

直播间

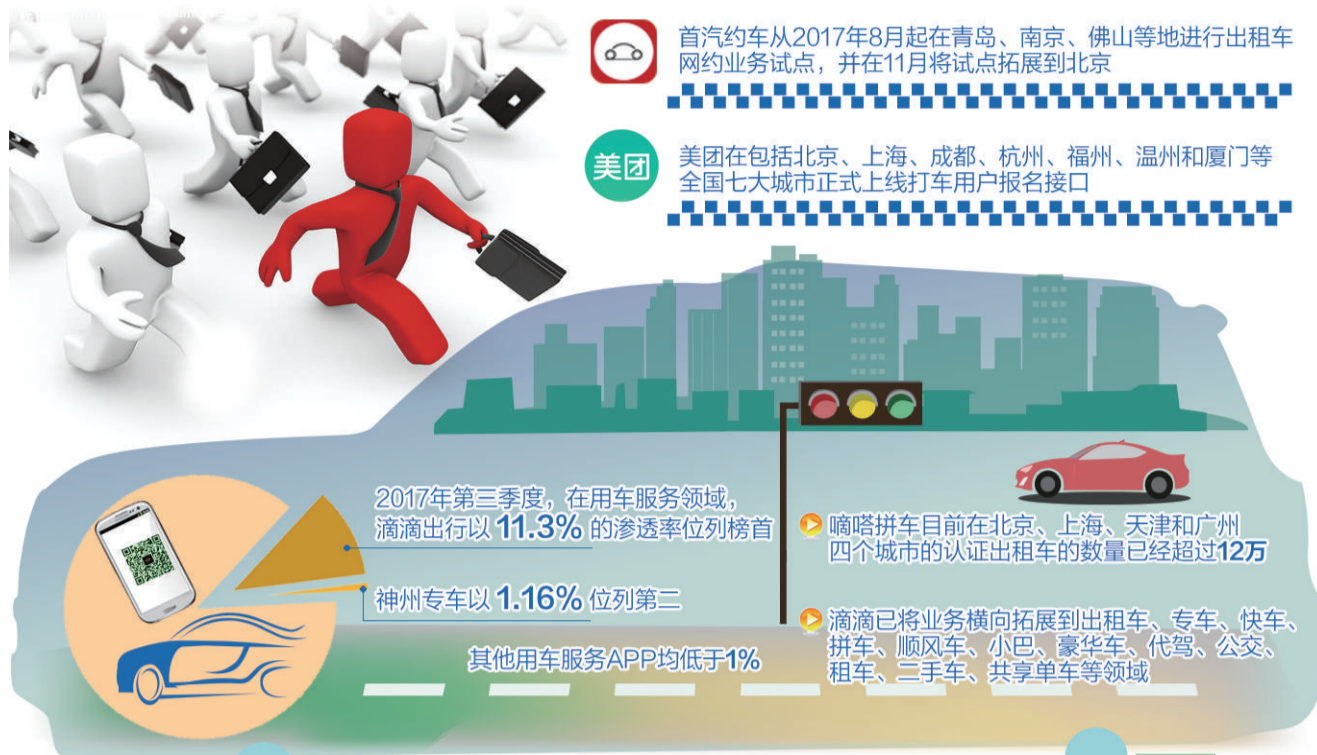
嘀嗒拼车、美团、摩拜相继进入网约车领域，“大出行之战”硝烟再起——

网约车下半场拼的是技术

经济日报·中国经济网记者 陈静

视点
中国新闻奖专栏

近期嘀嗒拼车、美团、摩拜等企业相继“杀入”网约车市场，滴滴在网约车领域一家独大的局面是否会就此打破引发各方关注。如今，美团等网约车领域的“后来者”，已经不能用“烧钱”的老套路培养用户黏性。服务化经营、优化用户体验、发展人工智能等新技术才是网约车下半场竞争的“绝招”——



1月15日，记者刚上出租车，就接到了司机递过来的一张二维码。“您要不要装个嘀嗒拼车？扫描一下就能下载。第一次下单可以优惠10元钱。”北京银健出租车公司司机魏刚的推荐颇为热情。

2014年，由滴滴和快的各自投入10亿元以上掀起的那场“补贴大战”还令人记忆犹新，但随后滴滴与快的合并，滴滴又并购了优步中国，成为网约车市场上的“龙头老大”。来自第三方的数据显示，2017年第三季度，在用车服务领域，滴滴出行以11.3%的渗透率位列榜首，神州专车以1.16%位列第二，其他用车服务APP均低于1%。

