

共享出行的梦想与现实

李开复曾笑言：“世界上最大的出租车提供商没有车，最大的零售商没有库存，最大的房屋租赁服务商没有房产。”这说的就是优步、阿里巴巴和Airbnb（全球最大的旅行房屋租赁社区）。

共享经济的浪潮代表着新的生产关系和生活观念，共享出行是解决拥有者与使用者需求矛盾的有效方案。方兴未艾的“汽车共享”、“分时租赁”等业务拥有巨大的发展空间，甚至可能改变汽车行业的格局。这也是模式与产品互相结合、互相促进的重要领域。对车企来说，把握住这波浪潮，培育新模式、新业态，或许也是推动自主品牌发展的良机。

共享经济通过借力互联网正在改变着中国的出行市场，也越来越深入地影响我们的生活方式。共享出行市场开始于出租车打车市场，目前已经开始向出行的各个领域快速渗透，以专车、顺风车等为主要形态的出行共享经济开始在中国生根发芽。

物尽其用、各取所需的朴素哲学是共享经济能被长期看涨的关键，备受推崇的共享出行是看着美，还是真实用？



见习记者 李妍如

共享出行离你有多近？

《青年报》最近刊登了一则“拼车软件叫来公交车”的新闻，报道中的陈女士使用“滴答拼车”APP下单叫了一辆“专车”，等来的却是一辆“收工”的公交车，最后陈女士享受了个人包“公交车”的服务。撇开公交车司机公车私用的问题，与其空车回库，不如顺路载客，“资源”一点不浪费。可见，共享出行的理念越来越深入人心。

纵观普罗大众的出行习惯，已经形成了公共交通、出租车、私家车出行三足鼎立的模式，格局稳定。但细究之下，这三种出行方式或不能完全满足大众的出行需求，或存在一定的资源浪费。

公共交通出行最有利于城市交通畅通，但高峰时段拥挤，线路有限，其更适合通勤人群，老幼等特殊人群出行仍然存在不便。出租车行业几乎承接了除公共交通、私家车之外的所有出行需求，但出租车行业长期受到过度监管，服务质量参差不齐，司机也面临“份子钱”、“空驶率”的问题。出行领域的供需矛盾在出租车行业也表现得尤为明显。

此外，截至2015年年底，我国私家车总量超过1.24亿辆，全国平均每百户家庭拥有31辆私家车，北京、成都、深圳等大城市每百户家庭拥有私家车超过60辆。虽然体量在不断增大，但我国私家车的使用率却不高，以北京为例，该市道路上行驶的私家车上座率仅为1.2人。现实世界中，稀缺和过剩总是同时存在的。创新的业态让过剩的

运力资源去匹配尚不能完全满足的出行需求，何乐而不为？

正是由于大量未满足需求的存在，以及共享经济核心的支撑点移动互联网和移动支付不断完善，交通出行领域成为最早被共享经济改造的领域之一。在公共交通、私家车领域外，共享经济提供专车(快车)预约服务、出租车预约(即“打车”业务)、私家车顺路搭乘(即“顺风车”业务)以及P2P租车四种新兴模式。

据相关数据显示，2015年中国移动出行用车用户规模达2.69亿人，同比增长27.5%。专车、顺风车及代驾等出行形式蓬勃发展，竞争激烈。实际上，专车、顺风车或代驾等形式，是基于分享出行模式衍生出来的产品形态。共享出行，这个被优步、滴滴带火的行业，已经成为中国的红海市场了。

共享出行为什么会火？

家住浦东金桥地区的方先生每天要开车来回位于普陀区的单位，出于好奇心，2015年9月，他加入了“滴答拼车”平台注册司机的队伍，利用上下班的时间接送他家所在小区，以及单位附近一定范围内要搭“顺风车”的人。通过从滴答平台获得的补贴，方先生能够支付用车时的停车费。不仅如此，方先生认为拼车还是一种不错的线下社交方式，会遇到一些有意思的乘客，让彼此上下班的路上增添许多乐趣，他就在接单的过程中遇上了自己多年未见的初中同学。

