

抖音低调入局 聚合网约车再添重量级玩家

本报记者 李静 北京报道

继电商购物、本地生活吃喝玩乐之后，在抖音打车也成为现实。

近期，有网友发现，在抖音也

目前仅有少量出行服务商入驻

对于用户最近发现的抖音打车功能，抖音方面表示，抖音开放平台针对出行行业的入驻早在2019年就已经开放。

月活跃用户量超过6亿的抖音早已是各类型商家角逐的流量场，随着抖音不断拓展商业版图的边界，更多类型的商家逐渐流入抖音。出行服务商早已盯上抖音这个新流量入口。

在抖音搜索“打车”“出行”等关键词可以看到，滴滴出行、哈啰顺风车、如祺出行、嘀嗒出行、T3出行、高德打车、享道出行等主流出行服务商及网约车平台已入驻抖音平台，但主要以官方短视频账号发布短视频宣传为主，还有一些通过短视频和直播销售店铺内的打车优惠券。

对于用户最近发现的抖音打车功能，抖音方面表示，抖音开放平台针对出行行业的入驻早在2019年就已经开放。出行服务商可以通过小程序的形式入驻抖音平台，直接提供打车服务。

“抖音开放小程序等于给这些出行服务商多了一个流量入口，会带来一部分的品牌曝光和交易转化，但效果还是得看商家自身的运营能力和投入。”零售行业专家、百世店加创始人之一孟奇对记者指出，“小程序的入驻只是给了商家更多触达用户的手段，但是在流量绝对值相对固定

可以使用网约车服务了。目前抖音上已经有“滴答顺风车”“一喂顺风车”“T3打车”等出行服务商，通过出行服务商在抖音上的小程序，消费者就可以使用打车服务。

抖音开放平台上线的交通出

行类目小程序的入驻资格显示，抖音交通出行服务支持“打车/网约车”“顺风车/拼车”和“出租车”三个细分类型。

抖音开放平台相关负责人回应《中国经营报》记者称：“基于开

放合作的理念，抖音开放平台持续推进各行业/类目的开放合作，其中出行行业2019年已开放。”

接近抖音人士对记者表示，出行行业一直是开放的，抖音数年内持续有开发者入驻。



视觉中国/图

的情况下，工具的数量并不代表转化效果的提升。”

记者通过体验发现，抖音的出行服务入口需要多次操作才能打开，一方面抖音尚未设置专门的出行类目入口，另一方面在抖音搜索“打车”“网约车”这类较宽泛的关键词，并不能在第一时间找到小程序的入口，只有搜索“顺风车小程序”“T3打车小程序”这样更准确的关键词才能找到嘀嗒顺风车、一喂顺风车和T3出行的小程序入口。

除了上述几家之外，记者在

抖音平台上并未搜索到更多品牌的出行小程序。根据网约车监管信息交互系统统计，截至2022年11月30日，全国共有294家网约车平台公司取得网约车平台经营许可。可见目前入驻抖音的出行平台还比较少。

目前订单量排名前十的出行平台中，仅T3出行通过小程序的方式入驻抖音。并且T3出行在抖音的小程序功能还不完善，例如用户只能输入出发点和目的地提交用车请求，并不能显示地图、车辆等信息。T3出行方面

对记者回应表示：“目前T3出行与抖音平台保持密切沟通与协作。有最新消息，我们会及时对外披露。”

网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾对记者表示：“就抖音目前的动作来看，移动出行并不是其布局的重点，更多是一个初探性的尝试，看看市场的具体反应。抖音目前做出行业务的场景不全，最多就是提供一个流量入口，相比于其他聚合平台也缺乏地图服务，竞争力尚弱。”

抖音没有自己做打车平台的计划

随着腾讯、华为、抖音等流量大户先后以聚合模式进入出行市场，目前全国近300家出行服务商与聚合平台之间的双向选择度也更高。

易观分析汽车行业高级咨询顾问江山美对记者表示：“抖音深耕用户城市服务，从吃喝玩乐、生活服务逐渐扩大到交通出行领域，接入网约车应用符合抖音发展战略。”

不过，上述接近抖音人士对记者强调，抖音对出行行业一直是开放的，并且抖音没有自己做打车平台的计划。

目前来看，抖音以开放小程序的方式接入出行服务商，模式类似如今出行平台大量采用的聚合模式。在聚合模式中，聚合平台是流量提供方，出行服务商是运力提供方，当流量和运力服务能够经济、高效实现匹配时，在满足用户出行需求的同时也会带来行业共赢的效果。

