

Uber 分公司接连遭遇调查惊魂 专车具体政策期待落地

■ 本报记者 宋笛

对于 Uber 广州公司被查一事,一位专车方面人士用了“出乎意料”四个字。而这件出乎意料的事情却突然的出现,而且有继续扩大的趋势。

在“五一”前夕广州公司被查的 5 天后,Uber 成都公司也传遭封,经过记者求证,这次只是一次联合调查,并非所传的“查封”。

尽管如此,各地政府的逐渐严厉却为专车这一市场带来了一些并不正面的色彩,而更为详尽、确实的政策出台则有可能改变这一窘迫的现状。

地方政府监管力度突增

“五一”前夕,广州市工商、交委等多个部门联合执法,以“未办理工商登记手续”和“组织不具备营业资质的私人车辆从事经营活动”两个理由对 Uber 广州公司进行了查封。

而在质疑、支持、猜测的舆论声中,5 月 6 日,Uber 成都公司也遭到了多个部门的“拜访”,甚至有消息称成都公司一样遭到了查封。

事态的发展似乎并未走到如此不堪的地步,据记者了解,从目前的情况来看,成都公司与广州公司情况并不相同,并非查封,而是一次联合调查。

接连遭到厄运的 Uber 尚未表明态度,只是表示这两起事件并不会影响优步的正常使用,公司也正在积极地配合相关部门的工作。

对于这个事件,一位业内人士用了“出乎意料”四个字形容,他的解释是“现在的政策环境是各地政府都持低调态度,没人愿意出头,但广州交委这一次的活动确实是出乎意料”。

有了第一例和第二例,其他地方的相关部门也开始有了动作。5 月 5 日,滴滴打车接到了武汉市客运出租汽车管理处的一份函件,函中提醒滴滴打车应及时对平台上“非法运营”的车辆进行清理。

尽管这一函件从措辞到内容的严厉程度相较于对 Uber 广州公司的查封而言,无疑可以称得上“春风拂面”,但对于专车公司而言也并非是可以忽略的压力。

延伸

拼车市场潜力激增 公益性质成合法与否关键

■ 本报记者 宋笛

在 Uber 成都公司被查的同一天,嘀嗒拼车宣布获得 1 亿美元的融资金额,而这一金额也创下了拼车类软件的最高峰。而据易创方面透露,易创近日也将上线拼车模式为主的“顺风车”业务。

随着滴滴、Uber 以及众多的专业类拼车类软件相继开展拼车类业务,这一块处于政策敏感地带的市场正逐渐成为专车之后的又一个出行类软件争夺的“战场”。

号角,吹响在拼车市场

出行类软件的发展史完全可以“一波未平,一波又起”八个字形容。

在打车软件战至正酣时,专车业务异军突起,成为了市场又一个关注的热点;而目前的专车尚且方兴未艾,拼车类业务却又在蓄势待发,引起市场的侧目。

拼车软件背后之势,则是屡见不鲜的资本推手。滴滴快递从对手变为



人民优步定价成难题

Uber 广州公司被查在社会上也引起了广泛的讨论,更多的讨论集中在专车与政策、创新行业与传统行业的博弈之中,而有关于这次查封本身的一些细节却被忽略。

“据我的了解,Uber 此次的事件并不具有普遍的代表意义。在广州公司的检查中,主要职权部门是工商部门,而主要原因集中在 Uber 广州公司的注册手续不完善。还有一些原因是 Uber 推出的人民优步业务不提供发票,而成本核算等也很难确定,导致纳税方面会出现一些问题。”一位业内人士这样向记者分析道。

Uber 在推出人民优步这款业务时,称人民优步为“惠及更多司机与乘客的公益拼车服务”,以此希望规避掉相关的政策风险。

而从目前的情况而言,Uber 这一做法实际上并未能真正起到完全规避风险的作用。“人民优步在推出后,进行了相当程度的优惠力度,但就是这一力度使得专车和出租车之间的价格界限模糊了,对出租车市场可能

是种冲击,这也是优步面临的问题之一。”相关人士表示。

实际上,在广州公司被查后的第四天,优步就缩小了原有的优惠力度,上海地区的业务由原有的 8 折优惠变为 8.8 折优惠。

专车软件们如何自救?

在 Uber 被查的原因中,相关手续的缺乏并不是专车们普遍面临的问题,而“组织不具备营业资质的私人车辆从事经营活动”一条则是整个专车市场不得不寻求变化以规避政策风险的原因。

“交通部领导多次视察过滴滴北京总部,目前滴滴也正在尝试,希望通过更多的渠道方式来实现共享经济的发展。”滴滴方面这样回复《中国企业报》记者询问有关政策压力的问题。

这样一个略显官方的答案中却透露出目前专车们正在做的事情,即“通过更多的方式来实现专车理念中所倡导的共享经济的发展”。

实际上,在 1 月 8 日交通部明确表态后,各个专车公司都开始进行调整,在将平台内社会车辆挂靠至租

车公司这种“传统办法”以外,一些新的办法也在不断地出现。

“我们在交通部明确表达态度后,已经开始了一些方法上的调整。比如加强与上游租车市场的合作,严控后续车辆的来源。希望能够在政策允许的范围内寻找新的专车运营之路。”易到 GR 总监告诉《中国企业报》记者。

在另一方面,易到展开了和奇瑞的合作,希望借此建立起类似于 car2go 的新能源车辆共享模式。“目前的租车市场车辆审批也并不容易,我们还在探索更多的方法,希望能够真正实现共享出行。”易到 GR 总监表示。

对于专车而言,自身的改进一直在进行,而对于政策的期待也从未停止。据记者了解,目前知名的几家专车公司都在积极配合相关部门的调研,主动提供一些专车发展的最新情况以供研究,希望有关专车的详细政策能够最终落定。