随着近期嘀嗒拼车、美团、首汽约车相继“杀入”网约车市场，摩拜联手网约车……“鲶鱼”们的出现，让互联网出行领域滴滴一家独大的局面开始发生了微妙的变化。

“大出行之战”硝烟再起，行业局面是否会随之而变？“补贴大战”还会来吗？针对这些问题，经济日报·中国经济网记者采访了相关人士。

多家公司入局——

网约车市场竞争激烈

2018年1月9日，美团打车北京站用户报名满20万，按照原定计划，美团打车北京站将于12月12日开放，但由于未获得相关资质被交通主管部门约谈，美团打车北京业务上线暂缓。去年12月份，嘀嗒拼车则表示旗下出租车司机接到滴滴官方客服电话威胁要求“二选一”，但滴滴方面随后否认。

这两件事不约而同指向了滴滴出行的大本营——“网约出租车”。如果说过去市场上的其他玩家多半将目光投向快车和专车业务，那么从去年开始，在网约车领域，新面孔不断出现，业务范围也在不断拓展。

先是美团点评2017年12月份新成立出行事业部，12月28日，美团在北京、上海等全国七大城市正式上线打车用户报名入口。美团点评投资人、今日资本创始人徐新对此表示：“考虑到出行是刚需，市场足够大，即使有滴滴，依然存在痛点。另外有30%以上的人打去吃饭，与美团点评用户高度重合，因此我觉得这件事有得做。”

首汽约车也从2017年8月起在青

玩法出现新意——

补贴大战已成过去时

仅从“弹药”储备来看，用户似乎可以对新一轮的“补贴大战”颇有期待。2017年11月份，首汽约车宣布实现总计13亿元的B轮和B+轮融资，滴滴出行则在去年年底宣布完成了一笔超过40亿美元的“天价”融资。

但是现实却没有如此“美妙”。滴滴方面对40亿美元怎么花的解释是：“将进一步加大对AI交通技术的投入，加速推进国际化以及包括新能源汽车服务在内的创新业务。”保持市场份额应对竞争并不在其列。

观察滴滴竞争对手们的“动作”，补贴也主要集中在司机端。易到宣布在北京等7个城市下调易达车型车主端佣金，佣金比例调整为5%，在美团方面，美团打车每单对司机抽取8%的平台佣金，并在新城市开通初期，会限量对司机零抽成，并设有早高峰的翻倍奖、分时段满单奖、寒冬温暖奖等补贴项目。据了解，滴滴快车佣金比例为20%。

网约车为什么对发红包争取用户不感兴趣了呢？陈礼腾表示：“网约车市场经过上一轮补贴大战之后，市场格局基本形成，滴滴出行也在大战后成为该领域的领军平台，市场的发展也从跑马圈地走向服务化经营。此轮若再一次爆发补贴大战，可以说是市场的倒退，也很难对市场格局产生很大的影响。”

的确，一方面，此前的“补贴大战”已经证明，“烧钱”不能培养用户黏性，无法形成有效用户。另一方面，随着监管在司机和车两端的收紧，车才是最稀缺的资源。杭州出租车司机曾浩然告诉记者：“我是去年11月份才从快车司机转成出租车司机的，我自己的车不合规，再买一辆成本太高，而且快车处处被查，开起来也不踏实。”当平台不肯再给予更多补贴，那未来互联网出行争取用户的“绝招”又是什么呢？

展开技术比拼——

人工智能或成决定因素

“随着市场的发展，网约车和共享单

车都在政府的监管下走向规范。尽管各大出行平台纷纷进军其他细分领域，但所面临的阻力不会小。未来的互联网出行平台个人认为还是偏向专业化而不是多元化。”谈及未来的市场竞争格局，陈礼腾如此表示。

的确，对于用户来说，如果在价格上没有特别的优势，他们关心的问题就变得相当简单，哪个应用能最快地让我叫到车？

这个问题的答案正是技术带来的专业性。程维也曾表示：市场是开放的，无数人都想做，但只有真正花心思为用户创造价值，才能活下来。“大家总是容易把其他业务理解得很简单。你很难想象做一个搜索引擎，百度和Google需要3万人，做电商京东需要13万人，本质上还是要敬畏每一个领域背后的深度。”

人工智能或者将成为决定一切的关键。这也是为何各大出行平台急于切入网约出租车业务的重要理由之一。尽管出租车司机不向平台缴纳佣金，看起来这是一门“稳赚不赔”的生意，但对于出行平台们来说，来自网约车的数据可以让它们能够更多地了解大量用户需求产生的时间和地点，并且及时调配网约车前往，从而优化用户体验。

