



## “刚上车，司机递来一张二维码”

几天前，王珏用滴滴打了一辆出租车，刚上车就碰见一件“稀奇”事。

司机让她把滴滴订单取消了，并递过来一张二维码，说扫一扫就能有最高8元的优惠。王珏没多想，按照司机说的步骤做了之后，页面弹出了一个她不太熟悉的名字——首汽约车。

而后，这个APP便一直躺在她的手机里，偶尔想起来了打趟车，多多少少都能减免几元。她觉得，只要有优惠，用哪个平台不是用呢？

记者了解到，宁波目前共有十余个网约车平台，且大多都把目光盯牢了出租车领域，因为一个天然的优势——出租车合规以及专业化的运营。

忻文儿说：“打个比方，网约车相当于网店，传统车相当于实体店，实体店买东西总归比网店放心。一旦乘客在乘坐出租车的过程中出现什么问题，都能找到运营公司、行业协会和监管部门，我们有着严格的管理体系。”

十余个平台里，首汽约车是行动最早的。2017年8月，首汽约车宣布在南京、青岛、佛山三城上线出租车业务。一年后的9月20日，首汽约车才在宁波开通出租车服务，截至目前，共有8231名司机注册，基本实现宁波出租车司机的全量接入。

而嘀嗒进入宁波比首汽稍早，是在去年的5月4日。嘀嗒从2017年10月在北京上海试点开始，就明确了出租车这一主攻方向，将其网约出租车的布局逐步延伸到全国80多个城市。

哈啰虽然不做打车业务，但出于用户在短、中、长途出行上的需求，它以平台形式接入嘀嗒，依旧是全国80多个城市的用户都可以使用哈啰打到出租车，也包括宁波。

就连滴滴也重新审视其出租车业务来。2018年11月9日，滴滴方面称：“与出租车行业始终保持着良好的合作关系，接下来要促进巡游出租车和整体共享出行行业的加速融合，并且已经与150家出租车企业达成深度合作。”

不消说，还有易到、曹操、神州等平台，都曾“试点上线”或是“短暂上线”过出租车业务。忻文儿坦言，以前是出租车司机找平台，希望通过平台赚钱，现在更多的是平台找上门来合作。

“风水轮流转了。”

有意思的是，上述这些网约车平台的公关辞令中不约而同地强调了“为出租车业务赋能”，赋能的方式老旧却有效——地推团队配合司机补贴。

据首汽约车相关负责人介绍，出租车业务自宁波上线至今，乘客可以享受每日首单立减3元~8元的优惠政策；而接单的出租车司机，一般每月可获得1000元~2000元的接单补贴，优秀司机单月收入能够提高50%以上。

嘀嗒出行行为宁波的新用户提供了最高36元的新人大礼包，内含多张出租车优惠券；而司机在第一周内，前2000名注册的可获得冲单奖励翻倍，即每日满三单奖励30元，满5单奖励50元，满8单奖励100元。

从某种程度上来说，补贴的力度对平台切入出租车市场的效果，几乎起到了决定性的影响。

忻文儿告诉记者：“宁波一直以来就有95128电召和95128打车APP，但由于没有补贴，所以老百姓知道的并不多。目前每天的订单量能保持在3000单左右，完成率98%，完单量多的司机也可以获得奖励。”

同时，他也承认，再怎么奖励，95128要跟烧钱的平台去竞争，无异于以卵击石。

## “不管黑猫白猫，能捉老鼠的都是好猫”

开出租车现在还是一门好生意吗？

在回答这个问题前，不少出租车司机向记者还原了他们的“高光”时刻，那时候，市面上还没有一辆网约车。

鄞州峰达客货运输服务站的何非一天跑下来，最高做了1900多元毛利，“我记得很清楚，从兴宁桥到黄鹂新村一段路，光三公里就做了两百多元，人上了下，下了上，走到哪里都有人招手打车，平时一天六七百元还是有的。”

林京是宁波中北汽车客运有限公司里做了十六年的老“的哥”了，在他印象里，平均每天也能做到四五百元毛利。

忻文儿则给出了更为形象的出租车司机群像——虽说做得累些苦些，但他们往往月入八千元到一万元，比当时不少行当的工资还要高，“因此也吸引了不少老宁波人，用一口流利的灵桥牌普通话揽八方来客。”

直到互联网网约车平台以一种全新的业态“杀”入出行打车领域。

这些受访的出租车司机普遍反映，当平台上线快车、专车、顺风车等业务后，他们的收入“直线下滑”，一天的毛利也只剩一两百元，甚至几十元的情况也碰到过。他们眼中的平台是这样的：以出租车为入口揽客，进而推广平台的其他网约车业务。

确实，在这个过程中，用户的出行打车习惯被完全改写，人们很少会站在路边去招手拦一辆车，即使是打出租车也都会掏出手机，输入起始地和目的地，等着司机打来电话。同样的例子还发生在外卖对人们生活方式的改变上。

一方面，传统出租车行业通过降低承包费、开发95128APP等举措谋求生机；另一方面，外部环境也在向好，互联网网约车平台相继入场，市场不再一家独大。另外，滴滴清退了一批不合格网约车和驾驶员之后，其低价模式遭遇挑战，过去人们所享受到的移动出行的红利也可能将不复存在——当网约车的价格与出租车的价格近乎持平时，这批乘客开始回归出租车。

倘若所有平台能在同一个规范的赛道里竞争，对平台、对乘客、对出租车、对网约车而言都不失为一件好事。

记者打出租车，常常能看到一个现象：司机的方向盘边左左右右悬挂着至少两部手机，分别接来自不同平台的单子，即使是上了年纪的老“的哥”操作起智能手机来，也是眼观六路、耳听八方。他们说，所有平台大同小异，一个摸索会了其他全会了。

宁波东方巴士服务有限公司的“的姐”吴香一语道破了司机们对平台的看法，推广哪个平台有优惠、能挣钱，他们就做哪个，不管黑猫白猫，能捉老鼠的都是好猫。“比如首汽约车的平台每天都会发信息给我们司机，接一个单子能奖励多少，推广一个客人能奖励多少，做得好一天能有三五百元的奖励，冲着这三五百元我们都很拼。但实际上，做不到这么高，因为单量不够大。”她说。

就吴香平时接的单子而言，最大的单量仍来自于滴滴，诸如高德地图、百度地图、支付宝、微信都接入了滴滴，用户量大意味着他们能接到的单子也多。

不过，2017年9月4日滴滴对出租车接单规则进行了改变，在原有的抢单模式基础上添加智能派单，滴滴的智能派单会给出租车司机发送最远3公里左右的订单，出租车司机每天可以无责取消3次，在第4次取消时则会强制停止接单。这种模式也引起了部分出租车司机的不解：“两到三公里的单子，我开过去也要两三公里，不合算。”

但不管司机对平台的体验如何，他们大抵都表达了同样的意思：“当前，出租车生意好不到哪里去，也差不到哪里去，最难的时候已经过去了，至于历史会不会重演，我们不确定，也不敢确定。”

（应受访者要求，文中何非、林京、吴香均为化名）