

■问诊网约车·走向何方

# 打下了市场，却没管住网约车司机

## 资本“催熟”的滴滴收获苦果

资本的注入让滴滴“快速成长”，使其迅速主导了网约车市场，但同时也让滴滴在资本面前骑虎难下。用户担心涨价、司机担心补贴降低、抽成太高。尤其是在提升服务和保障乘客安全方面，企业更应该肩负起应尽的责任。在资本的“急功近利”之下，如何才能实现企业的良性发展？

本报记者 刘飞跃 李晓东

### 资本疯狂注入 滴滴已不止打车业务

滴滴官网显示，滴滴出行超过4.5亿用户提供出租车、专车、快车、顺风车、豪华车、公交、小巴、代驾、租车、共享单车等全面的出行服务。日订单已达约2500万。

今年3月发布的《2017年中国独角兽企业发展报告》显示，滴滴出行估值560亿美元。有媒体援引知情人士消息称，滴滴今年计划寻求估值至少700亿至800亿美元的IPO。支撑这一估值的，是滴滴悄然建立的庞大而复杂的产业架构。记者梳理发现，目前滴滴的新业务有金融、滴滴维保、无人车、外卖、共享单车等。意味着那些给滴滴数百亿美元估值的投资大佬，其实不是在赌一款打车软件的成败，他们是在赌一个产业帝国的未来。

一轮轮的融资之下，资本的注入迫使滴滴“快速成长”，迅速占据了主导市场的地位，但同时也被资本洪流所裹挟。此前有媒体报道，滴滴的GMV(流水交易额)在2017年达到250亿到270亿美元，增长超过70%，并基本盈利。2018年预计将顺利实现盈利。

然而，就在投资人慨叹终于见到“回头钱”的时候，滴滴遭遇了美团“抢地盘”和各地网约车新政密集落地的双重夹击。有业内人士分析，如果滴滴在各地落地备案，不光人力、物力、财力将受到影响，其庞大的司机群体将受到冲击，势必影响其主导市场的地位，这也是即将IPO的滴滴所不愿面对的。

### 滴滴烧钱成习惯 砸出百万“通缉令”

济南空姐遇害事件发生后，5月10日晚间，滴滴发布了公告悬赏100万元寻找涉事司机，并公布了司机的姓名、身份证号和联系方式。这份“通缉令”却引发争议，支持者有之，反对者有之。

反对者认为，滴滴此举故作姿态，广告意味甚浓。关于投诉网约车的报道并不少，但

每次出事后基本上遵循既定程序，媒体曝光，平台审核并界定性质，随后作出处罚，似乎每一次事件都是到此为止。如果滴滴不能通过制定规则来规范网约车司机，那么国家和地方层面都公布了网约车管理办法，为何却在最后落地并执行时卡了壳？

全国日订单量以百万级计的专车仍身份不明、游离于法律之外，安全性一直没有政府有效监管，乘客的利益显然并未得到充分的重视。

济南社科院经济研究所王征所长说：“平台就是载体，至少从技术上进行把关，应该保护消费者，有些甚至睁一只眼闭一只眼，纵容这种行为，现在还是粗放发展，他们是第一把关人。”

“现在网约车市场已经稳定了，在后网约车时代，企业应该承担社会责任，提供好的服务，遵循基本的公序良俗。如果没有法律明确规定的话，平台应该守住社会的底线，给市民提供安全的服务，不能什么人都进来。”山东大学交通规划设计研究中心主任张汝华说。

### 从业资格监管 现在太松了”

网约车出现恶性事件看似偶然，但是背后反映的却是政府的管理体制问题。交通部出台国家层面的网约车政策之后，因为比较宽松而赢得了社会公众的赞许。后来各个地方出台政策后，绝大多数城市都招致了争议。

张汝华认为，出现恶性事件固然让人悲痛，但是政府和企业应该反思现有的管理体制以及行业的发展，“不能因噎废食，不能走回头路，也不能一棍子打死。”

记者梳理相关报道，网约车司机出现问题后都是一片骂声，出租车司机有了投诉后也被指素质低下，现在舆

论似乎走入了两个极端，这恰恰反映了网约车市场的不成熟。“政府制定政策是不是真正符合市场规律？执行起来是不是有力度？政府和企业本来应该为老百姓出行服务，为何现在互相不理解？”张汝华说。

张汝华认为，国家的顶层设计要考虑到现实情况，不能用运动式的方式解决市场问题，虽然地方政府执法面临困难，但也应该进行探索和尝试，不能有所偏重，对企业区别对待，更不能有“私心”。

对于网约车的监管问题，王征则表示，网约车监管跟互联网无必然联系，因为在网约车出现之前，传统出租车市场也有恶性事件，问题就出在监管不力上。

“九龙治水，各部门各管一摊，出了问题才防范，大家还有安全感吗？从业资格监管现在太松了，互联网+利用法律漏洞做事，政府应该进行有效的规范。”王征说。

●2017年流水交易额  
250亿—270亿美元

●2017年估值  
560亿美元

●目前用户超4.5亿  
日订单2500万

监管

资本

相关新闻

### 反垄断局 多次约谈滴滴

在合并了快的、优步之后，滴滴占领了网约车市场九成份额，一家独大。然而，早在2016年9月，商务部就表示：滴滴、优步合并没有向商务部申报，正在根据《反垄断法》等有关法律法规进行反垄断调查。

目前，这起调查已历时一年零八个月，但至今仍未向公众公布结论。

中国出租汽车产业联盟也致函有关部门，就2016年8月这起合并案的反垄断调查咨询进展情况，但均未得到回复。

去年7月27日，时任商务部新闻发言人的高峰回答记者提问时表示，正在对滴滴出行和优步中国合并案依法进行调查，称：“商务部反垄断局已多次约谈滴滴出行。”

据中国之声

# 给狂奔的网约车拴好监管的“缰绳”

形象是陈旧出租车市场的破局者、被大众同情的创新者。

但随后的一年多来，围绕滴滴的却是马甲车频现、同路不同价、高峰期加价离谱、违法运营车辆增多等负面消息，滴滴多次被主管部门约谈，直至最近发生了空姐遇害事件。滴滴成了一个人人喊打的“垄断者”。

滴滴用市场绑架了投资人、主管部门、乘客。对于投资人，一方面许以盈利回报，一方面不断烧投资人的钱扩大市场，排挤竞争对手，将网约车作为增加“流量”和“估值”的工具，不断吸引新的资金入场；面对主管部门，倚仗市场主导地位，每次约谈时表面态度诚恳，背后却视为“耳旁风”，我行我

素，私下为违规运营车辆提供各种便利，甚至躲避监管；乘客面前，明明已经一家独大的滴滴，却扮演着夹缝中生存的创业者角色，熟练运用大数据进行价格“杀熟”，泄露乘客隐私。

网约车问世的这几年，滴滴的确给我们带来了很多出行便利。但时至今日，滴滴这匹脱缰的“野马”必须受到约束，市

场竞争的无形之手与政府监管的有形之手须联合起来。

滴滴一家独大，司机和乘客往往就会处于弱势地位，其合法权益应该受到格外重视。网约车要发挥出便捷、周到服务的效力，主管部门必须“量体裁衣”设计新的管理制度，依法合规鼓励新业态规范发展。

(任志方)

bianjikuiping  
编辑快评

回想一年前，当各地主管部门陆续出台网约车管理规定时，曾被不少人认为新规太过严格，扼杀创新。彼时，滴滴的