“比严厉的政策更可怕的是没有明确的政策,现在交通部也在持续地研究这一新的市场,相关的政策可能会在年底出台,而后续的地方政策也会逐步落地。”业内人士表示。

互联网 + 物流

多家“拼货”平台获资本追捧

■ 实习记者 潘博

根据交通运输部最新数据显示,物流行业有 700 多万户小微物流公司和 2000 多万货运司机,他们之间信息极为不对称,每年有高达 600 多亿元的信息费支出并且车辆有效利用率不足 50%,回程空放严重。

正是看到了物流行业的信息不对称、车辆利用率不足等行业“顽疾”,一些具有互联网思维的创业家纷纷加入到物流行业中来,利用“互联网+物流”打造物流信息 O2O 平台。其中最典型的模式就是做车货匹配平台。

“互联网 + 物流”探索

“车货匹配平台很多只是一个信息交换的平台,你可以理解成 58 同城和赶集,很多类似的平台都是经过线下交易的。去年最高峰的时候,这种车货匹配的平台有超过 200 家,现在剩下的基本上已经差不多了。”北京速派得物流信息技术有限公司 CEO 江镇说。

事实上,从去年开始就有不少企业陆续在探索,用物流信息平台来解决货车返程空跑的问题。但很多平台只是一个货配网站或者 APP,而整个物流市场的运力是过剩的,此类解决方案没有找到物流的痛点。因此,在经过去年一轮短暂的大爆发后,并没有多少平台获得了很好的市场反馈。

“我认为货车返程空跑的问题是没有理想的解决方案的。以北京为例,北京是典型的资源缺乏型城市,大量的物资是从外面供给到北京的,北京往外面输送的比例非常少。用 10 表示其总的货运量的话,运进的比例占到 9,运出的比例只占 1。”北京云鸟科技有限公司首席运营官(COO)何晓东说,公司旗下运营着“云鸟配送”平台。

“开进来有 9 辆车的货,但是出去只有 1 辆车的货。因为没有更多的货,那肯定有 8 辆车是要空着出去的。”何晓东说,“所以我认为现在没有一种模式可以解决返程空跑问题,将运输效率提高到最大化。”

除此之外,何晓东还表示,现在 99% 的车货匹配平台都做的是“滴滴打车”模式的平台,就是客户有需求了通过该平台可以在一定的时间内叫到车运送货物。这个模式的定位就是他的主要客户群是个人,例如搬家、拖货,但是这种个人业务需求量是很小的。

信息平台脱颖而出

货源的不足和运力的过剩决定了只做简单的车货匹配信息平台,是无法满足货主和司机的需求的。这解释了在过去一段时间内为什么会有大量的平台产生和消亡,但在这些平台中也有一些公司凭借不同的模式脱颖而出,赢得了资本的青睐。今年 1 月,货拉拉、云鸟配送完成 A 轮融资;3 月福佑卡车、物流小秘、笨鸟海淘完成 A 轮融资;4 月速派得完成 A 轮融资。纵观这些物流信息平台,不难发现其大多数业务都集中在同城配送领域。

“速派得的模式你可以简单地理解为货运版的‘拼车’。”江镇说。“这种模式跟同样形成闭环的别的平台不一样的地方是,别的平台全是按整车作为交易单元的,但是速派得最低是 0.5 个立方米作为交易单元。也就是说作为用户来讲,他可以摆脱以前成本特别高昂的那种情况。”

除此之外,没有一个司机和货车的云鸟配送平台也找到了自己的模式。“为了让消费者更加容易理解,以最近大家熟悉的打车模式作为类比的话,我们云鸟做的就是货物配送界的‘专车’。”何晓东说。“我们只针对企业服务,不针对个人。当企业的运送需求、同城配货需求发到我们平台上来之后,我们会按照所有车辆的匹配来进行投标的。”

提供类似服务的还有一款名为“第一物流”的运力电商平台。“这个平台以物流为基础、互联网为载体,搭建一个基于货主与货车司机的运力电商平台,致力降低货主运输成本,构筑货主与车主交流渠道。”运力宝(北京)科技有限公司 CEO 韩军说。该项目获得首期投资 1800 万美元,在产品试运营 3 个月

后,投资追加至 3200 万美元。该平台由发货端和运输端构成,有物流需求的客户可通过 Web (互联网)、Wap (移动互联网)、App (移动客户端)、Wechat(微信服务号)、PC 客户端五种方式发货和接单。精准的客群定位和多元化的技术运用,为“第一物流”累计大数据信息资源奠定了基础。

改变供应链体系中的落后环节

“就是因为车很多,然后没活,你会看到有很多车在马路边上趴活。但是企业需求挺多,它又找不到司机。有的人可能会在路边上去喊,有的人找第三方物流公司,有的人自己买车自建车队。”何晓东说。

需求和供应的信息两边是极不对称的,而且信息极不透明,利益链条极长,转来转去不知道转了多少道手。这是中国很典型的传统供应链,这里面的利益链条环环相扣,效率极低,这都是过去的问题。

“所以我们互联网企业来了,就是想改变这个问题。我们想把真正的需求方和供给方通过平台直接面对面。你找不到,你上我的平台找;你找不到好的,你上我平台上找;你想找价廉物美的,你可以上我的平台上找;你找和你完全匹配、业务模型相似的,你可以上我的平台上找。”何晓东说,“就像淘宝一样,原来我的店里的东西都有,为什么我要上淘宝?因为我上了淘宝发现我的选择余地更大了,客户评价、口碑完全可以看到,这些能改变原来供应链体系中很多落后环节。”