

出租车司机强烈反对 供需矛盾难以调和

韩国顺风车服务争议再发酵

经济日报·中国经济网首尔记者 白云飞

“**环球头条**

近日,韩国kakao公司在网约车服务的基础上,又计划推出顺风车服务,并开始征集用户。此举立即在韩国出租车行业引起巨大反响,引发出租车司机大规模罢工抗议,并要求kakao公司立即停止推出顺风车服务,态度十分坚决。此事逐渐陷入僵局,有关顺风车服务和共享经济的争议在韩国再次发酵。



韩国首尔街头有大量出租车在后车窗处贴有反对kakao拼车服务的统一标语。

本报记者 白云飞摄

出租车反对 消费者支持

近年来,韩国kakao公司不断扩展业务,在提供kakao地图、互联网金融等服务的同时,还融入了发展网约车服务这一潮流。目前,韩国网约车市场形成了以kakao约车服务为主体的局面,韩国人在街头通过kakao网约出租车非常常见。今年10月份,kakao又推出了拼车服务,若私家车司机与乘客的出发地和目的地相似,可一同拼车,乘客向私家车司机支付相应费用,这与中国的顺风车服务基本相同。具体操作上,kakao采取了先征集注册用户,再适时正式推出服务的方式。

此举立即引发韩国出租车行业的强烈反对。在kakao开始征集注册用户的第二天凌晨,韩国出租车司机就陆续开始了全国性罢工。综合来看,出租车司机的诉求,一是kakao拼车服务严重威胁出租车司机的“生存权”,kakao公司应立刻废除拼车服务;二是寻找韩国法律中的相关条款,声称拼车服务不合法;三是出租车司机收入低,应提高打车费用。截至目前,首尔街头的出租车还在后窗处贴有反对kakao公司拼车服务的标语。

韩国普通民众则表现出完全相反的态度。在出租车司机发起抗议活动之后,kakao公司采取了相对谨慎的态度,但此时普通韩国民众的反应更加明显。先是韩国《朝鲜日报》在出租车司机抗议首日援引民意调查说,有90%的民众对引进拼车服务持支持态度。此后,又有韩国民调机构针对不同年龄、地域、职业更加细致的调

查显示,支持拼车服务的人均占压倒性优势。从年龄层来看,在各年龄层的受访民众中,支持者均多于反对者。其中30岁至40岁、40岁至50岁两个年龄段的支持率最高,赞成者分别占68.6%和66%。从地域来看,全国各地受访民众也是支持者多于反对者,其中位于韩国首都圈的京畿道和仁川市的支持率最高,达到60.2%。从职业角度来看,上班族支持率最高,达到69.5%。在支持率相对最低的家庭主妇群体中,支持者也是反对者的两倍。由此可见,韩国民众对拼车服务普遍持欢迎态度。

反对拼车服务有先例

此次kakao拼车服务引起的争议在韩国并非首次。以前拼车服务在韩国曾有过萌芽,都因出租车行业的强烈反对而夭折。韩国现代汽车曾于去年收购了一家提供拼车服务的公司股份,但韩国出租车行业立即发起了“抵制现代汽车”的抗议活动。最终,现代汽车迫于压力,不得不在半年后抛售了这家公司的股份。另外,在代驾服务刚在韩国出现时,出租车行业也是非常不满,认为代驾服务会分流打车乘客数量,并曾组织过相关抗议活动。

此外,非常具有代表性的案例还有优步退出韩国市场。美国优步公司曾于2013年进军韩国市场,随后推出了拼车服务。当时也引发了韩国出租车行业的强烈反对,并声称优步此举不符合韩国法律。之后,韩国引用了相关法律法规,认定优步拼车服务违法。最终,优步于2014年实质性

退出韩国市场。

说起韩国的出租车司机和普通民众,可谓各有苦衷。实际上,这反映出了出租车司机收入压力与普通民众交通需求之间较难调和的矛盾。

从出租车司机角度看,出租车之所以反对拼车服务,是因为担忧其对出租车生意造成负面影响。这种担忧又来源于出租车司机较大的收入压力。首先,根据韩国雇佣劳动部公布的数据,今年8月份,韩国人均月收入为323.6万韩元。据韩国媒体报道,韩国出租车司机的平均月收入仅为200多万韩元。其次,出租车司机需缴纳“车份儿”钱,还得面临公共交通和代驾服务分流乘客数量的局面,生意越来越不好做,收入越来越没保障。

