

# Analysis on the Development Problems and Countermeasures of the Online Car-hailing in the Sharing Economy——Taking the DiDi as an Examples

Shucui Shi Weiwei Qi Yang Liu

Qingdao Huanghai University, Qingdao, Shandong, 266427, China

## Abstract

With the emergence of sharing economy, great changes have taken place in people's way of life and mode of production. With the widespread application of "Internet +", the online car-hailing market has flourished. Taking DiDi as an example, this paper analyzes the development of online car-hailing market, and puts forward some targeted strategies.

## Keywords

sharing economy; online car-hailing; development problems; countermeasure analysis

## Fund Project

Project Title: Research on the Sharing Economy Discovery in the Industrial Transformation of Qingdao West Coast New District (Project No.: 2017renwen08).

---

# 共享经济下网约车的发展问题及对策分析——以滴滴出行为例

石淑翠 齐伟伟 刘洋

青岛黄海学院, 中国·山东 青岛 266427

## 摘要

共享经济的出现促使人们的生活方式和生产方式发生了重大改变, 伴随着“互联网+”的广泛应用, 网约车市场蓬勃发展。本文以滴滴出行为例, 分析了网约车市场的发展问题, 并提出了有针对性的策略。

## 关键词

共享经济; 网约车; 发展问题; 对策分析

## 基金项目

项目名称: 青岛西海岸新区产业转型中共享经济发现研究(项目编号:2017renwen08)。

---

## 1 研究背景

近年来, 移动互联网的快速发展改变了人们的生活, “互联网+”、共享经济以及大数据的整合是中国今后的重点发展方向。随着“互联网+”时代的来临, 共享经济一词逐渐走入人们的视野, 并改变着人们的生产生活方式。共享经济是一种新兴的经济模式, 理念的核心在于分享物品的使用权, 使社会中大量闲置的资源得以被分享和利用, 从而达到双方共赢的效果。共享理念的一个非常重要的应用便是在交通出行上, 网约车的出现和发展改变了传统的出行方式, 如今已

经成为人们交通出行非常重要的一种方式。<sup>[1]</sup>

结合共享经济的概念, 共享出行软件应运而生。它不仅一定程度上缓解了城市交通的矛盾, 提高了出行效率, 还满足了社会的多样化需求, 提升了人们的出行品质。市面上各类打车软件层出不穷, 经过激烈的市场竞争之后日渐形成了滴滴出行一家独大, 神州、曹操、首汽等各占一定份额的格局。滴滴出行的飞速发展, 同时也对传统行业造成了冲击, 也引发了许多矛盾, 比如中国国家政策, 社会安全等多方面的问题。本文以滴滴出行作为研究对象, 针对滴滴出行的发展过程中

出现的问题进行全面分析,并找出与之相对应的解决方法。

## 2 滴滴出行

2012年滴滴出行由北京小桔科技有限公司所建立。2013年滴滴出行软件占据共享出行市场份额的59.5%,其比例远超其他同类型共享出行软件。2014年5月,当时的滴滴出行已经改名为“滴滴打车”,同年4月快的打车接受了来自阿里巴巴的投资,双方拉开了补贴大战的序幕。2014年5月,滴滴出行与快的打车发起的补贴大战出现了僵持的状态,2015年滴滴出行与竞争对手快的打车在2015年的情人节正式宣布实施战略性合并,携手共同对付竞争对手Uber。2015年滴滴出行相继推出了“滴滴快车”、“滴滴顺风车”、“定制巴士”等服务,满足了消费者对经济型专车和拼车的需求。7月28日,滴滴出行软件根据用户的需求发展代驾服务,同年9月,滴滴出行在拿到共计30亿美元投资后,宣布软件正式更名为滴滴出行。2016年8月,滴滴出行正式发布与优步中国实现战略合作,收购优步中国区所有业务。滴滴出行从一个普通的打车软件逐步发展成为当今的行业巨头,其业务囊括了专车、快车、优享等多种服务模式,为人们的出行带来了巨大的便利。

