

# 嘀嗒出行拟赴港上市，

## 是必然还是巧合



■中国城市报记者 张亚欣

出行领域的聚光灯首次偏离滴滴，照射在了嘀嗒出行上。

日前，嘀嗒出行向港交所递交招股书，或将成为中国共享出行领域上市第一股，引起业界一片哗然。受疫情影响，今年不论是行业还是经济均受重创，在此微妙时机，嘀嗒出行还能抢在行业巨头——滴滴出行之前后来居上，抢先登陆A股市场，究竟是“借”了哪股东风？是必然还是巧合？上市之后又将遇到哪些阻碍？

### 悄然“抢滩”

早年共享经济盛行时，一切可以共享细分领域的产生，如共享充电宝、共享单车等都刺激了行业经济的发展，而共享出行更是影响着人们的出行方式和消费理念。

根据弗若斯特沙利文报告显示，2019年国内一线城市中每平方公里的民用汽车数量达到3151辆，一线城市的车主则在每个工作日平均花费约46.4%的往返通勤时间（即39分钟）在交通拥堵上，大众出行需求不断提升将会令拥堵继续加剧。

这意味着随着道路和停

车资源会越来越紧张，无论是乘客还是车主，参与顺风合乘的动力会越来越大，这就促使共享出行逐步大众化并成为主流出行方式。

这块诱人的蛋糕也吸引了众多资本入局，争抢市场份额，而不论是早期被合并之前的快的、优步，还是滴滴、嘀嗒都是赛道上曾获关注度较高的选手。一直以来，滴滴都堪称共享出行市场最大的宠儿：2015年合并了快的，2016年并购了优步，自此奠定了一家独大的格局，从专车、快车一步步切入代驾、公交、租车、单车等市场，跻身互联网新三巨头之列。

因此，嘀嗒“突然”逆风上市，令不少业者感到颇为意外，毕竟滴滴还徘徊在上市大门之外，而嘀嗒竟然悄然抢先登陆。

### 欲上市的“东风”

直至嘀嗒向港交所递交招股书一事被传出，大家才似乎“正经”打量起这家公司。

2014年，嘀嗒出行起家于顺风车业务，原名嘀嗒拼车。2018年1月，嘀嗒拼车对外宣布完成品牌升级，从嘀嗒拼车升级为嘀嗒出行，从专注顺路拼车的出行平台，升级为

出租车、顺风车兼具的移动出行平台。

与别家平台不同的是，嘀嗒专一布局顺风车和出租车两大业务。招股书显示，截至今年6月30日，嘀嗒在全国366个城市提供顺风车服务，拥有约1920万名注册私家车主，其中超过半数为认证私家车主，嘀嗒出行APP注册用户达1.8亿，今年上半年的月活跃用户量(MAU)达1470万。目前，嘀嗒出行的业务主要涵盖三大部分：顺风车服务、智慧出行业务、广告及其他服务，主要盈利点仍在顺风车业务。该版块已成为嘀嗒出行的核心业务：2017年—2019年以及2020年上半年，嘀嗒出行从顺风车平台产生的营收分别为2770万元、7790万元、5.33亿元和2.73亿元，分别占同期总营收的56.6%、66.3%、91.9%及87.8%。

而备受业内关注的是，作为共享出行赛道中的第二大玩家，嘀嗒打破了外界关于出行平台“烧钱”的刻板印象。嘀嗒创立6年间，发展一直比较稳健。最新数据显示，2019年，嘀嗒已成为国内顺风车市场最大的平台，市场占有率高达66.5%。同期，公司实现营业收入5.81亿元，同比增长393.8%；亏损7.56亿元，较2018年的16.77亿元，亏损大幅收窄；公司经调整净利润达1.72亿元，截至今年9月，已经实现连续15个月盈利。

“不可否认，嘀嗒的连续盈利靠得就是顺风车业务，但

嘀嗒也用了些‘巧劲儿’。”深耕出行领域多年的李琛告诉记者，嘀嗒在成立初期就选择了顺风车作为发展方向，当时滴滴正与快的对掐，而嘀嗒则巧妙避开了主战场的烧钱模式。再加上，2018年滴滴顺风车两起安全事件对于顺风车业务而言无异于“生死劫”，当时滴滴顺风车下线、高德顺风车暂停、嘀嗒顺风车关闭深夜服务，滴滴直到2019年才恢复部分城市顺风车业务，客观上也为嘀嗒的市场竞争留下了空档期。