滴滴方面表示，滴滴基于人工智能技术首创的3000万个“小绿点”（推荐上车点），已达到了在线机器学习的人工智能程度，即可对实时数据学习、分析，同时完成模型更新，自动分析得出最适合停车的位置，完成小绿点在手机屏幕上显示的实时更新，2017年全年节省司乘通话超过21亿次。

在大数据之后，包括无人驾驶在内的智能驾驶则被视为下个目标。首汽约车在2017年11月份宣布将与百度开展战略合作，推动自动驾驶技术的商业化运营。魏东表示，首汽约车的自动泊车已在部分城市开始试点，用户在2018年有机会体验科技感的自动驾驶网约车出行服务。滴滴方面也于去年3月份在硅谷成立滴滴美国研究院，表示将重点发展大数据安全和智能驾驶两大核心领域。

微博热搜不该太“调皮”

近日，“紫光阁地沟油”一词引发网友对微博热搜榜的讨论。微博热搜只要花钱就能搞定？微博热搜到底是搜出来的，还是买出来的？请看本栏主持人对相关热点问题的解读。

北京网友“米兰神盾”：我经常用微博热搜榜，“紫光阁地沟油”事件一出，怎么感觉自己被忽悠了？

主持人：对于“紫光阁地沟油”，微博热搜榜回应称，当时该词条进入了“实时上升热点”中展示，持续十多分钟，但由于搜索量不足最终未能登上热搜榜。对很多人而言，微博仍是生活中不可或缺的工具，他们习惯使用微博搜索获取信息，从热搜榜上发现新鲜有料的内容。

微博热搜榜有多热？据相关报告统计，2016年榜单日曝光2.5亿，引导1.35亿搜索热度，创造33亿微博曝光机会。微博2017年第三季度财报显示，微博月度活跃用户数已达3.76亿。庞大的用户体量所具有的营销价值不可低估。

山西网友“兰亭书生”：热搜榜需要遵守哪些法规？

主持人：为了自我营销，很多平台都设置了“热搜榜”“点击率”“热门话题”等吸引公众关注度的推广模式。然而，近年来，这些却逐渐成为不良企业或个人牟取经济利益或其他利益的工具。按照《互联网信息服务管理办法》，这种模式是一种非经营性互联网信息服务，就是通过互联网上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。

贵州网友“云贵中”：如何应对“刷榜”等违规行为？

主持人：微博热搜榜宣称“我们尊重每一条资讯，客观地反映用户真实的关注点”。那么，如何做到客观真实？这需要考量一个热点排行榜的权威和效用价值。根据规则，只有大量真实用户共同关注的热点才能上热搜。一个实时权威的热点排行榜必须依法合规地商业化发展。如果存在“刷榜”等交易造假的行为，必须悬崖勒马、及时制止。毕竟，互联网有互联网的规则，网络空间有网络法治。用非法牟利手段制造各种网络搜索虚假信息，损害的不仅是平台自身的权威性，而且是对用户的欺骗，甚至存在对法律的挑衅。对此，平台应负起监管责任，合理筛选，剔除虚假信息，阻断不正当交易。否则，一旦陷入非法深渊，则将难逃法律制裁，甚至要受到非法经营罪、网络诽谤罪的惩罚。

（本期主持人：李万祥）



学习党的十九大精神
每日一课

促进“人口红利”转向“健康红利”

人民健康是民族昌盛和国家富强的重要标志。要完善国民健康政策，为人民群众提供全方位全周期健康服务。

——摘自党的十九大报告

习近平总书记在党的十九大报告中指出：“要完善国民健康政策，为人民群众提供全方位全周期健康服务。”这充分体现了我们党对健康在促进人的全面发展和经济社会发展中重大作用的整体思路。对此，可从以下3个层面来加深认识。

第一，这是提高保障和改善民生水平的内在要求。健康关系人民切身利益，关系千家万户幸福安康，既是重要的民生问题，也是重大的政治问题。当前人民群众对美好生活的需要呈现多样化、多层次、多方面特点，其中，健康服务正在成为人民过上美好生活的一个基本要求。党的十九大报告作出完善国民健康政策，为人民群众提供全方位全周期健康服务的部署，是我们党践行全心全意为人民服务宗旨、努力满足人民日益增长的美好生活需要的重要体现，同实现国家昌盛和民族复兴的宏伟目标紧密联系在一起，成为我们党治国理政的重点任务。

