

## ■滴滴优步合体·探原因

本就郎情妾意  
又遇新政“催婚”

滴滴优步合并是必然,是否垄断观点不一

8月1日,滴滴出行宣布与Uber全球达成战略协议,滴滴出行将收购优步中国(以下简称优步)的品牌、业务、数据等全部资产在中国大陆运营。上海金融与法律研究院执行院长傅蔚冈接受齐鲁晚报记者采访时表示,滴滴出行收购优步中国多半是出于应对新政。

本报记者 刘飞跃 张榕博  
刘 帅

优步仍将独立运营  
双方互相持股

网约车新政出台仅仅四天,网约车市场再现大动作。8月1日下午,滴滴出行宣布与优步达成战略协议。滴滴出行将收购优步中国的品牌、业务、数据等全部资产在中国大陆运营。数轮烧钱大战结束后,占据国内专车市场前两位的滴滴和优步正式组建了超级出行平台。

滴滴出行称,双方达成战略协议后,滴滴和优步将相互持股,成为对方的少数股权投资。优步将持有滴滴5.89%的股权,相当于17.7%的经济权益,优步的其余中国股东将获得合计2.3%的经济权益。

不过,与之前滴滴和快的合并不同,优步将保持品牌和运营的独立性,司机和乘客继续获得稳定服务。滴滴将整合双方团队在管理和技术上的经验与专长,在用户资源、线上线下运营和营销推广等层面共享资源、协同发展。

滴滴出行总裁柳青表示,超过1500万司机和3亿注册用户已经加入滴滴社群。目前该平台提供超过1300万灵活就业计划,直接充分就业超过100万,日服务乘客达1600万人次。

据优步在6月16日召开的2016年年中战略发布会上公布的数据显示,优步目前在中国已经落地60座城市,订单量每月达3000万单,占据国内网约车市场大约三分之一的份额。

烧钱游戏接近极限  
新政促双方“解脱”

就在上周四,国务院新闻办召开发布会,介绍深化出租汽车行业改革和《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》(以下简称指导意见)、《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》(以下简称暂行办法)相关情况,赋予网约车合法地位。

就在新政出台四天后,滴滴就收购了优步,很难不让人认为这与政策有关。有分析就认为,这是滴滴和优步在经过旷日持久的烧钱大战后必将出现的后果。而政策的出台,在这次联姻中成功起到了“催婚”的作用。

自2012年以来,滴滴和优步各自进行了七轮以上的融资,融资额超过了百亿美元。目前,滴滴虽然占优势,却很难将优步逼死,优步也深

知,作为外来者想在中国当老大,更是难上加难。此时,无论是两家公司还是其身后的补贴者,都无法再承受烧钱游戏了,合并这一选项,早已在双方的考虑之中。

上周四的新政策,更是加快了两方的合并速度,其原因就是新政增加了网约车平台公司的成本。傅蔚冈介绍,网约车平台公司在城市运营必须向相应出租汽车行政主管部门申请,同时还要按照规定保证运营安全提高服务品质。“这些都会增加网约车平台公司成本。”傅蔚冈说。

本身就郎情妾意,再加上主管方有意撮合,网约车市场上的两大巨头就这样在一起了。这个时间点有偶然性(政策刚出台),其中则蕴含着必然性(烧钱接近双方极限)。

网约车规模受控  
有专家称不构成垄断

“老大吃了老二独统江湖,这是不是说明垄断要产生了?”自双方合并的消息传出,就有不少眼睛开始盯着反垄断法不放,很多人都在看着这部法律会不会叫停双方的这次结合。

根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定》,经营者集中达到下列标准之一的,集中之前应当向国务院商务主管部门申报。

一是参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过100亿元人民币,并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过4亿元人民币;二是参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过20亿元人民币,并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过4亿元人民币。

滴滴出行对此回应:目前滴滴和优步中国均未实现盈利,且优步中国在上一个会计年度营业额没有达到申报标准。

针对这个问题,傅蔚冈认为两者合并难以形成垄断。其理由是,滴滴和优步虽然占据了网约车市场的绝大部分份额,并且会对新竞争者进入造成障碍,但相较于整个公共交通体系而言,这只是小部分。

“两份文件明确,政府应该根据城市具体情况,合理把握出租汽车运力规模及在城市综合交通运输体系中的分担比例。”傅蔚冈认为,网约车的规模本身将由政府决定,“这就形不成垄断。如果顾客觉得价格高了,可以选择巡游车。”

傅蔚冈还表示,暂行办法明确,网约车平台公司不得有为排挤竞争对手或者独占市场,以低于成本的价格运营扰乱正常市场秩序,损害国家利益或者其他经营者合法权益等不正当价格行为,不得有价格违法行为。这些行规其实已经可以降低垄断出现的概率了。

不少网民和专家对两家“巨无霸”合并实际造成的市场影响表示担忧。反垄断法学界虽然发声谨慎,但倾向是明显的:在互联网正在加速吞噬和改造传统产业的情况下,主张互联网产业不受反垄断法规制,等于说所有产业都不需要反垄断法。对反垄断法经营者集中审查的认识,应该与时俱进。

在垂直互联网领域  
赢家通吃已成常态

老大娶老二,这种情况在互联网领域其实并不陌生,只是由于滴滴和优步关乎人们出行,才会引发格外大的关注。这背后体现的是互联网公司“赢家通吃”的竞争规律,这一现象在垂直细分领域更是常见。之前线上旅游领域的携程收购去哪儿,团购领域的美团和大众点评合体,都是体现了相似的套路:两个最强者在血战中脱颖而出,却均无力击败对方,最终在资本的推动下结合。