从消费者角度看,高峰时段打车难,出租车司机“挑活儿”、拒载现象时有发生。“顺风车”不仅能改善出行状况,还能减少打车费用,确实很方便。

“创新”与“传统”利益待磨合

当一种新经济模式出现时,传统经济模式难免会受到一些影响。此次顺风车服务争议只是韩国发展共享经济过程中所遇问题的一个缩影。此外,韩国此前还出现过“共享民宿”,为旅客住宿提供便利。消息一出,立即引发韩国旅馆、民宿相关团体的强烈抗议,最后“共享民宿”也只停留在了概念层面。类似事例还有很多。

事实上,在韩国很难寻到共享经济的影子。尽管多种共享经济在韩国

发展受阻,但共享经济作为一种潮流,其内在的发展潜力和商机确实不容置疑。中国共享经济发展情况越来越受韩国媒体和普通民众的关注,可是韩国民众却未能享受到共享经济的红利。由于韩国国内共享经济发展状况欠佳,造成一些想投资共享经济的韩国企业开始把目光转向海外,投资国外共享经济产业,造成了本应发展韩国共享经济的资金外流。

不过,面对发展共享经济,韩国政府表现出积极态度。近来,韩国政府一直在强调,在经济发展中,要解除束缚,实现革新式经济发展。韩国经济副总理兼企划财政部部长金东兗公开表示,发展共享经济是一条必然道路,需要正面突破。韩国政府将在今年年底前发布活跃共享经济的相关对策,并对出租车行业作出补偿。

近期,韩国政府提出将kakao顺风车服务仅限于早晚高峰时段使用,并且每天每辆车最多只能接2个订单,但出租车司机对此并不满意。首尔市政府则正在研究明年把首尔出租车起步价由3000韩元提至3800韩元,深夜时段的起步价由3600韩元提至5400韩元,并将原有的每行驶142米加收100韩元,改为每132米至135米加收100韩元,以此提高出租车司机收入。

韩国国内有分析认为,现在尚需等待政府出台具体举措,并完善法律法规,解除限制韩国产业发展的诸多束缚,让利益相关方坐下来协商,kakao顺风车服务明年仍有推行的可能性。另外,打破既有的各类限制,发展共享经济,也是韩国经济发展中面临的一个课题。

域外拾零

金边学车记

本报驻金边记者 张保

赴柬埔寨上任4个月左右时,记者终于考取了在柬工作生活必需的重要证件——驾照。

在柬埔寨首都金边,出行交通有三个特点:一是城市面积较大,出行距离经常超过半小时车程;二是天气炎热,金边气温常年处于30摄氏度上下;三是公共交通相对缺乏。

综合考虑各种因素,自驾出行是首选。经过了解,外国人可以通过换领或考试两种途径获得正规柬埔寨驾照。在已有中国驾照的情况下换领柬埔寨驾照需要多道程序,耗时较长,花费不菲。相比之下,直接在柬参加学习,考取驾照,效率更高。

与国内一样,柬埔寨的驾照考试也分成理论和场地练习两部分。同国内驾校大多有独立的练习场地不同,这里的驾校练习场地大多是在相对车少的城市道路上。尽管已是10多年驾龄的老司机,为了熟悉考试规则和考场环境,记者还是另外花了30美元练习了一个半小时。事后证明,这非常重要。

考试当天,场地考试部分由于各种标杆、标识非常密集,考生们屡屡因为压线、撞杆等情况被考官“罚”下场。候考区气氛很紧

张,大家集中精力关注考试情况。

终于轮到记者上场了。在异国他乡考驾照还是略有兴奋,再加上倒库顺利通过,下一个项目侧方停车有点歪。一位考官面无表情地走了过来,瞄了瞄地上的线说,车停得稍微靠外了一点点,让记者往路边再贴一点。这个要求竟让记者有点窃喜,因为就在之前半个小时的练习中,驾校老师刚刚就停稳之后如何微调给了提示。按照老师的方法如法炮制之后,考官终于示意通过,记者长出了一口气。细数之下发现,当天下午外国人专场的通过率竟不足三分之一,柬埔寨的驾照考试着实不容易。考试之后没几天,记者就领到了一张有效期10年的驾照。

中柬两国交往历史悠久,近年来两国关系更是日益密切。大批中国人赴柬投资旅游,有力促进了当地的经济社会发展,增加了民众的收入。但是,也的确有极少数人不了解或不遵守柬埔寨的法律法规,破坏了中国人的形象。这也为我们提了个醒:出门在外,一定要提前了解并遵守当地法律法规,尊重当地文化,展现正面形象,为自己、为中国“代言”。

海外掠影

在肯中资机构举办联合招聘会



肯中资机构首届联合招聘会10月29日在内罗毕举行,本次招聘会共有50余家中资机构发布1000余个招聘岗位,实际收到简历超过3300份。(新华社发)

