

抖音“入局”网约车 打的啥主意？

羊城晚报记者 沈钧

近日，有消息称，抖音于近日开放交通出行服务的平台服务商入驻资格，目前开放的细分类型有打车/网约车、顺风车/拼车、出租车等，有计划通过第三方出行服务商，构建自己的出行业务生态。

一时间，“抖音入局网约车”“聚合打车市场又迎巨头”等说法甚嚣尘上。对此，抖音开放平台相关负责人对羊城晚报记者回应表示：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。各行业/类目如果有开发者入驻，服务由开发者提供，抖音开放平台只是提供相关工具并做好平台监管。不过也有分析认为，抖音目前做的事都意在通过包罗万象的业务提升用户活跃度，如打车优惠券这个业务，尽管不能由此充实利润空间，但从长期来看，假如打车优惠券卖得好，其未来在打车这个市场也是进可攻、退可守的。



网约车平台竞争激烈，越来越多巨头加入竞争 图/视觉中国

抖音看上打车的生意？

早在两年前，字节跳动就成立了“本地直营业务中心”，聚焦本地生活业务，重点挖掘餐饮、文旅和生活服务。今年10月，抖音生活服务首次举办了全国服务商伙伴大会，正式对外公布了一系列关键数据：抖音生活服务已经覆盖全国377个城市，整体交易金额同比增长了30多倍。

可以说，抖音已悄然成为本地生活“新鲑鱼”，而抖音对出行领域的规划，则被外界视为在生活服务领域深入布局。

记者在抖音App中找到小程序入口，并搜索“出行”“顺风车”“打车”等关键词，能够搜到数十个相关的小程序，如T3出行、同心出行、猛犸出行、停牛出行等。以“出行”关键词的搜索结果为例，仔细梳理发现，其中的网约车平台仅有T3出行一家，其他的服务商如同心出行专注于跨城拼车及接送机服务，猛犸出行则是一个电动车换电平台，停牛出行是一个寻找停车场的小程序。

此外，抖音上的T3出行小程序还无法实现正常的打车功能，其出发地和目的地仅支持手动输入，不支持定位选择，且在点击“提交用车需求”后，小程序反馈“打车请求提交成功，等待司机联系”便再无后续。但用户可以进入“省钱中心”，通过活动兑换或购买打车优惠券。

对此，T3出行相关负责人对羊城晚报记者表示：“目前，T3出行与抖音平台保持密切沟通与合作。有最新消息，我们会及时对外披露。T3出行拥有行业领先的合规运力规模，与各大聚合平台开展合作，为各平台注入更多合规运力，在进一步完善用户体验的同时，将为网约车行业健康可持续发展注入新动能。”

但是，从使用体验来讲，目前抖音开放平台的小程序入口难寻、出行服务商数量也相对较少，外界猜测的抖音将“有计划通过第三方出行服务商，构建自己的出行业务生态”只怕有“想多了”之嫌。

凭借开放平台进可攻、退可守

也有分析认为，抖音现在入局聚合打车平台不仅已经错过了行业高速发展的时间窗口，还需要面临各地方政府对聚合打车政策的调整造成的不确定性，此时并非一个好的入局时机。

记者梳理发现，尽管聚合打车平台是一门已经被验证过的生意，但今年下半年以来，该行业监管趋严的态势越来越明显。就在12月，广州发布了《广州市交通运输局关于进一步规范网络预约出租汽车聚合经营行为的通知（征求意见稿）》（以下简称《通知》）。

《通知》不仅明确了聚合打车平台是电子商务平台，且对聚合平台的监管提出了极高的要求：如平台需至少每六个月核验网约车企业车主的《网络预约出租汽车经营许可证明》、相关车辆的《网络预约出租汽车运输证》、相关驾驶员的《网络预约出租汽车驾驶员证》；平台需落实交通安全新业态平台企业抽成“阳光行动”要求；平台需对乘客受到损害的合法权益承担先行赔偿责任等。