## 3 滴滴出行发展问题

### 3.1 滴滴出行业务城市间发展不均衡

首先,滴滴出行是一个基于移动端软件为中心的打车平台,信息化基础设施建设等因素皆会对其发展造成较大的影响。相较于中国各大城市,中小城市的网络设施较为落后,信息化基础建设还有待改善,这都会影响滴滴出行的推进工作。其次,城市交通设施条件也是限制滴滴出行发展的重要因素。除此之外,一个城市的汽车保有量以及市政府对待滴滴出行的立场都可能影响滴滴出行在城市中的发展。对比大城市而言,中小城市的人口较少,由于经济发展和社会环境等因素制约,顾客的消费习惯对滴滴出行来说将是一个较大的难题。目前来看,打车出行成本相对较高,对消费水平较低的中小城市居民而言,高频率、多频次的使用显得不太现实。对于出门依旧停留在公交出行习惯的居民,滴滴出行平台在中小城市推广的阻力将变得异常艰巨。

### 3.2 企业自身存在阻碍

#### 3.2.1 内部管理紊乱,急需加强整顿

自滴滴出行平台上市以来,仅花费了不到四年的时间,

公司的员工便增长到五千余人,过快的发展虽然令滴滴出行在短时间内成为了互联网行业中的新巨头,却也给公司内部的管理造成了隐患。各地区部门员工数量臃肿、工作效率低下的现象普遍存在,对于品牌也缺乏一定的经营和管理。再者公司接二连三的合并引发内部人员处在一个长期动荡的环境,与此同时滴滴出行平台的风险投资者,数目众多且股东关系错综复杂,不仅对公司的管理及日常运营加大了难度,同时也增加了决策与执行时间等相应的成本。

#### 3.2.2 缺乏对供给端的掌控力度

作为一种雇佣关系,车主选取平台的最主要因素无非是所获利润的多少。对车主而言,步骤简单且又迁移成本较低,车主的自由程度极高。而平台虽为保证平台的供给能力而建立了如双向评价等机制与措施,但是因车主与平台仅类似与加盟的性质,公司平台对车主的选择基本无力管辖,所直接导致的后果便是无法保证旗下司机的服务质量。据调查研究来看,几乎百分之七十的滴滴出行车主在与滴滴出行签约的同时,也先后注册了曹操、神州等其他的相关行业平台。

#### 3.2.3 审核机制松散

从司机审核的角度来看,平台为了保证司机端需求的供给,其审核机制过于松散,基本仅是形式过场,没有形成完善的审核管理机制。滴滴出行平台的司机认证,只需通过注册登录滴滴出行软件,提交手机号、身份证等相关个人信息,便能很快的通过审核从而成为滴滴出行司机队伍中的一员。而在整个注册过程中,并未有任何形式的认证及信息真实性的核查。雇佣端司机的素质水平也直接关乎着用户使用体验的好坏,滴滴出行的审核管理机制的缺点以及有关部门的不作为将直接影响到用户的消费体验及满意度,对用户的人身、财产安全也埋下了极大的隐患。

### 3.3 滴滴出行软件系统有待完善

#### 3.3.1 预约系统不健全,派单系统不够科学

滴滴出行的预订机制在一般情况是处在静默的状态下的,唯有在碰到滴滴司机在线数量不足或是近距离内没有滴滴服务覆盖的情况下才会开放。对于快车与出租车两个服务模块并没有提供该项功能及业务,除此之外,预约机制还存在“用时长、提前约”等缺点,这使得给临时将要外出且对时间要求较大的急需用车的用户会造成很大的不便。滴滴出行平台下的派单系统,其规则原理是根据滴滴司机的积分额度以及

滴滴司机所在的实际位置所综合决定的。这种单纯以高积分和最近距离的派单规则从整体实际来看,还是存在着不少的问题缺陷,很难实现最佳的派单结果。

### 3.3.2 门槛较低,用户安全存在隐患

平安保障系统是顾客在选择出行时率先思考的问题。近年来,滴滴出行发生了不少乘客安全受到威胁的例子。通过调查,从事滴滴出行工作的司机成分复杂,有专职司机、出租车司机、私家司机甚至退休老人,大家注册成功后就开始接单。行车安全方面的情况也令人担忧。部分用户在使用过程中发现,存在没有接受过正规道路交通安全培训的私营车主,这给行车安全及用户的人身财产安全埋下了极大的隐患。另外,因网约车而导致的乘客信息安全问题也不容小觑。若网约车司机保护乘客信息的意识不强,甚至恶意透露乘客信息,乘客的个人信息极易泄露。

## 4 对以滴滴出行为代表的网约车平台的发展建议

### 4.1 外部环境搭建

#### 4.1.1 完善基础设施建设

网约车平台应建立相关的硬件配备,在软件使用的高峰时段加强网络信号的强度,尽量避免网络波动,提高信息化基础设施建设程度。保持平台使用的流畅度,省略不必要的功能,优化用户界面,尽量避免出现定位失败、画面卡壳等问题,提高用户的使用体验,进而提升顾客的口碑。同时也要加强软件的建设,不断更新道路交通信息,消除漏洞。

