

2014年2月18日,滴滴打车宣布,乘客使用滴滴打车并且微信支付每次能随机获得12到20元不等的高额补贴,每天3次。在同一天,快的打车则表示,用快的打车并用支付宝付款每单最少给乘客减免13元,每天2次。同时“发话”称,“后续无论什么情况,只要对手调了,我们‘永远比对手多补贴1块钱’的政策都会自动快速生效。”

这周初,即便是平时不常乘坐出租车的人也知道了“滴滴”和“快的”,并开始跃跃欲试,准备安装并使用这两款优惠惊人的打车软件。“这已经不是简单优惠几块钱,赠送几个小礼品,而是在请全国人民打车。”

因为腾讯、阿里巴巴的介入,有人说,这是商业巨头的“烧钱游戏”,也有人认为,这是属于全体中国人的“省钱盛宴”,还有一部分人则干脆把这场发生在甲午马年年初的“二马之争”定义为“战争”。

这场发生在出租车行业的“战争”影响了很多人,但有经济学家认为,尽管每天在司机和乘客身上投入巨大,以“烧钱”来形容也毫不过分,但这场竞争的目的终究跟“交通”无关,业内人士分析,这是互联网经济对于实体行业的一次冲击,未来,这种冲击将会越来越多。

现代快报记者 贾磊

你送12元,我送13元,“滴滴”“快的”烧钱,“请全国人民打车”

一场无关交通的抢客大战

肇始

你奖你的,我贴我的
一众打车软件“自然生长”

开车时,出租车驾驶员老卢时不时低下了头,虽然固定在支架上的智能手机中不时有提醒的声音传出,但他还是怕错过了某单好生意。这手机花了他1500多元,比起之前的诺基亚,每月流量费也要多花好几十,但老卢毫不在乎。

“能赚回来的。”老卢一边说,一边拿出手指把手机屏幕敲得邦邦作响,“一单生意能返还10块钱呢!”

2013年下半年开始,老卢的妻子发现,刚过完50岁生日的丈夫变了——不光开始用手机和电脑,还时不时从嘴里冒出一两个诸如“滴滴打车”或者“快的打车”之类的新名词。不过,在老卢自己看来,自己的变化跟整个出租车行业变化起来,不值一提。

“我开了快15年出租车了,以前都是在路上‘巡逻’找生意,现在生意自己找上门了!”老卢说。

听着从收音机里时不时传出的有关“打车大战”的消息,结合自己的经历,这两天,老卢总算弄明白了,原来自己所在行业发生的巨变,居然是跟一帮程序员有关。

2012年,一款名为“摇摇招车”的手机软件出现在软件市场,它“致力于让人用快捷、有趣的方式享受私人专属接送服务”。几个月后,装有这款软件的出租车在北京出租车行业中占据了上风之地,出入中关村等地的白领的手机中,大都装有这款软件。

“摇摇招车”的创始人王炜建成了一时风云人物,财经类杂志、技术类期刊都找他做采访。不过,即便是最有远见卓识的人,也难以预料到这种软件日后对于出租车行业传统秩序的强大冲击力。

“移动打车未来不缺盈利模式。”王炜建在做出这样预言的同

比如,在路边找不到车时使用,预约用车以及高峰期加价租车。

现状
**两大商业巨头介入
点燃出租车“抢客大战”**

2013年下半年,打车软件的自然生长被突然“扭曲”了。

如今的出租车上,有的驾驶员甚至装了两部手机一部平板电脑。原本某个软件独霸单一城市市场的情况不见了。以南京为例,最早在南京流行的软件是“滴滴打车”,但到2013年底,“滴滴”与“快的”的比例基本持平。很多人的手机上同时装有两个软件,同时使用。

而且,知道打车软件的人数呈几何级数增长,除了原来的网络传播、有口皆碑式的人际传播之外,大众媒体的目光也紧紧盯在了这两个“滴滴打车”和“快的打车”两款手机软件上面。

这看起来更像是两家公司之间的赌气,像是一场烧钱的游戏。但这并不妨碍经济学家研究这一近期最热的经济现象。

“滴滴打车”还宣布,每周使用“滴滴打车”微信支付车费10次以上的用户,赠送时下最热门微信游戏“全民飞机大战”中的大礼包一个。马上,“快的打车”就承诺,用微信支付车费5次,可获赠淘宝天猫平台的退货保障卡一张。同时,“快的”还提供用积分兑换网易电影、网易印象派、锦江之星、汉庭酒店、机票、格瓦拉等的优惠券。

