

从价格战到转型加速

网约车行业驶入“十字路口”

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

网约车行业或正驶入“十字路口”。

《中国经营报》记者在采访中了解到,随着网约车行业订单量的快速增长,行业活力日益增强,越

争议的“抽佣比例”

目前网约车行业平均抽成比例为25%—27%,但的确有一些订单抽成比例较高,超过30%。

“我和一个同乡在闵行区浦江镇租了一间屋子,放了一张上下铺床,分摊下来每人月租500元。但我们平时都在中心城区或者火车站、机场接送客人,很多时候就直接在车上睡觉过夜。”李兵(化名)已在上海开网约车多年,他向记者说道。

平日里,李兵最不喜欢的就是来自聚合平台的订单。他告诉记者,聚合平台订单相比于网约车企业自营平台订单,差不多的路程司机到手收入会少20%左右。“但很多乘客又很喜欢在聚合平台叫车,一方面能同时叫几十个平台,叫车速度快;另一方面聚合平台优惠幅度往往更大。”

定制网约车涌现

一些网约车平台正发力定制车方向,寻求降本增效新路径。

2023年12月18日,享道出行宣布与上汽通用五菱达成战略合作,正式宣布推出全新网约车定制车型——享道定制版。据悉,新车基于共享化的运营场景定制,计划于2024年初率先投放南宁、柳州、桂林等广西核心城市。

在享道出行方面看来,面对出行市场发展新趋势,网约车的定制开发和制造正是核心环节。通过“享道定制版”,享道出行不仅可以直接提升司乘体验,更将借此进一步迈入精细化运营的新阶段。

无独有偶,2023年3月,曹操出行正式发布共享定制车品牌曹操汽车,同时推出品牌旗下首款定

来越多的人加入网约车司机的队伍,由此带来行业内卷的加剧。司机的不断增加带来日均营收的下滑,不少司机反映了为保持收入需要工作更长时间。

而从企业端来看,过去几年,各大网约车平台为争夺市场份额

一度打响价格战。如今,随着聚合平台的入场行业内卷加剧,不少网约车订单“两头收佣”,这进一步放大了司机们的营收困境。

正因如此,不少网约车企业也通过加速转型实现降本增效,从而谋求长期可持续发展。据悉,曹

操出行、享道出行、T3出行等网约车平台一方面纷纷联合车企推出定制车,在降低成本的同时为司乘提供定制化服务;另一方面从更长远的考虑提前布局Robotaxi(自动驾驶出租车),这也被认为是网约车行业破局的方向。

的“抽佣比例高”,网约车行业爆发的一些舆论热点归根究底都源于司机收入的普遍下降。交通运输部数据显示,截至2023年12月,中国网约车司机注册量达657.2万人,首次突破650万人。据此测算,12月中国新增网约车司机14.2万人,整个2023年新增148.2万人。

“此次‘抽佣比例’问题广受关注,核心问题还是收入下降。”纪雪洪调研发现,目前,有50%的网约车司机每小时收入为30—45元,如果取中位数38元计算,10小时的收入为380元,扣除各类相关成本,该收入属于中低收入。

平台降低成本的重要路径。享道出行CEO倪立诚表示,网约车平台可以向整车厂提供运营车辆特性的需求,整车厂则可以通过定制车来降低成本并提供支持。因此,整车厂和出行平台之间的紧密合作,是实现产品适配性、降低成本并推动产业发展的关键。

在纪雪洪看来,采用定制车最主要的就是能够提高司机和乘客的舒适感,同时利用换电技术能够降低运营成本。还可以在车上放置小冰箱之类的附加产品,让乘客在坐车场景下产生一些购物需求。总体来看,定制网约车还是有一定的想象空间。

时间仅需60秒,能够极大地帮助司机节约时间。享道出行有关负责人也指出,考虑到网约车司机对车辆灵活驾驭、成本控制的需求,“享道星光定制版”通过降低能耗,让运营成本更具性价比。针对乘客体验,记者了解到,在吉利·曹操60上,每名乘客都可以通过曹操出行手机App或小程序掌控车内各项智控功能。除了一键换气、智能控温功能,还有摇一摇寻车、免费Wi-Fi、智能语音助手、音乐随心听等智能化服务,上市以来获得良好口碑。