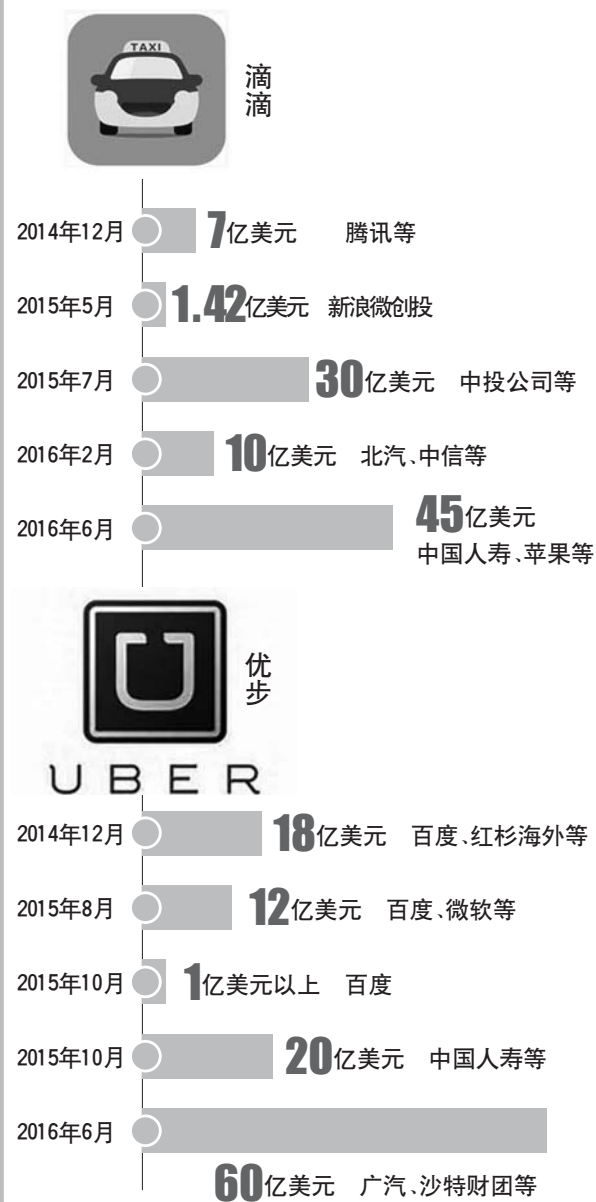
有文章分析,“对于垂直行业的互联网厂商而言,其获得竞争优势的核心策略不再是研发新产品以及增加营销活动,而是谋求垄断性的市场地位,在形成对竞争对手的有效阻击的同时获得对用户的垄断定价权——或者表现为垄断之后市场营销服务成本的降低。”

获得垄断性的市场地位的最便捷方法,便是直接把对手买下来,或者合并一起赚钱。中国的优秀互联网产品数不胜数,但仔细观察便可知,每个领域的背后总会有BAT(百度、阿里巴巴和腾讯)三巨头的影子。例如此次优步背后有百度的股份,滴滴后边有腾讯和阿里的股份。再往前推,老滴滴打车和老快的打车合并,也是腾讯和阿里的媾和。目前“最新版本”的滴滴打车,则成了国内首家被BAT三家同时投资的公司。

目前,我国大多数垂直互联网领域都已经完成了深度整合,居于翘楚的几个产品大多是经历了多次收购合并后的产物。应该看到,这些产品在经过多次股权变更后,依然保持相对独立的运行和稳定的风格,这也说明,其背后的投资方目前还是乐于扮演“闷声发大财”的角色。



## 滴滴和优步近年来融资情况一览

交通运输部发布网约车运营规范  
网约车要比出租车高档  
且不能巡游

本报济南8月1日讯(记者 刘飞跃) 8月1日上午,交通运输部发布《网络预约出租汽车运营服务规范》(征求意见稿)。该规范明确提出,运输车辆应随身携带预约出租车运输证,驾驶员应携带预约出租车驾驶员证,且不得在街上巡游揽客。规范从1日起至本月底向社会公开征求意见。

对于滴滴、优步等网约车平台,规范提出了“提供24小时不间断经营服务”的要求。当服务过程中发生安全事故,经营者应承担先行赔付责任,不得以任何形式向乘客及驾驶员转移运输服务风险。

在平台注册的车辆应取得当地公安部门核发的机动车牌照和行驶证及当地出租汽车行业管理部门核发的营运证件。此外,应通过安装车载终端等手段,对车辆运行和服务过程进行实时动态监控,确保网络服务平台提供服务车辆与实际提供服务车辆一致。

除此之外,运输车辆应随车携带《预约出租汽车运输证》、《预约出租汽车驾驶员证》,车内设施配置及车辆性能指标应明显高于当地主流巡游出租汽车,宜提供互联网无线接入、手机充电器、纸巾等供乘客使用。

运营期间,驾驶员人像等个人生物特征数据也应被实时采集,以确保线上提供服务驾驶员与线下实际提供服务的驾驶员一致。在运营服务中,驾驶员不应巡游揽客,不应在机场、火车站等设立统一巡游车调度服务站或实行排队候客的场所揽客。