叙利亚国家博物馆新开放



因安全原因关闭6年多后,位于大马士革的叙利亚国家博物馆近日重新对公众开放。图为游客在叙利亚国家博物馆外拍照。(新华社发)

瑞士拉沃秋色如画



近日,瑞士拉沃梯田式葡萄园已变成一片橙黄,秋色如画。拉沃是瑞士著名的葡萄酒产区,葡萄种植最早可追溯到11世纪。2007年,拉沃梯田式葡萄园被列为世界文化遗产。(新华社发)

文化融合将助力经贸合作深化

——访印尼驻上海总领事宁乔恩

本报驻雅加达记者 田原

“**访谈**

首届上海国际进口博览会召开前夕,记者就中印尼经贸合作尤其是印尼参展筹备等话题,专访了博览会主宾国印尼驻上海总领事宁乔恩女士。

记者:听说这次进口博览会印尼参展商带来了“印尼国宝”巴迪克,能否介绍一下?

宁乔恩:巴迪克是印尼独有的蜡染技术及其产品,是印尼的文化名片,也是联合国教科文组织认定的世界文化遗产。印尼地大物博、民族多样、文化绚烂,每个地区的巴迪克材质、用色、图案、工艺、寓意都各有特色,反映了不同的风情和文明。尤其是手工巴迪克,每一块都耗时数年才能完成,是高端定制市场的热销品。这次展品中,不仅有延续数百年的手工巴迪克,也有符合现代规模生产所需的机器巴迪克,还有专门针对中国时尚文化设计的图案,相信能为中国消费者带来丰富的消费体验和艺术享受。

记者:将巴迪克这样的文化产品

“此次进口博览会是中国国力增强尤其是居民消费能力显著提高的集中展示。为此,印尼政府、商业协会、参展商均高度重视,视之为开拓中国市场、提升合作关系的重要机会。”

带到中国,需要作出哪些努力?

宁乔恩:近年来,中印尼全面合作取得了长足进步,但我们也要看到,文化融合无法一蹴而就。以上海人和杭州人为例,他们对印尼文化持十分开放、好奇的态度。然而,中国人觉得巴迪克好看,但对如何将之运用到时尚产业缺乏经验,故目前在上海还没有巴迪克专卖店,这与巴迪克在好莱坞、纽约、东京等地风行的局面有较大差距。因此,中印尼双方需要积极探索商业化引进的模式和平台。萨隆是另一种印尼特色纺织品,通常用于宗教仪式,在巴厘岛是必备用品且十分畅销。但是,将萨隆带到中国市场时,需要考虑不同的国情、社情、民情。此次进口博览会是印尼文化产品进入中国的一次绝佳机会。为此,我们专门在上海的印尼文化和艺术中心举行了一场巴迪克时装秀,为参加博览会预热,

参与者通过亲身参与巴迪克制作充分体验了印尼文化。

记者:除了文化产品,印尼参展商在此次博览会上还向中国消费者带来了哪些惊喜?

宁乔恩:我到中国已有两年多,深刻感受到中国改革开放所取得的巨大成就,特别是人的全面发展。此次进口博览会是中国国力增强尤其是居民消费能力显著提高的集中展示。为此,印尼政府、商业协会、参展商均高度重视,视之为开拓中国市场、提升合作关系的重要机会。例如,目前印尼咖啡品牌雀巢之后在中国速溶咖啡市场份额排名中位列第二,他们希望借此进口博览会之力在2019年整体超越雀巢。又如,印尼的饼干、方便面等食品加工工业销售额去年在中国实现了100%的增长,借力进口博览会,他们均将今年的增速定为50%以上。

特别值得一提的是燕窝和旅游,目前印尼以70%的份额稳居中国市场第一,希望这次有新突破;“十大新巴厘岛”旅游胜地也是我们重点推介的项目。

记者:在中国市场的拓展手段上,印尼参展商和政府有哪些新举措?

宁乔恩:中国是互联网大国,是电商大国。在上海、杭州等大城市,我有置身发达经济体和世界数字经济中心的感觉;在小城镇或农村地区,互联网也为那里的经济社会发展作出了巨大贡献。为此,我们以每年在华举办的“印尼周”为平台,进一步加强了针对电商的网络营销,并配合以酒店、餐馆、商场、博物馆等线下活动。印尼驻上海总领馆成立于2012年,目前在进出口对接、签证办理、公共宣传、清关咨询、法律援助等方面积极为中印尼双方提供支持。在日常工作中,我注意到文化融合对深化双方经贸合作具有重要意义。具体到此次进口博览会,一方面我们尽全力为印尼参展商提供各类便利和服务;另一方面,我们通过语言培训、文化交流、时尚沙龙等形式,进一步拉近印尼参展商和中国进口商、印尼生产者和中国消费者的距离。