

本报记者 刘飞跃

官方平台发红包 国内尚属第一家

7月2日,济南官方打车软件“爱召车”发布消息称,7月5日(周三)爱召车红包活动正式上线。乘客只要下载APP,就可以得到30元打车券包。面额分别为3元、5元以及7元,使用期限自7天至28天不等。用户邀请好友后,老用户可以得到20元优惠券包。

与其他网约车平台促销活动类似,爱召车还推出了“随机立减”活动。用户在结算时,随即可减免车费,例如本应支付12元打车费,优惠2元后实际支付10元即可。优惠金额以1-2元小额减免为主,以大额减免为辅,单均优惠金额2元。

2016年底,新版爱召车重新上线,进入试运营阶段。2日,“爱召车”方面负责人说,目前爱召车司机端下载量为七千左右,乘客端约为3万,日均接单单左右,不过雨天中订单量略有下降。

“发红包是出租车驾驶员提出来的,爱召车现在知名度不是很高,我们打算把推广费用直接回馈给乘客,这样也便于乘客给我们提一些意见。”该负责人介绍,红包方案三月份就拟定了,测试一个月后才打算推出市场。

2013年4月,“爱召车”1.0版正式上线,比当年9月份登陆济南的“滴滴打车”还要早上4个月。2016年10月底,新版“爱召车”开始酝酿。其间,广州、北京等地均推出了类似带有“官方”色彩的打车软件,比如一直以官方平台称呼的广州“如约的士”,以及北京96106电召平台旗下的“飞嘀打车”,南京的“有滴”软件。

不过,从总体来看,上述几家有名的打车软件市场占有率都不是很高,而且近期也未见到关于发放红包、优惠券的公开报道。从目前来看,新版爱召车发放红包之举打破了官方软件不搞优惠的先例。

从网约车到共享单车 六月出行便宜不少

出行市场没有界限,从6月份开始,滴滴、首汽等网约车平台也悄悄给乘客发放优惠券,这在近年来尚属首次。

以滴滴出行为例,近期不少市民都会收到四五元数额不等的优惠券,或者是六七折的打折券,这对市民来说确实有好处。“我平时去单位坐快车一般13元左右,近期打车8元就够了,便宜了不少。”市民任先生说。

相对高端的首汽约车从上月开始也加大了发放红包的力度,这在首汽进入济南的一年多时间内也不多见。现在济南市民陈先生的首汽约车APP中,仍旧放着已经过期的出行券。

“我一看手机里,光6月开心券就五张,周末出行券两张,面额都是10元、20元的。”刘先生说,随后首汽约车又发放了50元免单券,这使得他6月打车支出比之前少了将近一半。

而刚刚从“提款门”恢复元气的易到用车,现在也推出了“充返”活动。充500元送250元,附赠120元出行券礼包,也就是在参与充返活动且使用优惠券的情况下,易到可以做到单单至少66折。

第三方机构的调查显示,国内出行市场的估值是千亿级,目前远未达到饱和。同时,网约车平台的优惠战火目前已经延伸到了共享单车领域。

进入6月份,国内打车软件巨头ofo光免费骑行就达到了12天。随即,另一巨头摩拜于月底向全国用户送出3000万张月卡,新用户只需简单注册、缴纳押金、领取月卡,即可享受30天的免费骑行服务。摩拜单车的月卡极大降低了新用户的使用门槛,优惠力度之大创下



大图:一名全职网约车司机正在工作。 本报记者 刘飞跃 摄

小图:6月28日下午2点,记者通过爱召车打车,结果等了将近一分钟也没有司机接单。 手机截图

连“爱召车”也要发优惠券了 网约车再掀红包战 这次为抢平峰市场

官方打车软件爱召车也终于首次“触”红包,拥抱互联网时代。7月2日,新版爱召车发布消息,要对新老用户发放数额不等的红包。从全国官方打车软件来看,爱召车之举尚属首次。而滴滴、首汽等网约车平台从上月又重新开始悄然发放红包,新一轮红包大战似乎一触即发。专家认为,网约车平台发放红包,可能是为了争夺平峰出行市场。