双方高频率地对抗,带来高额度的优惠,这让消费者和出租车司机们兴奋——他们乐于冷眼旁观这场财经人士口中的“出租车战争”,因为消费者只要绑定微信和支付宝,再用移动支付,就可以获得大幅度的优惠;而出租车司机也乐在其中,他们不用空跑,只需要接单就可以做完整生意,还可以获得高额奖励。

运营方乐于烧钱,消费者乐在其中,在这场战争中看起来只有战利品,却没有输家。

2月10日,“快的打车”表示奖励

不变,乘客每单仍可得到10元奖励。2月17日,“滴滴打车”宣布,乘客奖10元,每天3次;北京、上海、深圳、杭州的司机每单奖10元,每天10单,其他城市的司机每天前5单每单奖5元,后5单每单奖10元。新乘客首单立减15元,新司机首单立奖5元。

2月17日,“快的打车”和支付宝也宣布,乘客每单立减11元。司机北京每天10单,高峰期每单奖11元(每天5笔),非高峰期每单奖5元(每天5笔);上海、杭州、广州、深圳每天奖10元。

2月18日,“滴滴打车”开启“游戏补贴”模式:使用“滴滴打车”并且微信支付每次能随机获得12至20元不等的补贴,每天3次。

2月18日,“快的打车”表示,用“快的打车”并用支付宝付款每单最

少给乘客减免13元,每天2次。同时“发话”称,“后续无论什么情况,只要对手调了,我们‘永远比对手多补贴1块钱’的政策都会自动快速生效。”

“滴滴打车”还宣布,每周使用“滴滴打车”微信支付车费10次以上的用户,赠送时下最热门微信游戏“全民飞机大战”中的大礼包一个。马上,“快的打车”就承诺,用微信支付车费5次,可获赠淘宝天猫平台的退货保障卡一张。同时,“快的”还提供用积分兑换网易电影、网易印象派、锦江之星、汉庭酒店、机票、格瓦拉等的优惠券。

双方高频率地对抗,带来高额度的优惠,这让消费者和出租车司机们兴奋——他们乐于冷眼旁观这场财经人士口中的“出租车战争”,因为消费者只要绑定微信和支付宝,再用移动支付,就可以获得大幅度的优惠;而出租车司机也乐在其中,他们不用空跑,只需要接单就可以做完整生意,还可以获得高额奖励。

运营方乐于烧钱,消费者乐在其中,在这场战争中看起来只有战利品,却没有输家。

2月10日,“快的打车”表示奖励

不变,乘客每单仍可得到10元奖励。2月17日,“滴滴打车”宣布,乘客奖10元,每天3次;北京、上海、深圳、杭州的司机每单奖10元,每天10单,其他城市的司机每天前5单每单奖5元,后5单每单奖10元。新乘客首单立减15元,新司机首单立奖5元。

2月17日,“快的打车”和支付宝也宣布,乘客每单立减11元。司机北京每天10单,高峰期每单奖11元(每天5笔),非高峰期每单奖5元(每天5笔);上海、杭州、广州、深圳每天奖10元。

2月18日,“滴滴打车”开启“游戏补贴”模式:使用“滴滴打车”并且微信支付每次能随机获得12至20元不等的补贴,每天3次。

2月18日,“快的打车”表示,用“快的打车”并用支付宝付款每单最

少给乘客减免13元,每天2次。同时“发话”称,“后续无论什么情况,只要对手调了,我们‘永远比对手多补贴1块钱’的政策都会自动快速生效。”

“滴滴打车”还宣布,每周使用“滴滴打车”微信支付车费10次以上的用户,赠送时下最热门微信游戏“全民飞机大战”中的大礼包一个。马上,“快的打车”就承诺,用微信支付车费5次,可获赠淘宝天猫平台的退货保障卡一张。同时,“快的”还提供用积分兑换网易电影、网易印象派、锦江之星、汉庭酒店、机票、格瓦拉等的优惠券。

