

专车之路:租赁模式与新市场

提要

5月底开始,背靠腾讯、阿里的滴滴快的再次掀起了专车烧钱大赛,豪砸百亿掀起全面免费打车热。这场全民盛宴的背后,毫无疑问是一场资本对专车市场的角逐。但不仅BAT在疯狂烧钱,其他曾一度默默无闻的专车平台,也受到了资本的追逐。据不完全统计,从2014年至今,国内风险投资在用车O2O领域的投入累计近18亿美元,其中滴滴快的融资额就占15亿美元,公开披露融资消息的用车O2O创业公司超20家。不过,在激烈的竞争下,新兴的专车平台如何与滴滴快的以及Uber来抗衡?

抢出租车生意 新入者肉搏专车市场

■ 侯峰 报道

5月底开始,背靠腾讯、阿里的滴滴快的再次掀起了专车烧钱大赛,豪砸百亿掀起全面免费打车热。这场全民盛宴的背后,毫无疑问是一场资本对专车市场的角逐。滴滴快的不仅要尽快培养用户习惯来抵御来自出租车市场的反弹,而且还要防止“外来势力”Uber的渗透—百度刚刚豪砸了6亿美元在Uber身上。但不仅BAT在疯狂烧钱,其他曾一度默默无闻无名的专车平台,也受到了资本的追逐。2014年底,易到用车获得由GIC领投的1亿美元,其时,PP租车也宣称完成IDG领投的B轮6000万美元融资。5月底,“专车大巴”喀喀巴士也获得4200万元的融资。据不完全统计,从2014年至今,国内风险投资在用车O2O领域的投入累计近18亿美元,其中滴滴快的融资额就占15亿美元,公开披露融资消息的用车O2O创业公司超20家。不过,在激烈的竞争下,新兴的专车平台如何与滴滴快的以及Uber来抗衡?事实上,很多新兴的用车O2O企业则不这样看。“现在O2O用车市场远远没有饱和,还处于蓝海之中,大量潜在用户都没有养成用打车软件的习惯。”6月初,我有车CEO秦淑妍向记者表示,“实际上,我有车的目标是抢夺出租车用户,而不是其他专车和拼车公司用户”。据了解,我有车是一家本土专车+拼车平台,目前有120万用户数,活跃度60%左右,

起底专车租赁模式

■ 刘金环 报道

一时间,滴滴等O2O用车平台成为除用户和专车司机之外的众矢之的。争议的焦点围绕着专车合不合规的问题上。6月4日下午滴滴公司在官方微博宣布“不得不中途取消未来两周的‘免费坐快车’活动”,并强调是与金钱无关的原因。两周前,滴滴公司刚刚宣布补贴10亿“免费坐快车”活动。记者致电滴滴公司,其公关部负责人回复,“一切以官方微博声明为口径”。滴滴突然变卦,业内普遍认为是因为在6月2日,北京市交通委等三部门约谈“滴滴专车”平台负责人,明确指出“滴滴专车”及“滴滴快车”业务违反了现行法律法规的规定。与此同时,广沪京三地政府部门相继发声,意在规范互联网专车服务。“按照国家现有法律规定,任何非营运车

解构神州专车命脉:进军专车是“自然延伸”

■ 彭岩锋 报道

“我可不是凑热闹来的。在我们没有进来之前,竞争还不能算开始。现在我们进来了,竞争刚刚开始。”尽管专车市场的争夺早已硝烟弥漫,但神州租车创始人陆正疆仍自信满满。作为国内第一家顺利上市的租车企业,神州租车在今年1月25日,正式对外宣布,与优车科技合作,推出联合品牌为“UCAR神州专车”的专车服务。在陆正疆的设想中,神州专车希望在3到6个月内做到专车市场的老大。“我只能说,效果好于我们预期。”神州租车副总裁臧中堂在接受记者采访时并不愿透露准确的运营数据,只是谨慎表示“每天的专车订单有数10万之多”。作为专车市场“后来者”,神州专车的模式与滴滴快车、Uber等全然不同。“车辆全从神州租车租赁,司机是全职雇佣。”臧中堂介绍说,“优势在于,其他打车软件可能会遭遇监管瓶颈,而我们并不存在这方面的问题。”

“专车服务,重在线下”

在神州租车看来,进入专车市场只是原有租车业务的自然延伸。“从模式上来说,专车的本质还是租车,是互联网约车服务。在这一点,神州租车的业

其成立时间早于滴滴,在获得了第二轮融资之后,现在正快速扩张,目前除了全面覆盖了珠三角外,已经开通了国内几十个一、二线城市。秦淑妍表示,未来我有车将通过抢夺出租车市场、智能化交通、熟客关系等手段来抢占市场。但是,O2O用车市场正面临着BAT恶斗与政策不明朗等多重困境,即使走差异化的路线,新来者能坚持多久呢?

