

困局中的长途客运,方向盘该往哪儿打

出行方式多样化,原有乘客群体日渐零落
转型升级脱困,搬家研学都成了客运业务



打开出行软件,选一个近日出发的高铁,无座的“抢”字会让人困扰。但长途汽车的页面却通常显示“余票充足”,大巴似乎永远在等待着它的乘客。

今年以来,广州、武汉、湛江等地个别长途汽车站关停。曾承载重要客流中转功能的长途汽车站从舞台中心逐渐隐没在边缘。在高铁、私家车甚至网约车的冲击下,一些客运站积极自我改变,试图缓冲断崖式的下滑。

文/片 记者 孙雪萌 岳致呈
见习记者 张瑞雪 李文璇
石晟绮 徐晓磊 时海侠 刘志坤

困顿: 乘客稀稀拉拉 效益日渐下滑

“乘客稀稀拉拉,跑一趟不够成本,收入普遍下滑50%左右。客运行业现在都特别艰难,都是咬着牙坚持跑。”9月19日,跑长治—济南线路的司机李师傅向记者描述从业者普遍存在的困境。

“也有转去跑货车的,相比跑客车,收入要多,虽然熬夜比较辛苦,但付出和收入基本对等。”李师傅介绍,就司机而言,跑长途客运的投入产出比较低。记者了解到,日均驾驶10小时、负责济南—聊城线路的司机月收入仅为4000元左右,这也印证着李师傅的判断。

“2008年奥运会的时候,南北两区统称总站,一天的运送量也得三四万人。现在的话,客运量日常可能每天一万二左右。”济南长途汽车总站工作人员郭韩峰介绍。

济南长途汽车总站被外界称为“中华第一站”,它一直都是中国公路汽车站售票收入、乘客发送量、发车班次的全国第一。出行最高峰日发客量达到惊人的15万人。尽管如今日均1万—2万的客运量仍属翘楚,但行业整体进入凛冬后,作为全国长途客运龙头的济南总站也难掩窘迫。

原为应对高客运量而采用三层立体发车模式建造的济南西站,自2016年建成后,客流也未达预期。目前,二、三层已停用,仅一层候车室足以容纳全部客流。

地级市、县域一级的状况就更不容乐观。

据山东省交通运输厅官网消息,2023年为期40天的春运期间,道路客运量同比增加3.01%,而铁路、水运、民航的这一数据分别为26.80%、109.54%、11.26%。相较之下,长途客运的回弹最为缓慢。此外,济南市城乡交通运输局统计,2022年全市公路客运量同比下降29%,近三分之一乘客流失。

天眼查显示,济南长途客运总站、西站、东站共同隶属的总公司山东交通运输集团2011至2015年净利润持续上升,但2016年起,其净利润下滑明显。2019年下半年起,企业未再公布其营收状况。

冲击: 私家车网约车 成最大竞争对手



“兔兔快运”“兔兔搬家”是山东交通运输集团为寻求增量而开发的“副业”。

“顺风车、网约车、黑车对我们冲击是很大的,它们最大的优势是灵活性。不但地点灵活,价格也可以调整。比如本来50块钱,乘客一讲价,顺风车40元也给拉走了。”郭韩峰无奈地表示。

与公众的印象略有出入,郭韩峰认为给了长途客运“当头一棒”的竞争对手并非飞机、高铁,而是私家车和网约车。“我们现在发的车大多是200公里内,车程4小时内内的线路会多一些,这个距离和我们竞争最大的肯定还是小轿车。”

聊城汽车总站副站长陈光艳亦认同这一判断。“2015年,我们的客流每天还能有七八千,但2016年下滑了15%。我去做市场调研,发现那一年,聊城市东昌府区的汽车保有量增加了17万辆。”陈光艳说,“17万辆车代表着17万个家庭,这意味着我们一下失去了50万个潜在客户。”

济南长途汽车西站工作人员田景月告诉记者,今年11月底,聊城高铁站便会正式开通运营,预计长途汽车西站的客流将进一步流失。

相较前者,长途客运的核心优势在于价格低廉,这对价格敏感人群具有较强吸引力。但低价这一优势在网约车、顺风车普及后也难以维续。例如,济南—东营一线的长途大巴价格为97元,需乘坐4—5小时;而包车价格在单人130元左右,行程通常控制在3小时内,两者价差并不大。并且,包车“点对点”的运送方式也省去乘客奔波于目的地与长途汽车站之间的费用,比较之下,长途大巴的确显得“笨拙”。