双方高频率地对抗,带来高额度的优惠,这让消费者和出租车司机们兴奋——他们乐于冷眼旁观这场财经人士口中的“出租车战争”,因为消费者只要绑定微信和支付宝,再用移动支付,就可以获得大幅度的优惠;而出租车司机也乐在其中,他们不用空跑,只需要接单就可以做完整生意,还可以获得高额奖励。

运营方乐于烧钱,消费者乐在其中,在这场战争中看起来只有战利品,却没有输家。

2月10日,“快的打车”表示奖励

不变,乘客每单仍可得到10元奖励。2月17日,“滴滴打车”宣布,乘客奖10元,每天3次;北京、上海、深圳、杭州的司机每单奖10元,每天10单,其他城市的司机每天前5单每单奖5元,后5单每单奖10元。新乘客首单立减15元,新司机首单立奖5元。

2月17日,“快的打车”和支付宝也宣布,乘客每单立减11元。司机北京每天10单,高峰期每单奖11元(每天5笔),非高峰期每单奖5元(每天5笔);上海、杭州、广州、深圳每天奖10元。

2月18日,“滴滴打车”开启“游戏补贴”模式:使用“滴滴打车”并且微信支付每次能随机获得12至20元不等的补贴,每天3次。

2月18日,“快的打车”表示,用“快的打车”并用支付宝付款每单最

少给乘客减免13元,每天2次。同时“发话”称,“后续无论什么情况,只要对手调了,我们‘永远比对手多补贴1块钱’的政策都会自动快速生效。”

“滴滴打车”还宣布,每周使用“滴滴打车”微信支付车费10次以上的用户,赠送时下最热门微信游戏“全民飞机大战”中的大礼包一个。马上,“快的打车”就承诺,用微信支付车费5次,可获赠淘宝天猫平台的退货保障卡一张。同时,“快的”还提供用积分兑换网易电影、网易印象派、锦江之星、汉庭酒店、机票、格瓦拉等的优惠券。

双方高频率地对抗,带来高额度的优惠,这让消费者和出租车司机们兴奋——他们乐于冷眼旁观这场财经人士口中的“出租车战争”,因为消费者只要绑定微信和支付宝,再用移动支付,就可以获得大幅度的优惠;而出租车司机也乐在其中,他们不用空跑,只需要接单就可以做完整生意,还可以获得高额奖励。

运营方乐于烧钱,消费者乐在其中,在这场战争中看起来只有战利品,却没有输家。

2月10日,“快的打车”表示奖励

不变,乘客每单仍可得到10元奖励。2月17日,“滴滴打车”宣布,乘客奖10元,每天3次;北京、上海、深圳、杭州的司机每单奖10元,每天10单,其他城市的司机每天前5单每单奖5元,后5单每单奖10元。新乘客首单立减15元,新司机首单立奖5元。

2月17日,“快的打车”和支付宝也宣布,乘客每单立减11元。司机北京每天10单,高峰期每单奖11元(每天5笔),非高峰期每单奖5元(每天5笔);上海、杭州、广州、深圳每天奖10元。

2月18日,“滴滴打车”开启“游戏补贴”模式:使用“滴滴打车”并且微信支付每次能随机获得12至20元不等的补贴,每天3次。

2月18日,“快的打车”表示,用“快的打车”并用支付宝付款每单最

少给乘客减免13元,每天2次。同时“发话”称,“后续无论什么情况,只要对手调了,我们‘永远比对手多补贴1块钱’的政策都会自动快速生效。”

“滴滴打车”还宣布,每周使用“滴滴打车”微信支付车费10次以上的用户,赠送时下最热门微信游戏“全民飞机大战”中的大礼包一个。马上,“快的打车”就承诺,用微信支付车费5次,可获赠淘宝天猫平台的退货保障卡一张。同时,“快的”还提供用积分兑换网易电影、网易印象派、锦江之星、汉庭酒店、机票、格瓦拉等的优惠券。

双方高频率地对抗,带来高额度的优惠,这让消费者和出租车司机们兴奋——他们乐于冷眼旁观这场财经人士口中的“出租车战争”,因为消费者只要绑定微信和支付宝,再用移动支付,就可以获得大幅度的优惠;而出租车司机也乐在其中,他们不用空跑,只需要接单就可以做完整生意,还可以获得高额奖励。