第二，这是促进经济社会可持续发展的基础。经济社会可持续发展，应是包括健康在内的经济社会全面进步，绝不应窄化为单纯的经济增长，更不能以消耗甚至透支健康资源为代价去追求发展。按照党的十九大报告新的部署，完善国民健康政策，为人民群众提供全方位全周期健康服务，将促进健康与经济社会建设相互协调，发展健康事业将提高劳动力工作年限和劳动生产率，促进“人口红利”转向“健康红利”，降低人口老龄化负面影响，延长重要战略机遇期。经济稳定且可持续发展将为维护人民健康奠定坚实基础，消费结构升级将为发展健康服务创造广阔空间，科技创新将提高健康水平提供有力支撑。

第三，这是社会和谐稳定和国家长治久安的必要条件。按照党的十九大报告的部署，完善国民健康政策，把保障人民健康作为经济社会政策重要目标，把健康指标融入党和国家政策，把实施健康中国战略作为重大民心工程，以“共建共享、全民健康”为战略主题，以全面建立中国特色基本医疗卫生制度、医疗保障制度和优质高效的医疗卫生服务体系为基础，以健全药品供应保障制度、实施食品安全战略为重点，深入开展爱国卫生运动、倡导健康文明生活方式、预防控制重大疾病以及广泛开展全民健身活动，全党全社会共同努力，为实现“两个一百年”奋斗目标实现中华民族伟大复兴的中国梦夯实国民健康的基础。

（摘自《党的十九大报告学习辅导百问》，党建读物出版社、学习出版社出版，本报有删节）

本版编辑 郭存举 张 岷

春运首轮售票高峰已过，12306网站日发售车票1029.7万张创历史新高——

那张回家的票，你买到了吗

本报记者 齐慧

新闻深一度

今年春运首轮售票高峰从2018年1月10日开始持续到1月16日，节前售票工作即将收尾。总体上看，网络售票等各种售票方式运行平稳有序，旅客买票体验较往年有明显提升

据数据分析，春运首日的出行客流中，“90后”比例首度超过50%，是自2016年春运以来最高的

1500万张，手机APP也完成改版，用户体验和购票流畅度都有大幅提升。

对于很多旅客诟病的验证码问题，今年铁科院工作人员也对此作了进一步优化，通过降低图形验证码使用比例，并去除了图库中清晰度较低的图片，以保证用户对购票网站的访问速度和体验度。

此外，12306系统的风险管控能力也在不断增强。“某些恶意抢票的行为实际上是对服务器的攻击，会严重影响

正常用户的购票访问，针对这些行为，在互联网购票压力较大时，系统将开启较高的风险防控等级，限制恶意海量访问，以降低系统压力。”朱建生表示。

根据目前火车票预售情况看，最热门的线路包括广州至武汉、深圳至广州、上海至武汉、深圳至武汉、广州至重庆等。最热门车站包括广州、广州南、北京西、上海虹桥、深圳北、上海、北京、广州东、杭州东、宁波等。铁路部门表示，将

根据客票预售情况作出针对性调整，尽可能满足旅客需求。

“今年还有一个大特点是‘90后’购票量增长明显，由去年的28%增至近48%。”朱建生介绍说。春运火车票开售以来，“90后”购票人数占总人数的47.8%，比去年增加了11个百分点，“70后”“80后”占比则分别下降了3个和4.7个百分点。

据分析，春运首日的出行客流中，“90后”比例首度超过50%，是自2016年春运以来最高的。同时，从车次选择方面看，“90后”更愿意选择G或D字头的高铁动车组列车，仅有不到25%的“90后”会选择普速列车。

铁路部门提醒旅客，由于今年春节时间较晚，学生、务工、探亲流在节前虽然没有形成叠加，但这3类人群在节前的返程时间将会比较集中。节前售票高峰预计为1月14日至1月16日，返程售票高峰预计为1月22日至1月24日。

一年一度的春运即将拉开帷幕，2018年1月14日至1月16日，全国开售2月12日至2月14日节前最高峰时段火车票。12306网站日发售车票达到了1029.7万张，创造了新的历史纪录，但从全国发售车票情况看是整体平稳有序的。

据上海铁路局、广铁集团、北京铁路局等热门线路铁路部门介绍，今年春运首轮售票高峰从2018年1月10日开始持续到1月16日，节前售票工作即将收尾。总体上看，网络售票等各种售票方式运行平稳有序，旅客买票体验较往年有明显提升。“今年运力增加3000万，绝对值增长为历年最高。”据中国铁道科学研究院电子所副所长朱建生介绍，之所以售票比较从容，与铁路运量的增长分不开。

在扩能的同时，12306售票系统扩容也是旅客提升购票体验的原因之一。为迎接春运售票高峰，铁科院技术人员对12306系统的承载能力实行了扩充，互联网日售票能力由1000万张提升到