近几年，拥有大量流量的百度地图、高德地图、携程等均以聚合打车的模式杀入网约车市场中，滴滴、美团、曹操出行等也在自营出行服务之外拓展了聚合模式。2022年腾讯和华为先后以聚合模式进入出行大市场。微信在九宫格内上线全新的打车功能“出行服务”，腾讯出行服务采用聚合模式，接入了曹操出行、阳光出行、首汽约车、T3出行等多个打车平台，提供经济型、优选型、舒适型三种服务。2022年9月，华为版“网约车”Petal出行公测版正式上线，用户可以实现打车服务在手机、手表、平板、PC等设备间流转，华为Petal出行也采用聚合模式，接入了T3出行、首汽约车、神州专车、阳光出行等多家服务商。

“在2016年之后，网约车市场呈现‘一超’格局，大型运力供给相对固定，但中小运力相对分散，司乘交易效率较低。聚合中小运力，可以为广大消费者带来更快、更好的叫车体验。”百度地图方面曾对记者谈及聚合平台的原因。

陈礼腾认为，消费者打车的需求一般比较直接，场景比较固定。除了抖音做打车服务外，还有高德地图、百度地图等这些基于地图服务的平台。目前，打车市场是一超多强局面，部分中小打车平台的市场占有率普遍不高，因此需要更多的渠道获客。据全国网约车监管信息交互平台统计，截至2022年11月30日，全国共有294家网约车平台公司取得网约车平台经营许可。

“聚合模式的主要目的，就是借助出行服务，最终提升平台用户的黏性和转化率。”网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅指出，出行APP一般会有大量的流量，用户为了打车优惠很愿意下载，司机也会多个APP一起用。出行APP在聚合平台入驻的小程序，大概率是平台主动邀请。

随着腾讯、华为、抖音等流量大户先后以聚合模式进入出行市场，目前全国近300家出行服务商与聚合平台之间的双向选择度也更高。

网约车监管信息交互系统2022年11月份共收到订单信息5.08亿单，其中聚合平台完成1.28亿单，占到底订单的25.2%，占比较10月份同比增长0.5%。

江山美指出，和同类的聚合出行平台相比，抖音的优势在于用户基数大、流量多，劣势在于用户在使用出行服务时已经有了相对固定的使用习惯，短期内抖音很难改变用户使用该类产品的习惯。

同时抖音在出行服务上尚处于试水阶段，平台给予的倾斜力度也有限。未来抖音会如何拓展出行服务市场，以及出行服务会在抖音占据怎样的地位，仍值得持续观察。

讯飞推出开放式办公耳机 iFLYBUDS Air, 具备形态可变、实时录音转写功能

近日，科大讯飞孵化的人工智能科技硬件公司未来智能，正式发布一款“专为高效办公而生的职场办公耳机”——讯飞开放式办公耳机 iFLYBUDS Air。

iFLYBUDS Air 承袭了 iFLYBUDS 系列办公耳机的核心 AI 功能，具有开放式不入耳、形态可变、实时录音转写译三大特点，可兼顾办公、通勤及运动等场景需求，适合因工作和生活需要长时间佩戴耳机开会、打电话，

创新办公耳机双形态

iFLYBUDS Air 是一款拥有多项“技能”的无线耳机产品，具有开放式、定向音频不漏音、形态可变、多语种录音转译、超长续航、蓝牙智能双连等特点，能兼顾办公、通勤及运动等多种使用场景需求，适合对耳机佩戴舒适度要求更高、平时喜欢运动健身、因工作和生活需要长时间佩戴耳机听歌、开会、打电话的用户。

与同系列产品 iFLYBUDS Pro 比较，Pro 的主动降噪能力更适合移动办公会议，iFLYBUDS Air 则更适合职场日常办公场景，其采用开放式不入耳设计，实现不入耳不累耳不伤耳，既佩戴舒适，还能轻松感知外界，无论是日常办公、通勤还是骑车、跑步，都能清晰听到喇叭和人声，避免了在办公室使用降噪耳机听不到同事讲话会引起的尴尬，运动时也能够保证安全。

iFLYBUDS Air 采用的是“空气定向传导技术”，革新了以往开放式耳机主流的骨传导技术，突破性通过空气定向震动传音，定向传音技术减少了漏音，将更多的声音传到耳朵里，并通过“反向声波抵消技术”，发出反向抵消声波，防止声音传递到外界，进一步减少漏音，一定程度上保护了隐私。