金钱、时间、体验,可谓出行的“不可能三角”。上世纪八九十年代,长途大巴也曾被视为“工业文明”的代表,其速度、便捷度、舒适度广受称赞,驾驶大巴是“体面光鲜”的工作。然而如今,在“不可能三角”中,长途大巴似乎陷入了四面楚歌的“包围战”,正在迅速丢失所有领地。

托底: 出行工具丰富 谁还在坐大巴车?

19日早上,济南长途汽车总站大厅内,除务工人员外,还有一些年纪较长以及学生模样的乘客零零落落坐在候车区。

“我没坐过飞机,也从来没旅游过,出门最近一次就是去烟台上大学,坐汽车去的。”候车的乘客小张表示。

据《北京日报》报道,我国尚有10亿人未曾坐过飞机。小张认真地告诉记者,他的生活范围从未超出省内,尽管网约车舒服很多,但价格贵100元,这与他一天的收入相当,所以他坚持坐大巴回聊城。

长途汽车还能开往铁轨尚未覆盖的区域,向更深处延展至县城、乡镇。家住泰安宁阳的乘客类女士,就需乘坐3小时的长途汽车到济南务工,“宁阳县没有火车站点,但我家附近就有汽车站,走路就能到”。

这是仍在首选长途大巴的人群缩影。虽已有丰富的出行工具,但对相当一部分人群而言,他们总希望以最低成本实现流动。

托住这些奋斗者,高高举起他们“有的选”的尊严,是长途汽车在当下不可退场的使命之一。另一重“托底”,则更紧要。8月6日,德州市平原县发生地震,京沪高铁线路部分停运,为了让搁置的旅客如期出发,济南长途汽车总站至北京方向增发60多班客车,运送3万余名乘客平安抵京。

这类突发状况中,长途客车如同坚实的底座,托举着民众生活的平稳运转,虽平时已显冷清,但关键时刻尚能“挺身而出”。

转型: 向网约车等对手学习

无论作为出行的“托底”选项,还是时间金钱成本的“最优解”,长途客运存在的必要性都不言而喻。因此,已经面临“生存危机”的长途客运主动或被动转型都迫在眉睫。

2023年7月,交通运输部等11部门联合印发了《关于加快推进汽车客运站转型发展的通知》,这正是对长途客运市场的长线指导。

与之呼应,济南市长途客运行业也早早开始积极自救。“其实早在五六年前,我们就转变了‘等客上门’的思想。”陈光艳认为,门对门的“定制客运”便是一次向网约车等对手学习的重要转型。

2022年,全省共有26户班线经营者开展定制客运业务,定制客运线路多达175条。当年6月,山东省交通运输厅指定的“齐鲁出行”定制客运网络平台上线后,也实现了定制客运线路近500条。

更为精准、细分的“游运结合”精品线路也是转型的有益尝试。2020年,济南汽车总站旅游专线便推出了“车票+门票”的“站运游”模式。今年4月,近郊游市场升温时,济南长途汽车总站又顺势推出26条近郊游线路,颇受好评。

“客运站想生存、想发展,还是要考虑跨界融合这种方式。”山东交通学院交通与物流工程学院教授刘华琼认为,刺激增量是目前长途客运求生的关键,“比如‘客货邮’就是用客运车辆的行李舱捎带一些快件货物,把快递送到农村的最后一公里。这种客车、快递、农村物流的跨界整合才能做出增量。”

“兔兔快运”与“兔兔搬家”正是山东交通运输集团为寻求增量而开发的“副业”。用心经营之下,搬家业务已成为济南市正规搬家的龙头。“兔兔快运”更凭借长途客车班次密集的优势,使得“当日达”成为其金字招牌。近期,搭载“研学”东风,济南长途汽车总站又将枝权伸到了教育领域。“研学游”业务以总站为教学主体,让一座车站成为孩子的游乐场与课堂。