此外,采用定制车也是网约车

平台降低成本的

谋局自动驾驶

网约车平台应当加强技术创新,提高服务质量和效率,布局Robotaxi便是最主要的方向之一。

在经济学家余丰慧看来,网约车行业抽成比例高,与市场竞争激烈、盈利模式单一密不可分。为应对这些困境,网约车平台应当加强技术创新,提高服务质量和效率,布局Robotaxi便是最主要的方向之一。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

“曹操出行致力于推进Robotaxi打造开放式商业智驾出行平台,与中智行合作的Robotaxi已经在苏州高铁新城落地运营。”曹操出行相关负责人表示,未来,曹操出行还将利用自身平台型企业的特点,为各类智能驾驶企业提供标准化商业运营赋能,实现高阶智能驾驶的规模化商业落地。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

二线豪车市场交战正酣 英菲尼迪在华“掉队”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“这里房租高,我们要搬到其他地方去。”2024年1月26日,在上海市闵行区吴淞路789号的英菲尼迪门店内,销售顾问向《中国经营报》记者如是说道。而在门店外,英菲

尼迪品牌的英文标志已被拆除。

近期,二线豪华汽车品牌英菲尼迪因经销商退网的风波,成为汽车行业被关注的重点车企。公开报道称,目前英菲尼迪全国门店仅有58家,并且其中一部分已将大店换成了小店。而在2018年,英菲尼

迪全国拥有131家店和122家售

后,是其在华销售网络的顶峰。超半数的经销商退网,也使得外界猜想英菲尼迪是否会选择退出中国市场。针对上述报道,英菲尼迪方面也通过媒体回应称跟事实有很大出入,个别经销商退网是

市场自然现象。

事实上,尽管英菲尼迪承诺将坚定不移地深耕中国市场,但是近年来中国汽车产业得到迅猛发展,自主品牌强势崛起,英菲尼迪在华发展“掉队”已成为不争的事实。英菲尼迪在华也曾有过高光

时刻。盘古智库高级研究员江瀚

表示,作为一家豪华汽车品牌,英菲尼迪曾在中国市场上取得了一定的成功。“2017年4.8万辆的销量成绩,是英菲尼迪在中国市场的巅峰,但这个巅峰并未持续多久,主要还是英菲尼迪的品牌力

不足。”

2024年1月30日,对于英菲尼迪目前在华的门店具体数量,以及企业电气化转型等相关问题,记者发邮件至英菲尼迪官网邮箱进行联系,但截至发稿,尚未收到企业回复。

在华陷发展窘境

作为二线豪华汽车品牌,英菲尼迪入华的时间并不短。2007年,英菲尼迪初入中国市场;2010年7月,英菲尼迪中国公司成立;2014年9月,由东风汽车集团有限公司和日产汽车公司共同设立的东风英菲尼迪正式成立,由其全面负责管理英菲尼迪品牌在中国的业务。

2013年,湖南卫视推出亲子互动真人秀《爸爸去哪儿》,受益于节目的高收视率,参加节目的五组嘉宾纷纷爆火。而作为上述节目的官方合作伙伴,英菲尼迪也跟着“火了一把”。

此后,英菲尼迪在华销量也步入上升期。相关数据显示,2015年,英菲尼迪在中国市场(不含香港、澳门及台湾市场)销量为40188辆,同比增长33.8%,成为唯一增速超过30%的豪华车品牌。2016年,英菲尼迪在华全年累计销量达到41590辆,同比微增3.4%。

而后在2017年,英菲尼迪销量为48408辆,同比增长16.4%,销量达到巅峰。此后,英菲尼迪在华销量连年下滑。公开数据显示,英菲尼迪2023年在华销量已不足6000辆。

除了销量滑坡外,英菲尼迪

在华的声量也大不如以前。2021年3月15日,英菲尼迪进口车型QX60变速箱存在问题,且售后在解决问题过程中要求维权车主签订保密协议,被中央电视台点名。在被点名后的次日,英菲尼迪连发两条道歉声明,并给出解决方案。

品牌影响力不佳只是英菲尼迪在华表现欠佳的原因之一。江瀚认为,产品迭代速度慢是英菲尼迪在华市场份额持续缩水的关键原因之一。“相较于竞品不断推陈出新的节奏,英菲尼迪在产品更新换代上的步伐显得较为迟滞,无法及时回应市场需求的变化。此外,质量问题特别是变速箱故障频发,不仅影响了消费者的购买决策,还损害了品牌的口碑和信誉。”

