

北京滴滴巴士近日开通引关注 记者调查发现“民间大巴”困难不少

“民间大巴”能否闯过四道难关

7月16日,滴滴快的公司开通了巴士业务。33条线路贯穿了北京主要住宅区和写字楼,如中关村、上地、亦庄、通州。巴士业务定位在城市通勤人群,服务内容和公交车相似,价格在7元至13元之间。运营初期,记者发现,部分线路存在空驶、停站位置设计不合理和车辆调配困难等问题,相同的困难也出现在各类出行软件提供的大巴上。

一个月前,易到用车撤销了不到百天的大巴业务,“将精力投在主线专车业务上”。记者调查发现,民间大巴的发展难题主要集中在客源少、设站难、车源紧等问题上。“民间大巴”前路在何方,它能否突出重围?



■官方

交通委:专车大巴是否合法“正在研究”

去年,北京市交通委运营局发布《关于严禁汽车租赁企业为非法营运提供便利的通知》中提到,租赁车辆不得用于未经许可的出租等行业运营。“无论是汽车租赁经营者,还是汽车租赁承租人(租用车),在没有取得合法客运运营资质情况下假借汽车租赁名义从事运营活动的,属于违法违规行为”。

此前,中国道路运输协会秘书长王丽梅在接受记者采访时表示,民间大巴有点类似公交定制班车的形式,但如果从事道路运输服务,需要满足三大条件。一是经营者需要有经营资格,二是经营车辆需要有运营资格,三是从业人员尤其是客运驾驶员也需要有从业资格。

18日,北京市交通委相关负责人告诉记者,交通委已经了解专车公司提供大巴这种运营模式。尽管使用的是租赁公司的车辆,但这种模式是否合法合规,相关部门正在研究中。

■现状

多家公司竞争 大巴受上班族欢迎

今年3月初,易到大巴正式上线,今年6月初,易到大巴退出市场。尽管民间大巴面临不少困难,但由于它大多采取一人一座、一站直达的方式,且有固定发车时间点,所以仍受到一些上班族的欢迎。

记者发现,除了已经撤销巴士业务的易到用车和刚刚开通专车大巴的滴滴公司。目前,北京市场上还有考拉、接我、PP、嗒嗒等多家出行软件公司提供大巴服务。

不同于开拓大巴新业务的滴滴,其余几家如考拉班车、接我云班车、嗒嗒巴士等,都是以大巴作为其主要业务的。从运营线路上看,各家线路基本上都有所区别。哈罗同行的主要运营线路连接了中关村、回龙观、霍营,接我云班车主要覆盖了全城往返亦庄和国贸的线路,PP大巴的线路连接了望京与周边地区。

对于还未开通的路线,各公司都有预订服务。用户可以根据自己的需要预订或定制路线,当预订路线达到一定人数时,巴士软件再根据情况开通,并且会提醒报名参与定制的用户。从运营模式上看,目前,这几家公司均采用与巴士运输公司合作的运作模式,即软件方只作为整合用户信息和需求的第三方平台,实际客运则由具有相关资质的巴士运输公司。

从运营价格上看,目前专车大巴的定价基本与公共交通相当。比如,从中关村出发到霍营,乘坐地铁的价格是5元,数家公司的“民间大巴”的价格也都是5元。这一段乘坐地铁需要换乘两次,并且下班高峰期时乘客人数较多,而专车巴士则能保证每个乘客都有座位。部分软件还有不小的优惠额度,还是中关村到霍营,有的民间大巴有2元的优惠,还有的民间大巴为0.01元的体验价。

(据北京青年报)

■体验

车辆出故障 行程无奈取消

7月16日滴滴快的公司在其官方微信上线滴滴巴士业务。在北京覆盖区域包括:中关村、上地、亦庄、CBD、通州、天通苑、北七家等地区。目前滴滴巴士整体价格在7元到13元不等。上线首周,滴滴巴士推出了“1分钱”体验活动。7月16日至23日期间,北京用户乘坐滴滴巴士只要1分钱。

滴滴公司介绍,从开通首日的情况看,通州到中关村、通州到亦庄、回龙观到上地、良乡到中关村等11条线路比较火爆。预计到7月底将在北京和深圳增开到数百条线路。

据介绍,目前滴滴巴士的目标客户群主要集中在年龄段20-40之间的上班族。滴滴巴士事业部总经理李锦飞表示,在定价方面,滴滴巴士整体价格在7

元到13元不等,是目前城市公交价格的3-5倍。

7月17日,记者预订了滴滴巴士“东直门—果园”线路的班车,通过微信公共账号选择线路和购票都比较方便。目前上线首周所有路线票价为0.01元,付款方式为微信支付。

线路说明页面显示:“东直门-果园”线始发地在东直门国华投资大厦,发车时间为17:50。在17点40分,印有“滴滴巴士”字样大巴就停在了神华国华投资大厦对面的上车点,记者发现有许多路过的市民对“滴滴巴士”非常好奇,有不少人拿出手机拍照。但是上车乘客除一名滴滴巴士的工作人员外,并无其他乘客。据该司机介绍,前两天的大巴是空着跑到终点站的。

