



一些网约车转型“滴滴”也准备入局

我市同城物流市场活跃

刚买的二手电子琴自己没办法去拉，在临桂的同事要的文件没时间去送……还不如花钱请别人跑腿，提高自己的时间效率，也减少见面风险。疫情期间这一消费理念的变化，逐渐成就一个新的市场——同城即时物流。

在桂林，无论是快递业巨头还是互联网新贵，都开始纷纷涉足这一领域。然而在同城物流市场活跃的同时，也存在着收费标准模糊等行业乱象，亟须加强监管。

1 同城物流市场活跃

阳先生在七星区经营一家文具公司，主要订单来自周边企业单位。“原来是我自己送货，疫情之后我基本都用APP下单，由网约车司机接单配送。”阳先生说，业务多的时候，他每周在“货拉拉”平台上要完成5到7个订单，“一来可以解放我的时间，二来节约人工和车辆费用。”

除了“货拉拉”，市场上较火的网约同城货运平台还有“快狗打车”。“我也是看到网络上的广告，所以搬家找了‘快狗’。”对于市民罗先生来说，找网约平台拉货搬家主要是考虑到与传统的搬家行业相比，网络平台费用标准可见，条款清晰，“能避免扯皮，我搬了两次家，叫的都是这个平台，感觉还比较规范。”

记者了解到，目前桂林同城物流市场活跃的“货拉拉”，有



较强的品牌知名度，在用户端的渗透相对较高，业务集中于货运方面。而由58速运改名后的快狗打车，号称拥有超过110万名平台注册司机，业务范围已覆盖346个城市的超900万活跃用户。

除了这些专业网约物流平台外，同城物流市场也少不了传统快递行业的影子。比如市民使用较多的顺丰同城速递、达达、闪送、UU跑腿等即时物流平台，也均是通过微信公众号、小程序或者APP下单，由平台指定运输者接单。

“小件我们就找闪送、顺丰，因为它们工具多是电动车，方便快捷，大件自然需要货车这样的运输工具，我们就用‘货拉拉’和‘快狗’等平台。”临桂一家公司的办公室负责人已经用出了心得。

2 “滴滴”也准备入局

传统货运市场信息不对称，需求错位之下，货找不到车，车找不到货，货车空置率高，造成了资源空缺和浪费。网约版的同城物流市场正是在疫情期间公众出行意愿改变的情况下，迅速占领了一定市场。

就连一向只拉人的“滴滴”，或许也要开始拉货了。19日，记者在滴滴货运官方微信服务账号上获悉，滴滴货运开始正式招募司机，首批试点城市为杭州和成都。实际上在4月，滴滴已在天津、北京成立了两家货运全资子公司，同时在郑州、上海、深圳和重庆等21座城市上线跑腿服务。

虽然同城货运业务尚未涉及桂林，但“滴滴”杀入这一市场已经是板上钉钉。除了在资金上舍得投入，经过8年的发展，滴滴也已积累了庞大的客户资源。从战略眼光来看，同城货运行业的发展空间巨大。2019年10月



发布的《中国同城货运行业研究报告》显示，在物流行业稳定增长的背景下，同城货运市场也迎来了发展的黄金期，预计未来3—5年仍将保持5%—7%的增速。毫无疑问，滴滴的此次入局将加剧同城货运行业的竞争。

聚焦同城物流业务，滴滴除了看中市场潜力，同时也是“自救之举”。此前随着疫情的发展，市民出行意愿几近停滞，再加上外出就餐的骤减，导致了代驾需求消失，滴滴多项业务遭受打击，许多网约车司机收入几乎消失，新的送货服务将提供一次赚取收入的机会。

具体到桂林来说，已经有一些网约车司机转型为货运司机，收入更有保障一些。“我把轿车卖了，又买了一辆面包车，既能装人又能拉货，主要还是因为疫情期间，同城拉货的单明显要比拉人的竞争要少，工作也简单。”一位司机说。



制图 廖伟斌

网约货运平台开始在同城物流行业中扮演重要的角色。

3 拉货比拉人更赚钱吗?

滴滴将进军的同城货运领域并非一片蓝海，竞争与传统网约车市场同样激烈。而对于本地消费者来说，是否能享受到与成熟网约车一样的服务体验，是他们选择与否的重要考量。

首当其冲的是价格。目前来看，市面上活跃的同城物流收费略高于网约车，比如记者在某平台上下单运送货物从信义路至榕湖北路，总里程3公里，小面包车费用为16元，采取电动自行车配送的费用10元左右。而如果是距离较远的订单，收费还略低于载人网约车。如从信义路送至阳朔车站的货运订单，某平台显示里程约70公里，小面包车收费为157元，小货车收费220元，而载人网约车的费用在250元左右。

“从费用上来说，我觉得现在同城物流平台的价钱不能说便宜，但还能接受。”在市内经营一家家具店的黄老板说，“我以前有几个固定的司



机，打一个电话就有人拉货，也就是疫情这段时间找不到人，才用它们拉一拉。”由于平台对货车司机的管控比较松散，商户很容易和司机建立起私下合作关系，交易双方都试图绕过中间商环节，减少各自的成本。

而从司机的角度来看，他们提供服务的意愿有多高呢？“有一次运气就特别好，就十多公里的距离，运费没多少钱，但是帮忙搬运就挣了800多，一个月下来搬运的钱能占到总收入的1/3，由于是体力活，所以基本是纯利润。”一位司机说，拉货只是一部分，并不怎么赚钱，他们的很大一部分收入都来源于搬运的费用，这才是很多司机愿意绑定在同城物流平台上的重要原因。出于成本之外的考虑，一般商家也会更倾向于熟悉的司机给自己搬运货物，减少不必要的摩擦成本。

4 行业监管体系尚待建立

众所周知，网约车平台在发展的过程中，先后多次爆出负面事件，在不断的整改和纠正中才逐渐走向规范化。而方兴未艾的同城物流网约车平台也正在走一条相似路径，一些阻碍发展的行业顽疾不得不正视，以免重蹈网约车覆辙。

就在几天前，媒体曝光了一起天价搬运费事件，网友在货拉拉平台预约搬家，不到两公里路程，被收取5400元搬家费，引发广泛关注。实际上，这并非个例。近年来，网约搬家服务遭人诟病的案例屡屡见诸报端，记者在社交平台搜索发现，关于网约搬家服务司机坐地起价的吐槽还有很多。比如，“从A小区搬到B小区，规定每次停留不能超过30分钟，总计超过30分钟就得收费”“谈好价格后，到了目的地还要加价100元”等。

目前，以运货、搬家为主要内容的网约物流行业确实也还存在恶性价格竞争、收费标准模糊等屡见不鲜的

问题，亟须加强监管。2019年，交通运输部、国家税务总局发布了《网络平台道路货物运输经营管理暂行办法》，其中第十七条规定，网络货运经营者应当建立健全交易规则和服务协议，明确实际承运人及其车辆及驾驶员进入和退出平台，托运人及实际承运人权益保护等规定，建立对实际承运人的服务评价体系，公示服务评价结果。网络货运经营者应当建立健全投诉和举报机制，公开投诉举报电话，及时受理并处理投诉举报。鼓励网络货运经营者建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则。

桂林在2019年出台了网约车管理办法，而针对网约货运物流尚无明确监管法规。从行业发展态势来看，对于网约物流行业的监管迫在眉睫，一方面能增强行业的自律性，促进网约物流服务行业长远健康发展；另一方面可以有效保护消费者的合法权益，给消费者带来良好的用户体验。

记者沈青 文/摄