行业新标杆。

早晚高峰司机不挣钱 平台希望创造平峰需求

高峰时期不加价打不到车,加了价也未必能够打到车。同时对司机来说,虽然早晚高峰看似订单较多,其实很难挣钱,这是目前国内出行市场普遍存在的问题。

网约车专职司机高师傅说,早晚高峰加起来四个小时,按照现在济南的拥堵程度,每小时最多能接一个活,而且接的活都是小活,主要是因为早晚高峰上下班的乘客居多。“现在一天也就20多单,早晚高峰单子多,不出活,挣不到钱。”高师傅说,虽然网约车平台都在高峰有奖励,但是司机出车意愿并不是很高。

高师傅的说法在滴滴、首汽约车等网约车平台发放的优惠券上得到了印证。比如,滴滴快车6月26日发放的59折券便要求,济南乘客平峰期享受59折,最高抵扣4元,时间为9点到16点。同样,6月15日的滴滴快车券则显示减免4元,支付后再返5元券,时间段同上。

以首汽约车为例,6月17日,首汽约车发放了“一路畅通券”,这样面值为15元的优惠券适用时间为10:00—16:59,而27日发放的同样面值的“欢欣出行券”的适用时间为11:00—16:59。

对于网约车平台的上述行为,经常打车的市民冯先生说:“这种行为有利有弊,比如我出行时间就是早高峰的时候。如果叫不到车,我可能选择公交车出行了,这对保持乘客忠诚度未必是好事。”

对此,不少专家认为,现在网约车市场没有完全细分。除了早晚高峰以外,中午次高峰、夜间次高峰的市场潜力逐渐被认识到,网约车平台在平峰时期发放红包,除了增加用户粘性以外,更多的是培养用户使用习惯,创造新的出行需求。

记者手记

红包难长久,唯有服务能留人

本报记者 刘飞跃

如果说2015年是网约车的肇始之年,那么2016年就是共享单车的发轫之年。进入2017年,打着共享名义的共享汽车、共享电单车纷至沓来,传统的出行工具安上了互联网的翅膀,国内出行市场一波未平一波又起。

不过,国内出行市场更新换代如此之快,其服务却未跟上。说得更直白一点,与其说市民选择了网约车、共享单车,不如说是这些互联网出行公司发放的红包催生了出行的蓝海,创造了这么多的出行需求。

随着网约车市场的逐渐稳固,网约车政策逐渐明朗,平台发放补贴的频率越来越低,原来走平民路线的快车系列其价格甚至超过了出租车。

虽然高额补贴带来专车市场的繁荣,但过多补贴并不符合市场规律,减少和退出是必然,这种低成本的竞争手段不可能持久。而就在网约车价格逐渐上涨的同时,其服务质量却一直没有提上去。

比如,现在一些网约车平台,如果不加价,早晚高峰甚至叫不到车,有的网约车司机服务态度也是下滑了不少,之前那种“撑着雨伞接你”的网约车也几乎绝迹了,有的司机甚至因为评分低而报复乘客。

济南社科院经济研究所所长王征认为,互联网+仅仅是一种手段和工具,红包和补贴以及提供矿泉水等,都是一种促销手段。“专车和出租车在本质上是一样的,都需要通过认真的服务和热情的态度赢得顾客。”王所长说。

相关新闻

济南网约车新政近期或公布

本报记者 刘飞跃

2016年7月28日,《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》两个国家级文件公布,出租车行业改革和网约车监管正式有了依据。

随后,山东省内青岛、潍坊、淄博等地已经相继公布了各自的网约车征求意见稿。当年11月12日,《济南市出租汽车行业深化改革实施意见》《济南市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则(暂行)》征求意见稿发布。

征求意见稿规定,网约车需为3年内

新车,计税价格12万元以上,非新能源汽车轴距2700毫米以上,标准在省内居于中等。在30天内,通过公告电子邮件、信函、传真等三种方式征求意见,济南客管中心共收到有效意见7522件,30738条。

征求意见稿公布八个多月过去了,可是济南网约车政策迟迟未落地,这让不少民众很是诧异和着急。

记者从多位知情人士处获悉,网约车新政征求意见已经结束,现在等待的是法制办和市政府的程序,目前网约车征求意见稿尚未进入开市政府常务会议阶段,开会之后差不多就能定下来了,或许不会等太久。