此外，闻旅CEO周海涛在接受记者采访时也指出，嘀嗒既不拥有车辆，也无须向顺风车车主和出租车司机持续支付大规模激励和补贴，使得固定成本和变动成本都很小。公司变现的方式是收取交易服务费以及一些广告收入，这样的轻资产业务模式也令其获益不少。“在行业发展早期，这一模式受约束小，投入小，可以快速实现规模崛起和盈利，这也为嘀嗒创造了不少收入。”周海涛说。

正是看上去良好的盈利情况和乐观的市场占有率为嘀嗒的上市夯实了基础。

### 未来仍需翻越“大山”

事实上，业内对于嘀嗒赴港上市，也并非全然看好，即使上市成功也并不意味着等待嘀嗒的就是坦途。

首先摆在嘀嗒，乃至整个共享出行领域面前的一座大山仍是安全问题。近年来，与

顺风车服务有关的恶性犯罪事件屡屡发生，令用户对顺风车的安全产生担忧，加之监管机构对顺风车的严格监管，也一定程度上限制了顺风车市场的盲目扩张。为避免顺风车恶性事件的悲剧再次上演，北京、上海先后出台顺风车业务的相关规定，要求每辆车每天从事顺风车业务不得超过2次。

嘀嗒也在招股书中表示，嘀嗒在中国顺风车市场可能面临（其中包括）其他出行选择、相关监管规定及限制以及安全及隐私问题所带来的挑战。

而这种风险并非杞人忧天。经梳理，记者发现，2019年9月，嘀嗒一名顺风车司机在未取得营运资质的情况下，进行违规营运，且该司机在将其他乘客送到之后，对女乘客进行了“猥亵”；今年2月，嘀嗒出行就曾因违反北京市有关“疫情防控期间，暂停出入京顺风车业务”的要求，违规从事城际客运业务，被相关部门约谈。上述事件的发生也证明，嘀嗒在安全问题上并非绝对靠谱。

“滴滴出行的App活跃用户数为5439.48万，而嘀嗒出行的活跃用户数仅为585.65万，滴滴比嘀嗒高出近10倍，其日活和单量也都远超嘀嗒。因此，在体量还不够大时，嘀嗒的安全问题还不算十分凸显，但肯定是一种隐患。”李琛表示，倘若后续嘀嗒的基数能够持续增大，其安全事故发生的概率也会相应增加，这也必然会引起社会及监管部门的注意，所以能否打好“出行安全”这张牌，对嘀嗒生存发展影响重大。

同时，等待嘀嗒的将是更加残酷的竞争，特别是来自聚合平台的挑战。高德、美团、百度等依靠超级流量入口，已隐隐形成网约车领域的另一股新势力，以高德地图为例，国庆期间日活就超过1亿人次。

此外，也有业内人士曾毫不讳言地指出，嘀嗒抢先于滴滴启动IPO，无非就是“缺钱”。同时，近年来出行行业在一级市场的融资难度也越来越大，嘀嗒成立至今共完成4轮融资，即来自IDG资本、易车网、崇德投资、蔚来资本等共计1.3亿美元融资，而最近一次为2017年3月的D轮融资，距离现在已经过去3年之久，不排除投资人存在一定的变现需求。

如何解决安全问题、维持盈利、突围竞争格局都将是嘀嗒在未来需要翻越的大山。

### 2020年中国国际信息通信展览会在京举行

10月14日—10月16日，2020年中国国际信息通信展览会在北京国家会议中心举行。本届展会以“网融万物 智向未来”为主题，聚焦以5G为代表的新一代网络技术产品及服务、系统集成及综合解决方案、网络基础设施、云计算、大数据、智能终端、物联网等新型技术与应用。

同时，本届展会采取线上线下有机融合的办展新模式，PT Online线上展会平台已经上线，海内外观众可通过云上峰会、3D虚拟展厅等形式，跨越空间、时间共享这次行业盛会。

中国城市报记者 全亚军摄