抢出租车生意

用车O2O本来与出租车有过一段蜜月期,然而,当打车应用具有了一定用户规模时,应用却掉头主推专车,这导致了各地出租车司机与公司的不满。在这个风口浪尖的時刻,滴滴快的推出周一15元免费车的服务不得不取消。部分新出现的打车平台也试图避开这个充满争议的出租车市场,专注定位更高端的专车。比如,易到用车CEO周航曾表示,“专车的定位本来就是高于出租车的,现在市场上的烧钱量非常惊人,一旦不补贴价格上涨去了,用户会不会又开始打车和坐公交了。”不过,也有一些平台坚持要跟出租车抢生意,毕竟这个市场远远没有饱和,还有很多人打不到车。我有车CEO秦淑妍表示,“我们不是要从滴滴快的以及Uber抢夺客人,我们要做的是抢夺出租车的乘客,这我们一点都不避讳说”。按照秦的观点,出租车行业对司机是不

公平的,“份子钱”很高,司机收入很少,司机装了打车应用之后,可以提高收入,甚至可以转到专车运营中。她对记者称,“出租车行业对司机的剥削很多,在广东很多出租车司机一半的收入都贡献给了公司,而且没有休息时间,所以我們有很多专车司机都是以前开出租车的”。“出租车价格本来就不高,但扣除固定的份子钱后,司机收入就更少,加上一线城市的路况越来越糟糕,司机的接单率降低,导致很多城市的出租车司机不愿意再跑,乘客打不到车,从而转向专车。”深圳战国策咨询机构首席分析师杨群称。“不过,如果刨去补贴,专车的价格也不便宜,只是现在只能依靠低价来抢占市场,不可能长久。”低价乃至免费俨然成了打车平台的唯一杀手锏。秦淑妍也认为,“用车服务是不盈利的,低价者得,谁能提供给消费者更优惠的价格,消费者就会去哪里。”而我有车也在用低价来跟滴滴等平台肉搏,比如,其百家乐车型采取0元起步价策略,一公里1.5元,一分钟4毛,平均收费只有出租车一半。智能交通虽然打车平台在政策问题的风口浪尖上,但是打车平台确实解决了一部分用户的用车需求。杨群认为,“如何将用车平台与城市交通结合在一起,解决城市拥堵,打车难等问题,才是最关键的。”秦淑妍表示,我有车目前也在努力向综



合性智能交通匹配平台的方向发展。她指出,在用车平台上,租赁公司的车辆,白领的顺风车辆、城市主流的出租车辆都是非常重要的供应源组成部分,通过这三类乘用车组合,平台在一座城市里编织了一张信息化的交通服务网,每一位乘客的身边,肯定会有一个离他最近的结点。事实上,在烧钱的盛宴后,如果让需求决定价格,才是健康的用车市场。秦淑妍向记者表示,弹性定价体系才是目前解决城市拥堵的有力手段。我有车将出台智能数据分析系统,通过不同时段、不同地区的大数据分析,实行浮动价格机制,优化高峰期、偏远地区的用车需求。这种弹性的价格体系,Uber已经运用,但是在国内,在滴滴快的的免费午餐围攻下,而常常被人所忽略。不过,从长远的城市管理角度看,过去出租车为什么不能满足用户的需求,很大程度就是其调度系统跟不上市场的发展,不能实现交通资源的最优化。因此,不少用车平台的相关人士都表达了类似的观点:出租车、白领顺风车等应纳入政府资源合理调度,凭借智能化的手段让车辆最优化地与出行需求匹配,减少拥堵,提升社会交通运输承载效能。

车辆也必须挂靠至汽车租赁公司。至于挂靠哪家公司,则是由滴滴公司负责统筹。”滴滴公司公关部相关负责人告诉记者:“滴滴每个城市选择的租赁公司都不同,甚至一个城市里的租赁公司也不只是一家。挂靠费用是滴滴专车缴纳给滴滴公司20%的运营管理费中的一部分,滴滴快车是不需要缴纳这一笔费用的。不同车辆以及不同公司的挂靠费是不同的,涉及车辆维修、保险等问题。”前述公关部负责人还坦言,“目前市场上租赁公司的汽车和牌照数目都有限,因此在私家车挂靠上审查和管理并不严苛。”“私家车无法获得运输经营许可证,并非营运车辆,从法理上看无法进入市场。”艾媒咨询CEO张毅告诉记者,但“执法又是另一个层面的问题,目前没有关于如何对待互联网专车不合法的条文。同时,国家现在大力推行互联网产业,专车属于新的模式,所以并没有完全禁止,而是要将其规范化。”