人们的某些购物行为并不能完全实现所购产品或服务的使用价值，这可能是几百册书，也可能是

一辆车，这些被忽视的使用价值也可被视作“浪费”。通过人人共享，把这些闲置资源进行再利用，就能产生无处不在的创新机会。

刚从大学毕业的小肖在上海从事策划工作，每日上下班、偶尔出外勤用优步的专车服务已经成为她的首选。2014年，她刚刚接触叫车软件时，尝试过优步、滴滴打车、滴答拼车、神州专车等一系列五花八门的应用。“像一号专车、神州专车这种需要提前充值、不能移动支付车费的APP是我很快就放弃的。最后一直选择用优步，首先是因为价格比较合理，能保证在短时间内叫到车；其次是通过优步叫到的车总体上比一般的出租车干净，司机的素质也比较高，能够提前在指定地点等我，在行驶中不会一直看手机接单或者大声地用对讲机；司机还会主动帮我开车门、拿行李。”小肖如是说。

像小肖这类年轻人的消费特点就是注重体验，特别是即时体验：马上得到，马上使用；用多少，付多少。美国共享经济的鼻祖罗宾·蔡斯最初为其创办的Zipcar（美国汽车租赁服务）招募会员的时候，就将关注点聚焦在大学城，直至今日，三分之二的Zipcar会员年龄在35岁以下。初入社会还未站稳脚跟、缺少事业基础和足够积蓄的年轻人能最先接受共享出行理念，对他们而言，获取资产的所有权并不轻松，“不求拥有，但求使用”的共享理念正合他们胃口。优步打出的口号是“让出行像流水一样可靠，随处可见，连接你我”；滴滴野心满满，要“实现三分钟内就下单用户上车的梦想，建立全球最大的一站式出行平台”。或许在未来，经过

这些共享出行服务提供商的催化，消费者的购车观念可能会被彻底颠覆，习惯了有偿让渡汽车的使用权给他人或购买出行服务，拥有一辆车还重要吗？

共享出行时代到来了吗？

王师傅和他的爱人开出租车已经快20年了，说到“滴滴叫车”，王师傅坦言，在叫车软件刚出来的时候，接单可以拿到补贴，减少了空载率，除去“份子钱”、油钱外，月收入有所增加，但还是不如专车司机的日子过好，他甚至准备改行去当专车司机。叫车软件以“烧钱”双向补贴司机和消费者的方式强势进入市场，一时之间连大妈出门买个菜也要叫专车，司机骗补贴的事情时常发生，我国多地出租车司机也曾罢工，抗议打车软件抢生意。2015年下半年，严格的专车新政细则意见稿出台。新规规定网络预约出租汽车必须获得“营运资质”，禁止私家车有条件接入，网约车也将面临8年报废期。至此，专车哑火，高额补贴消失。

王师傅说：“补贴没有了之后，虽然还会用软件接接单子，但我还是更愿意拉扬招的顾客。有些用软件叫车的顾客要上车的地方会绕路，还要进小区，特别麻烦。”有不少被访者也无奈坦言，随着打车软件的推广，在上海打车反而越来越难，“不仅仅是路上显示绿色顶灯的空车扬招不停，就连拿打车软件打车也很难，必须要加价才有车。”

所以，共享出行的时代真的到来了吗？笔者认为，这个时机还未到。

一般来说，用车服务的基础是突破两个心理障碍：一是说服消费

者享受出行之乐，不必自购车辆，这一点诸如神州租车这样的先驱已经进行了多年的市场教育；二是告诉车主闲置车辆不是负担，而是摇钱树。但放在中国的实际环境中，要跨过屏障可能没那么简单。

首先，汽车作为代步工具使用时，在上下班、旅游等一些场景中可以被替代，但中国人注重个人隐私。根据有关研究机构的调查，有60%的中国消费者认为汽车是身份的象征。此外，我国对市场信用评价及管理的体系尚未健全，一定程度上来说，共享出行的发展前景取决于我国社会信用建设的速度和质量，而社会信用又取决于这个社会的法制化程度。

其次，技术的发展会将共享出行往相悖的两端拉扯。在一端，随着车联网等一系列技术的应用，互联网用车体验会进一步推动共享出行发展。在另一端，智能技术将汽车真正打造成你的私人空间，汽车成为你个人信息的记录终端，你与他人共享了汽车，也增加了风险。

最后，政府的干预会阻碍共享出行的渗透速度。即便在专车新政中把“顺风车”归类为道德行为，共享出行仍然不能缺少必要的监管规划。此外，怎样规范劳动关系与劳动保障一直是共享经济中棘手的问题，尚未得到回答。

所以，笔者认为，目前多样化的共享出行模式尚未对国人的出行方式产生颠覆性的影响，只是作为对现有模式的补充。但新技术带来的新变革会让未来超乎我们的想象，在尚未发现一个直达未来世界的“时空隧道”之前，我们只能从眼前的现实世界出发，一步一步向前挪。