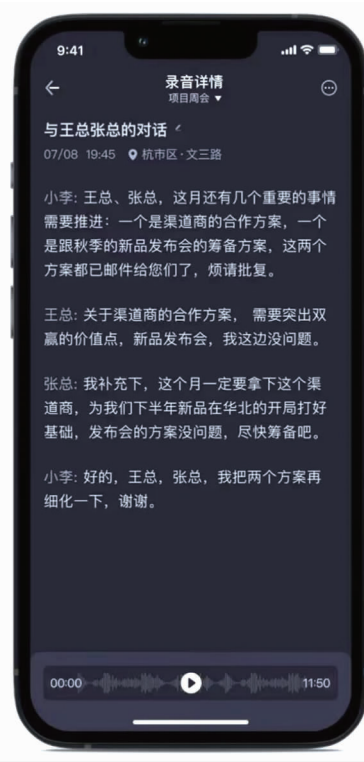
iFLYBUDS Air 还支持颈挂式和 TWS 耳挂式两种形态佩戴自由切换，能同时兼顾办公与运动等不

喜欢听歌及户外运动的职场办公人群。

在此之前，未来智能发布了 iFLYBUDS Lite、iFLYBUDS Pro 等多款针对商务办公人士的人工智能耳机产品，iFLYBUDS Air 耳机产品的诞生，将帮助 iFLYBUDS 系列智能办公耳机进一步覆盖办公人群的应用场景，满足更多细分用户需求，iFLYBUDS 系列智能办公耳机家族将进一步成为办公人群标配的生产力工具。

同场景。颈挂式适合日常办公使用，拿取方便，不用时也可挂在脖子上，为耳朵减负，带来更轻松的佩戴体验；TWS 耳挂式，轻巧便携，更贴耳稳定性更强，高强度运动或日常通勤也能轻松应对。

iFLYBUDS Air 支持通话录音、音视频录音、现场录音三种模式，可轻松满足日常办公会议场景需要。对于经常进行电话会议的



iFLYBUDS Air

讯飞开放式办公耳机

轻轻一挂 状态开挂

深耕办公耳机赛道

2016年，TWS 真无线蓝牙耳机面世，此后五年间，真无线蓝牙耳机市场急速扩张。

咨询机构 IDC 的数据显示，2021 年全球 TWS 耳机销量达 3.1 亿台，同比增长达 33%，其中中国市场销量约 8092 万台，同比增长 28.0%，预计 2022 年中国市场销量将冲击 1 亿台关口。

从机构最新的数据中也可以看到，尽管过去一年受多重外部环境因素影响，消费电子市场整体面临考验，但 TWS 真无线耳机仍有较强的韧性。知名市场研究机构 Canals 发布的第三季度智能耳机市场报告显示，第三季度全球智能耳机市场出货量再次下降，同比下滑 4%。不过，TWS 真无线耳机出货量却出现了上涨，达到 7690 万部，同比增长 6%。

而特殊时期带来的线上办公、移动开会等新型办公方式也刺激了支持录音的无线耳机需求。在

庞大的 TWS 耳机市场机遇之中，科大讯飞基于其人工智能语音优势选择了深耕垂直办公场景下的蓝牙耳机赛道。

从 iFLYBUDS 到 iFLYBUDS Air，是未来智能在商务办公耳机市场的一步步深耕。

2020 年，其推出了旗下首款 TWS 真无线蓝牙耳机“iFLYBUDS”，定位于商务办公人群，率先成为当时市面上支持实时语音转文字的耳机，英语对话也能实现通话译文对照，在手机 APP 内实时呈现出来。

此后，公司每年都会推出耳机升级旗舰新品，技术的迭代也在给用户带来不一样的惊喜。

2021 年 6 月，未来智能进行产品迭代，发布 iFLYBUDS lite，升级 cVc 通话降噪技术，提升录音的准确性。2022 年 5 月，iFLYBUDS Pro 发布，主打高效办公和会议，再次对降噪进行升级，通话降噪支持

三麦克风降噪、环境降噪深度可达 45dB，主动降噪达到业界一线级别，还支持蓝牙双连、Flash Record 通话闪录、电脑会议录音、查找耳机等功能。

2022 年 12 月，iFLYBUDS Air 发布，为用户带来了长时间佩戴更舒适、可办公、运动自由切换的开放式耳机，并通过便捷的录音功能来帮助职场人士高效工作。尤其创新了“反向声波抵消技术”，抵消掉泄漏出去的声音，进一步降低漏音。

按照未来智能 CEO 马啸的说法，他们要打造基于语音交互功能实现应用扩展的“办公耳机”品类，满足用户的生产力需求。

产品技术迭代背后是未来智能在“办公耳机”这一品类不断创新，针对更细分不同的人群场景作产品需求升级，也是科大讯飞在语音技术领域持续突破后的有力落地。广告