#### 4.1.2 培养用户消费习惯

滴滴出行应注重培养不同城市的消费者的消费习惯,大城市接受新事物的速度较快,对于新兴的事物而言,用户接受新兴出行方式的程度较高,容易培养用户的消费习惯。而中小城市发展相对较慢,接受新兴事物的程度较大城市而言相对偏低,所以想培养用户的消费习惯相对来说比较困难。滴滴出行可以采用以下几种方法来培养客户消费习惯:定期推出优惠活动、推出客户满减活动、与其他平台进行战略合作等。<sup>[2]</sup>

### 4.2 加强企业内部管理

#### 4.2.1 实行柔性管理

柔性管理其核心是要以顾客为中心,无论是用户端还是

平台司机端,皆是平台的顾客,而平台所要做的便是最大限度的站在顾客的角度上去思考问题、解决问题,在充分满足顾客需求的同时,还要注重顾客满意度的提升。司机端是平台供给的第一保障,平台应该采用多方面的扶持优惠政策来形成司机对平台的粘度,强化司机对公司平台的归属感和认同感,实现司机素质品德的自我改善与提升。对于平台的广大用户,滴滴出行平台的功能要以用户的体验与反馈为重心,使之可以拉近平台与用户之间的距离,将顾客的需求与体验放在首位。

#### 4.2.2 选拔和任用高素质的领导者

上层领导是品牌策略的决策者和实施者。滴滴出行应建立与明确企业的领导管理机制,注重企业平台的品牌及文化建设工作。同时,为保障工作进度的开展及运行,企业内部应设立专门的管理审核部门,确保基层团体与上层领导之间可以进行良好的交流与沟通。统一品牌标准,彻底解决公司内部派系纵生的现象,将之前来自不同公司的人才尽快融合,凝结熔炼成一个团体来应对市场方向的各项挑战,避免内部消耗来耗损公司的财力、物力及人力。

#### 4.2.3 完善软件预约系统和司机评价

实时开放预约系统,可以给明确有出行计划的客户提供便利和选择的权利。派单系统可以在供给滴滴司机讯息的基础上,多开放一些权限,让顾客掌握主动择选的权利。<sup>[3]</sup>滴滴出行也应该建立起多样化、综合化的评价机制,如采用临时抽查,专业审核队伍的建立及暗中走访、体验等多重评价方式。

### 4.3 加强监管提升安全性

#### 4.3.1 建立信用体系规范司机和乘客行为

经商讲究的是诚信,提高经营者的信誉度是市场经济发展的客观要求。在网络约车服务中要抓紧建立信用体系,用以同时规范乘客和司机双方的行为。在打车的过程当中,司机与乘客双方都要遵守信誉,方可实现共赢。滴滴出行可以创建信用积分等级累计制度,信誉累积度越高的车主就能得到更多的奖励,信誉度越高的顾客能够获得更多的优惠,这样不但可以提高用户量,还可以提高全民的道德水平。<sup>[4]</sup>

#### 4.3.2 规范网约车行为加强市场监管

伴随着网络约车的迅速发展,网约车市场不规范现象大量出现,规范网络约车行为势在必行,政府必须加强监管。

政府需要制定相关监管规章,对从业人员进行严格的考核,对第三方管理平台进行及时全面的监督,确保三方合法利益。政府要周转大数据,达成第三方数据的顺利流转,畅通消费者的投诉渠道。同时,增强线下管理,对车辆举行实时检查,保证行车安全。

### 参考文献

- [1] 李泽鹏,吴美珍.互联网专车的发展现状及对策研究——以滴滴出行为例[J].全国流通经济,2018,(30):84-85.doi:10.3969/j.issn.1009-5292.2018.30.047.
- [2] 颜永材,郑少君,黄芷琳,郭永妍,萧卓瑜,张嘉鸣.佛山市“专车”类共享经济发展:优势、瓶颈及出路——以某某出行平台为例[J].求知导刊,2017,0(36).
- [3] 梁洪耀,姚玲.“互联网+”时代下共享经济的发展现状和对策思考——以共享单车为例[J].中国市场,2017,0(27):59.
- [4] 辛依清.城市居民最低生活保障管理现状及对策研究——以江西省宜春市为例[J].中国经贸,2017,0(21).