此外，从抖音的业务战略来看，12月21日，字节跳动CEO梁汝波在最近一次公司全员会议上提到，2022年，字节的营收增速

减慢，并表示公司将持续进行“去肥增瘦”。对于抖音来说，或许其当前重点仍是“全域兴趣”为主发展电商。

一名接近抖音的人士也对羊城晚报记者表示，抖音自己没有做打车平台的计划。目前，如T3出行这样的网约车头部厂商，在抖音平台上更多的还是以销售打车券为主。

对此，网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾表示，打车的需求是比较直接的，且场景也比较固定，抖音做打车可能不如百度、高德这些基于地图服务的平台，但相比来看，抖音做打车优惠券的适配度可能会更高一些。

“销售打车优惠券对于抖音而言，顶多就是赚个流水，其中可供获利的空间不多，这与聚合打车平台当中间商赚差价是不一样的。”张毅认为，抖音目前做的事情是用户留存，通过包罗万象的业务提升用户在抖音的活跃程度。如打车优惠券这个业务，尽管不能借此赚更多的钱，不能充实利润空间，但从长期来看，假如抖音的打车优惠券卖得好，其未来在打车这个市场是进可攻、退可守的。

新旧势力争夺网约车市场

近几年来，一度进入寡头时代的网约车市场又开始重燃战火。一边是有着传统车企背景的T3出行、曹操出行、如祺出行、享道出行等网约车平台频繁融资发力，抢占网约车市场。另一边则是以高德、美团等为代表聚合平台开辟了互联网平台参与网约车行业的新模式。

而到了2022年下半年，华为、腾讯等宣布布局聚合打车市场，犹如给行业扔下一颗深水炸弹，也让人们重新审视聚合打车所能带来的用户黏性和盈利空间。实际上，聚合打车的逻辑便是对用户流量的再分配，而抖音作为当下最大的流量平台，想要入局分一杯羹也并非一件多难的事情。

维护公平竞争市场秩序加快推进网约车合规化的通知》，要求各平台科学制定平台派单规则，规范定价行为，完善利益分配机制，降低过高的抽成比例，保障驾驶员获得合理劳动报酬和休息时间。

对此，艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅认为，抖音选择做开放平台，不自己去做聚合是有其考量的。“做开放平台仅需要做好用户留存，而做聚合打车需要正儿八经地去做打车业务，两者从责任承担、业务深入程度以及投入支撑的程度都不一样，前者更轻，后者更重。”

“如果抖音做一个聚合打车平台，就需要对消费者的很多行为负责，理论上抖音目前没有过多的精力放在这边。”张毅认为，相比于抖音目前更容易赚钱的方向——广告收入、直播电商等而言，聚合打车不是抖音目前主要思考的方向。

广发基金获评“绿色发展奖”

近日，“第十七届人民企业社会责任奖”评选结果揭晓，广发基金凭借在践行社会责任中的多维探索，尤其是通过发展绿色金融助力“双碳”目标和生态文明建设中所作出的积极贡献，荣获“绿色发展奖”。

当前，公募基金行业走在高

质量发展道路上，需要承担起更多社会责任，为社会作出更多积极贡献。广发基金将始终坚持企业价值与社会价值相统一，在助力国家战略、践行普惠金融、投身社会公益等方面积极探索，努力为投资者、为社会创造更多价值。（杨广）

舒适、智能、高性价比需求全满足 一辆享域就够了！

智能安全配置，远超过级别对手

对于年轻用户来讲，快捷便利的生活方式是他们所追求的。他们期待在日常智能化、互联化的生活在任何场景下都能实现，其中也包括了汽车。

新款享域搭载 Honda CONNECT 3.0 智导互联系统，实现了移动生活与家庭生活的无缝链接。这套系统不仅操作流畅，还有丰富的智能科技。包括手机远程控制、语音控制、导航、娱乐检索、车家互联五大功能。