驾车租赁业务与专车服务都将成为运营的侧重点,“做好了打大仗的准备,不管是资金准备,还是整个合作模式”。2015年第一季度,神州租车的租赁收入和毛利分别达到9.26亿港元和4.58亿港元,较之上年同期猛增37%和66%。在一季报中,神州租车也称“我们继续取得强劲增长主要是由我们的短租业务及推出‘优车科技神州专车’专车服务所驱动”。“我要重申的是,神州专车的定位在中高端,价格会比普通的互联网约车服务高。现在我们推行优惠和补贴,只是阶段性的市场营销策略。”臧中堂补充说。或许,神州租车敢于如此大举补贴的真正原因在于其充裕的资金实力。目前,神州租车在去年9月率先实现了上市目标,得以借助资本之力,进一步加快扩张步伐。截至6月5日收盘时,神州租车股价报于18.40港元,市值超过430亿港元。经过近5个月的发展,神州专车已完成全国60个城市的覆盖,专车数量也已超过1万辆。正是依靠神州租车原本就已经具备的网络优势,神州专车得以在短时间内完成如此大面积的覆盖,远远超过Uber等一众竞争对手。截至2015年3月31日,神州租车的总车队规模达到72994辆,已经在70个主要城市拥有723个直营服务网点;此外,特许加盟商网络已发展至181个中小城市,有227个服务网点。

“专车”要往哪个方向开?

■ 张盖伦 报道

最近,微博上开始流传一段“律师想说的话”。主要内容,是告诉专车司机和乘客,如何协同应对交通管理部门可能的突击检查。“如果客管处要求检查手机,一定要拒绝;绝不要下车,直接锁车门关车窗……”有网友称其为“良心贴”,要“转发给更多人”。这条微博,也在一定程度上反映了“互联网专车”的微妙处境:在为公众提供多种出行选择的同时,头顶高悬着法律这柄达摩克利斯之剑。

专车俘获用户的心

但各类专车App,已经做得风生水起。根据易观智库2015年5月发布的《中国专车服务市场季度监测报告2015年第1季度》,滴滴专车(含一号专车)、易到用车和Uber分别以80.9%、17.5%和8.1%的比例占据中国专车服务活跃用户覆盖率前三名。易观智库分析师张旭表示,可以预见的是,未来专车将凭借其优于出租车的服务水平和近似的价格,成为未来中国一二线城市居民出行首选交通工具之一。为什么支持专车?理由可以很多。专车司机素质高,服务态度好,车内环境普遍更为整洁,基本“召之即来”,不满意了可以上软件给差评,差评能直接影响到司机收入。而且,算上各种补贴,使用部分专车出行的价格与出租车相差无几,甚至能够更低。6月15日,就在武汉交通管理部门开展针对专车的执法时,武汉市民柏先生在朋友圈上写道:专车加油。对公众来说,他们更为关心的,是能否得到优质的出行体验。“专车出现的时间才短短几年,怎么监管和立法都没有定论。有关部门应该在广泛的用户调研基础上逐步去规范它,尊重消费者的意见,而不是靠行政手段强行扼杀。”董毅智说。

政策风险,是专车前行路上的最明显的障碍。不过,张旭比较乐观:“产业发展初期,总会碰上各种问题,随着时间的推移,未来政府和企业之间可以协同制定服务标准、建立准入制度,给专车正名。”

共享经济,闲置资源再分配

Uber带火了一个概念,共享经济。这家估值已经超过500亿美元的科技初创企业,让人们见识到了共享经济的魅力。共享经济将拥有产品变为拥有产品的“使用价值”,人们从“占有”的执着中解放出来,转而去拥抱“使用”。哈佛大学商学院商务管理教授和历史学教授南希·科恩指出,共享经济是个体间直接交换商品与服务,的系统,这一“共享”涵盖生活中的方方面面,除了车辆,还有房间,闲置物品,甚至可以是个人的闲暇时间。“这是对闲置资源的重新分配。”张旭表示,共享经济做的事情,是把沉没成本变成现金流。在出行领域,这一理念的践行者,还有“拼车”或者“顺风车”服务,将车上空出来的座位分给顺路的其他人,对车主来说,成本没有增加,却能额外获得一笔收入。“这是一种双赢”。2013年,《经济学人》杂志发表文章《崛起中的共享经济》。文中指出,监管的不确定和现有企业试图破坏竞争是共享经济发展路上的主要障碍。“共享经济是互联网给消费者带来的最新福利。这种新兴模式规模大、破坏力强,监管者和企业必须有清醒的认识,现在该开始重视了。”《经济学人》在上述文章的结尾如是说。

