加强这方面的特征,他是不是一种第三次工业革命?或者他的其中一个很重要的一部分呢?我们想这里面是很值得思考的。所以说有这样的一个推演之后,所有的传统行业不用怕,这个不是什么新经济,就跟过去没有电一样,没有电以前金融也可以,各个银行之间都是记账,交易所在那里叫号可以成交,有电可以电子化,有互联网我们相信也会衍生出很多新的机会,这不是一个神奇的东西,是理所当然的。

随着互联网深入应用,特别是以移动技术为代表的普适计算、泛在网络的发展与向生产生活、经济社会发展各方面的渗透,信息技术推动的面向知识社会的创新形态形成日益受到关注。

“互联网+”,既然是个创新,就不可避免的对既有的市场格局产生影响,甚至是破坏性的影响。我们对既有的法律法规的调整速度不是跟不上技术的发展速度,能不能跟上互联网对产业、对市场变革的速度?这需要社会管理创新能力的大步的跟上,这个时代有很多新的商机的发掘、新的消费的拉动,就看你敢不敢想、敢不敢干。互联网的时代,它的去组织化,去中心化的背景,将出现以个体为主体的情况。未来大的远的趋势是“共享运力”,使人们出行更方便,出行成本更低,互联网对客运业的改变才刚刚开始!

客运人是主动的迎接还是被动的拒绝?

(本文作者:肖朝刚,四川省西昌汽车运输(集团)有限责任公司董事长、西昌三和高速客运有限公司董事长;邱林:西昌三和高速客运有限公司总经理)

中远中海合资组建中国矿运 整合想象空间巨大

■ 陈若然 报道

央企改革主题近日频现波澜。2015年5月20日晚,据公告,中国远洋旗下的中远散运与中海发展成立合资公司中国矿运,该公司19日向淡水河谷子公司购买4艘超大型矿砂船,价格合计4.45亿美元。

中远中海合资组建公司,激起业内对央企重组畅想。受利好消息影响,20日,相关个股大幅上涨,航运板块大涨逾5%,中国远洋、中海发展、宁波海运等9股涨停。事实上,不少券商分析师将此作为航运央企改革的信号,中远中海的整合或者仅仅是个开始。

中远中海巨人联手

中远、中海发布的公告显示,中国矿运有限公司注册资本为3.3亿美元,专项从事铁矿石海上运输及相关干散货业务。此番合作中,中远占新成立的中国矿运有限公司51%股权,而中海则占49%股权。此外,19日,中国矿运作为买方与淡水河谷子公司签订购船协议,额度达4.45亿美元,中国矿运将以自有资金和银行借款支付购船协议项下的应付价款,预计交割期为2015年6月2日。

对于此次合作的两个主角来说,这次交



易显然将带来很大的想象空间。

此前,淡水河谷有色金属负责人2014年曾表示,计划五年内向中国出口的铁矿石加倍。中海集团获得了与货主淡水河谷建立长期合作的机遇,并签订了长期运输协议,分析师认为,在市场低迷的背景下,货主长约的签订有利于国有船东在合同范围内获取稳定盈利。

另一方面,此番交易的看点更在于中远

与中海的联手。券商方面表示,虽本次披露未能确认中远2014年与淡水河谷合作协议中的船队是否将归属中国矿业,但仍可视此次合资为央企整合层面的再次推进。

业内人士甚至倾向于认为,所有的大型矿砂船可以放在一个主体里运营,由几大航运央企共同组建经营,分享稳定收益,如果这个设想可以实现,那将是“国货国运”的一个重要里程碑。

而这一想象并非没有依据。据了解,当前,国资委(微博)旗下航运板块共有四家央企,分别是中远集团、中海集团、中外运长航集团和招商局集团下的招商轮船。中金公司研报显示,中远占四家央企总运力的46%,规模位列第一;其干散货运力规模全球第一,集装箱运力世界第六;中海运力占比29%,其集装箱运力全球第七,沿海油运市场份额达52%。

中金公司认为,中远和中海的集运业务如果整合,无论是对两家公司还是对整个行业,协同效应将是巨大的。从运力上看,中远和中海的集运运力如果合并,将占全球运力的8%。此外,合并将促成航线网络资源整合,中远集运铺设的网络多于中海集运,中远环太平洋航线更为密集,中海欧洲航线更多,合并还有利于提高码头资源的使用效率,从历史上看,中海集运的运营能力一直好于中远,如果整合成真,将利好中海集运盈利增长。

整合想象空间巨大

事实上,早在去年9月,国务院曾出台的《促进海运业健康发展的若干意见》中也强调加快兼并重组,促进规模化、专业化经营,加上航运行业本身侧重国际竞争,不易造成对

内垄断问题,航运业整合对外符合“一带一路”、“自贸区”、保障战略物资安全等国家战略需要,顶层设计推动航运央企整合预期更为强烈。

多家券商也在4月发布报告称,可能是航运重组是大概率事件,重组方便是中国远洋和中海发展。有业内人士表示,未来中国船东与淡水河谷的合作会继续推进,预计后续航运央企的整合和改革也会持续推进,将不断对航运板块形成催化,继续建议投资者加大对招商轮船、中国远洋、中海发展、中海集运、中远航运等航运股的配置。

就数据看,市场对此也早有预期,Wind资讯统计显示,4月1日至30日,中国远洋涨幅高达105.65%,中海发展则是在3月1日至4月30日期间上涨了62.01%。

券商人士认为,未来中资超大型油轮船队的加速扩张是大概率事件。据了解,连同中远中海在内,四家央企占中国船舶运力的37%,其中集装箱运力占比71%。而四家航运集团的主要资产均已实现上市。中金公司认为,如果中远集团和中海集团的集装箱航运资产能够整合,将带来巨大的协同效应,而四家航运央企的油轮资产若能整合,也将极大地促进国内航运业发展,未来航运央企整合仍有极大的想象空间。