运营方乐于烧钱,消费者乐在其中,在这场战争中看起来只有战利品,却没有输家。

2月10日,“快的打车”表示奖励

不变。

滴滴打车曾经是国内最早推出的打车软件,一度也得到了非常快速的发展,在2013年,打车软件被政策逼得难以喘息的时候,摇摇招车对于政策表现出最大的亲热度,成为北京城首批四家与相关部门合作的打车应用之一。但在有巨额资本的“滴滴打车”和“快的打车”的疯狂竞争中,它很快败下阵来。据了解,摇摇招车的投资方为红杉资本,与腾讯与阿里相比,能给予摇摇招车的资金并不足以支撑如此疯狂地烧钱。

而在O2O的其他方面,腾讯与阿里巴巴这两大巨头也表现出了迅猛的势头,据悉,5年来,针对移动互联网业务的开拓,腾讯和阿里巴巴均主要以并购的方式,完成对各个细分领域的渗透。公开信息显示,2009年至今,腾讯以42起收购项目稳居第一,阿里巴巴完成16起收购排名第二。在目前看来,腾讯与阿里巴巴的交锋并非只在出租车领域,双方在“理财”、“红包”、“地图”、“游戏”、“支付”、“移动IM”等领域均有角力。

对于打车软件的命运,估计不少地方主管部门还在观望,预计未来,陆续会有不少地方出台规定。记者希望能宽容对待打车软件,从技术手段和法律法规上进行规范,不要一禁了之。

对打车软件带来的问题,法律法规明确规定,一定要有法必依,执法必严,比如对出租车拒载路边招手乘客行为,一旦有乘客举报,就应该严查。对于法规盲区,应进行完善,比如要求出租车必须停车时才能抢单,或者要求软件公司完善软件服务,做到出租车行驶时无法抢单,不提供“付小费”选项。

“打车软件”市场是一个不断创新的市场,是典型的互联网商战,相关监管部门反应滞后情有可原,但在随后规范行为中,政府应做好“守夜人”角色,完善法律法规,把市场的交给市场。

“而这只是这些互联网经济巨人进入日常经济的第一步,未来,这样的冲击将会越来越多。”有经



腾讯、阿里巴巴的介入,让“滴滴”、“快的”两款打车软件的烧钱大战迅速升级 东方IC供图

声音

宽容对待打车软件
不能“一禁了之”

新华社南宁2月22日专电(记者王军伟)南宁市道路运输部门最近明确表态,不支持出租车司机使用“滴滴打车”等打车软件。此前,北京市相关部门也要求每辆的士必须安装一个叫车终端。最近几日,面对打车软件的“血战”,一些“回过神来”的地方主管部门开始对打车软件进行表态和规范。

目前看,打车软件带来的问题主要有五个方面:一是出租车司机在行驶过程中抢单会带来安全隐患;二是对路边招手的乘客进行拒载;三是打车高峰期,乘客和出租车司机可能私下议价;四是对于不会使用打车软件的许多老年人来说带来了机会不公;五是黑车司机可能安装软件,参与到出租车营运中来。

记者认为,在看到打车软件的问题的同时,也要看到它带来的巨大好处。互联网公司给乘客和出租车司机的补贴姑且不说,打车软件对方便市民打车、降低出租车空载率起着不小的作用。其实它更大的意义,在于快速“催熟”移动支付市场,培育一个巨大的移动支付群体,对于移动互联网业发展十分利好,将来移动支付会带来群众更大的方便。

对于打车软件的命运,估计不少地方主管部门还在观望,预计未来,陆续会有不少地方出台规定。记者希望能宽容对待打车软件,从技术手段和法律法规上进行规范,不要一禁了之。

对打车软件带来的问题,法律法规明确规定,一定要有法必依,执法必严,比如对出租车拒载路边招手乘客行为,一旦有乘客举报,就应该严查。对于法规盲区,应进行完善,比如要求出租车必须停车时才能抢单,或者要求软件公司完善软件服务,做到出租车行驶时无法抢单,不提供“付小费”选项。

“打车软件”市场是一个不断创新的市场,是典型的互联网商战,相关监管部门反应滞后情有可原,但在随后规范行为中,政府应做好“守夜人”角色,完善法律法规,把市场的交给市场。