上车后,记者向司机展示已

购的“东直门-果园”的电子车票,没想到司机称此趟巴士不是开往果园而是开往管庄的,“你们上错车了”。而现场停靠的滴滴大巴上也没有线路信息显示。

既然是“上错了车”,那原本应该在此的“东直门-果园”线巴士去哪了呢。此时是17:50,按计划已经到了发车的时间了。滴滴巴士工作人员急忙联系公司,询问这趟巴士的具体情况。联系后才得知,原本跑这条线路的巴士车辆出现故障,已经取消。原本买票乘坐这趟车的乘客只能改乘其他交通工具。对于改乘其他交通工具产生的费用,滴滴巴士表示不能报销。随后,北青报记者拨打了滴滴巴士的客服电话进行投诉,其客服回应称,会妥善处理并会给乘客答复。但截至发稿时,也没有关于此事的情况说

明。

滴滴巴士在开通初期遇到的难题,也存在在其他公司的民间大巴上。此前,记者体验接我班车、易到大巴和PP大巴等班车业务发现,尽管看似有非常庞大的用户市场,但民间大巴在一些细节上并不理想。

接我班车公司工作人员介绍,因为无法在道路上立站牌,确实存在乘客找不到车辆停靠位置的情况。大巴车尽管提供类似公交车的服务,但不能走公交专用道,在城市道路拥堵的情况下,晚点也是较难避免的情况。

使用过易到大巴的一名乘客介绍,与常规班车不同,大部分出行软件都需要提前预订。“预订只能是几天的,而且定了之后,大部分软件无法退款,不太方便。”

■调查

“民间大巴”困难不少 “易到大巴”上线仨月退出

第一关 竞争激烈 要从公交口中抢食

今年3月初,易到大巴正式上线到今年6月初退出市场,运营时间不足百天。易到用车工作人员介绍,大巴的定位主要介于公共交通和私家车之间,一般在10元左右。随着市场上多种快车、顺风车出现,大巴在价格上并不具备优势。不仅如此,大巴领域有着激烈的市场竞争。PP、接我等多个公司有大巴业务。最强大的对手还有早在2013年就进入市场的公交集团定制商务班车。目前,公交集团商务班车有150条线路、日发180个车次,日均运客超过5000人次。“我们很难从公交那抢食。”

第二关 用户少 线路难和乘客需求统一

易到大巴前公交事业部负责

人张玮介绍,三个月的时间,易到巴士一共运营16条线、8辆车,日均运客300人左右。张玮认为,易到大巴退出市场主要源于客源、车源和定位三大难题。

从客源上看,大巴的客源主要来自个人和企业。张玮说,“个人用户召集非常困难,需要线上和线下多种渠道。而个人用户每个人的需求都不一样,很难将这些需求统一起来。”

那较为稳定的企业客户呢?开通初期,张玮就曾介绍,企业对班车需求量大,是易到介入班车市场的主要原因。4月份,已经有五六十家企业与易到沟通了用车意向。易到和华为班车运营公司合作,为龙泽至环保科技有限公司线路上班的华为员工提供更加优惠的班车服务。

尽管有需求的企业多,但实际运营起来仍是困难重重。“企业用户确实相对稳定,但他们的要求很高,比较重视班车的服务,且

希望价格低于租赁公司。与企业合作也需要比较长的谈判周期,平均周期在2-3个月。”

无论是个人用户还是企业用户,都存在线路匹配的问题,这也是个运营难点。

第三关 车源有限 多数来源于租赁公司

按照目前的政策背景,出行软件公司的车辆来源都是有资质的租赁公司。据滴滴公司介绍,目前在车辆方面,滴滴巴士主要是与有经营资质的旅游公司和有合法资质的租赁企业合作,结合线下闲置大巴资源进行数据匹配,搭建平台完成用户找车需求。以北京为例,车辆主要以京B牌照为主。滴滴公司工作人员告诉记者,目前看来,车源并不成问题。“滴滴有和租赁公司合作的经验,尤其是旅游企业的班车,在旅游淡季,闲置的情况比较多。可以有

很多车辆调用起来。”

易到大巴曾经也采取的是这种模式,但在实际操作中,车源不如想象得好找。张玮介绍,并不是所有的租赁公司都愿意和软件公司合作。他们有的担心专车公司会抢客户,有的租赁公司担心会影响收入,“并不是所有的租赁公司都愿意合作,这也需要时间和精力去培养。”

第四关 定位较难 担心抢走专车用户

张玮介绍,由于定位问题,专车用户和大巴用户也存在相互竞争问题。“专车的用户容易流向大巴,但大巴的用户很难转向专车。这是所有的专车公司都不愿意看到的。”这也是价格问题,专车的价格高于出租车,而大巴基本与公共交通持平,且同样有座位。专车用户转移到大巴上也是符合价格规律的。