“我们没有听说经销商(大规模)退网的事情,英菲尼迪的品牌还是在做。”2024年1月30日,在上海市宝山区的英菲尼迪门店,销售人员吴浩(化名)向记者如是说道。

在上述门店内,摆放了4辆英菲尼迪,分别是两辆QX60,一辆QX50,一辆QX55。英菲尼迪官方微信公众号显示,其在售的车型仅有4款,分别是Q50L、2024

款QX50、2024款QX60、全新QX55。但记者了解到,英菲尼迪只有QX60、QX55、QX50在实际销售。

“英菲尼迪在上海总共有3家门店,我们店开了十几年了。”吴浩告诉记者,“Q50L已经卖完停产了。QX55现在卖的也是库存车,我们的新车型现在也没有(上市)的通知。”

吴浩所说的新车型指的是QX80。2023年10月24日,英菲尼迪宣布将推出4款全新车型,其中一款便是QX80。根据规划,QX80会在2024年上市,但目前尚未有相关信息。

记者注意到,在上述实际销售的车型中,QX60则是英菲尼迪的宣传重点。无论是门店外墙悬挂的广告牌,还是店内展车上摆放的优惠宣传牌,QX60都是当之无愧的“主角”。在吴浩路789号的英菲尼迪门店,QX60同样是宣传的重点,因为在店内的两辆车均为QX60。

“产品线的局限性也是制约英菲尼迪发展的重要原因。当前英菲尼迪在中国销售的车型数量仅为4款,相较于竞争对手丰富的产品矩阵,消费者的选择余地极为有限。”江瀚说道。

错失电动化转型良机

近年来,国内新能源汽车发展迅猛。中汽协数据显示,2023年,我国新能源汽车产销量分别达958.7万辆和949.5万辆,同比分别增长35.8%和37.9%,市场占有率达31.6%。

行业发展向好的大背景下,新能源汽车也成为各家车企争相布局的重点赛道,豪华汽车品牌自然也不例外,但英菲尼迪却进展缓慢。

“店内暂时没有电动车型。”吴浩向记者说道。

早在2018年,英菲尼迪宣布要进行电动化转型。2019年上海车展,英菲尼迪方面表示,英菲尼迪深耕中国市场的决心从未改变,专为中国市场打造的首款电动汽车将在中国投产。

此后鲜有电动化产品的最新动态传出。2023年10月,在英菲尼迪新曙光之夜,英菲尼迪首款纯电概念车Vision Qe开启全球首秀。英菲尼迪方面还称:“电气化未来序幕已拉开,向着新曙光出发!”

而在2018年到2023年,中国的新能源汽车市场发生了翻天覆地的变化,汽车产销规模逐年扩大,2023年更是突破3000万辆。行业既有造车新势力快速崛起,又有百度、小米、华为等互联网巨头“跨界入局”,还有传统主流车企积极孵化“创二代”。



此前,曹操出行正式发布共享定制车品牌曹操汽车,同时推出品牌旗下首款定制车吉利·曹操60。

本报资料室图

谋局自动驾驶

网约车平台应当加强技术创新,提高服务质量和效率,布局Robotaxi便是最主要的方向之一。

在经济学家余丰慧看来,网约车行业抽成比例高,与市场竞争激烈、盈利模式单一密不可分。为应对这些困境,网约车平台应当加强技术创新,提高服务质量和效率,布局Robotaxi便是最主要的方向之一。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

2021年9月,T3出行联手轻舟智航在苏州市正式启动Robotaxi的公开运营。T3出行披露的数据显示,截至目前,T3出行自动驾驶车辆累计运行里程已超过60万公里,吸引了超过8万人体验。

T3出行副总裁李京峰表示,自动驾驶大规模商业化落地,不仅需要技术的不断迭代,还需要地方政府推动相关政策法规的落地,自动驾驶公司、出行平台、车企等各方密切合作,用场景化数据对算法进行训练。T3出行愿意在政策法规允许的情况下,联合车企、算法公司等“盟友”,在各个城市落地自动驾驶场景。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。

曹操出行同样加快自动驾驶领域的合作布局。据了解,2022年,曹操出行先后与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、吉咖智能科技、朗歌地图等达成一系列技术与战略合作;2023年,又与中信科智联、Innovusion、云驰未来、黑芝麻智能、中智行等多家企业签署战略合作协议,覆盖高精地图、激光雷达、芯片、智能座舱等多个领域。