而且，Honda CONNECT 3.0 智导互联还具备 OTA 升级，随用随新。通过系统，电子支付（停车场支付）、交通违章查

询、紧急救援、天气查询等功能都可以实现。

作为一台满载家人、朋友的车，安全性则是考验车辆的重要指标。Honda SENSING 安全超感系统则带来了越级的安全水准。整套系统拥有众多主动安全科技，几乎囊括了目前主流的汽车安全辅助配置。包括高速行驶中有效舒缓驾驶疲劳的 ACC 主动巡航控制系统（带 LSF 低速跟车功能）、确保车辆行驶稳定、安全的 LKAS 车道保持辅助系统；还有提供车距监测，防止追尾的 FCW 预碰撞预警系统等丰富配置。

高效的动力系统，让驾驶更具乐趣

作为家用轿车，用户希望爱车有经济用车成本的同时，动力表现也应有极高的水准。新款享域就做到了“鱼与熊掌兼得”。

新款享域提供混动与燃油两种动力选择。其中，混动版车型采用本田 i-MMD 双电机混合动力系统，兼具燃油经济性与澎湃动力。其中发动机最大功率 80kW，最大扭矩 134N·m；驱

动机最大功率 96kW，最大扭矩 267N·m，系统最大功率 113kW，WLTC 综合工况油耗低至 4.7L/100km。燃油版车型搭载 1.0T 涡轮增压发动机，最大功率 90kW，最大扭矩 173N·m，匹配 CVT 变速箱，WLTC 综合工况油耗低至 5.92 L/100km。即使选择燃油版车型的用户也能同时享受燃油经济性和驾驶的乐趣。

随着经济快速发展，人们消费水平不断提高，汽车普及率也在不断增长，越来越多的年轻人开始购买汽车，享受汽车生活带来的乐趣。不过，对于市面上琳琅满目的汽车产品，年轻用户难免也患上“选择困难症”。除了外观颜值、智能科技以外，在出行的过程中，舒适、安全、高性价比等方面越来越成为年轻消费者重点考虑的因素。

面对年轻人的用车需求，不少市场上在售的车型都给出了解决方案。就像在今年全面升级的新款享域，通过超大空间、舒享内饰、卓越的驾驶乐趣、丰富的智能科技，成为年轻人家用轿车的理想之选。

设计突出，用户才更愿意“买单”

如果一台车有着一眼入魂的设计，那么大概率会被年轻人放进首选名单。即使是一台家用轿车，年轻人也希望不仅有“家用”的大气，更需要有时尚、动感的元素。

无论是采用车身同色饰条的中网造型，还是简约流畅的机盖线条，都突出了享域时尚

生动的性格。而前保险杠贯穿式雾灯饰条，以及 17 寸造型锐利的铝合金轮毂，让享域在静态或者动态的时候，都能让路人感受到它身上的那份张力。包括皓月白（混动车型专属）、晶耀白、炫动蓝、暗光蓝在内的车身配色，也给予年轻人不同的色彩选择。

在同级别的家用轿车里面，少有像享域这样将空间的舒适和实用运用到极致的。年轻人对于自己的爱车，都希望是动感的、充满流线性、也希望有个大空间坐得舒适，这样的矛盾感被享域所“治愈”了。

新款享域车身尺寸为 4772 ×

解决空间焦虑，既舒适又实用

1804 × 1509mm，相比现款加长 16mm，轴距 2730mm，车身尺寸不仅超越同级，可以说已经接近 B 级车的水平，极具竞争力和性价比。而作为本田空间设计的杀手锏，本田 MM 理念让享域实现了空间利用率的最大化。

这种极具享受的空间，在享

域的后排得以实现。可以 35° 角度调节的后排航空头枕，在同级别车型上是少有；后排空调出风口、全系标配后排双 USB 接口等实用设计也让乘客觉得省心、舒心；巧妙设计的一体式多功能桌板，则可以应对不同乘客使用的需求。



新款享域搭载 Honda CONNECT 3.0 智导互联系统

享域



极具享受的空间，在享域的后排得以实现

【点评】

享域作为一台东风本田布局紧凑型轿车市场的产品，自带不俗的实力。在竞争对手林立的情况下，东风本田拿出了对用户最大的诚意。越级的空间、丰富的配置、全方位的安全保护，让享域成为了一款高性价比的产品，足以打动购车者。（文/莫晓航 图/东风本田提供）