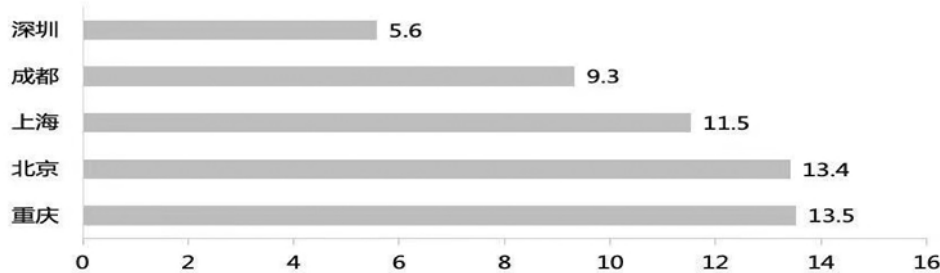


# 821次打车的秘密

## “疯狂”教授5城带队出炉打车报告

各城市综合上车时长对比(分钟)N=819



“软件显示2分钟就到,最后左等右等远不止2分钟。”“预估行程价格只要30元,到了目的地发现竟然被扣了近40元。”“完全相同的软件和路线,朋友叫车和我叫车的价格竟然不一样?”

类似的场景是不是看上去很熟悉?到底是哪个环节出了问题?复旦大学管理学院孙金云教授和他的研究团队,通过5城20多人,821次打车积累下的数据和分析,形成《2020打车报告》。孙金云教授也因此被戏谑为“疯狂”教授。

青年报记者 刘昕璐

其实,早在2017年,孙金云教授就和他的研究团队,一起在上海对打车软件做了一个小规模调查,结果发现,在几种叫车方式中,街头扬招是最便宜、也是上车最快的方式,这让大家大吃一惊!

带着同样的疑问,三年后的2020年,孙金云再次带领研究团队,在上海、北京、深圳、成都和重庆5个城市,以不同距离(近途:3公里以内,中途:3-10公里,远途:10公里以上),以及工作日早高峰(7:30-9:30)、晚高峰(17:00-19:30)、日间非高峰(9:30-17:00)、晚间非高峰(19:30-23:00)4个时间段进行了分层抽样调查。

调查共招募20多名在校大学生作为调研员,以实际打车的方式调研了各城市主流打车软件加扬招巡游出租车,最终搜集了滴滴、曹操、首汽、T3、美团、高德和扬招等7个渠道的数据,总样本836个,其中有效样本数为821,样本有效率98.2%。通过对调研数据的分析,他们发现了一些有趣的结果。

“说走就走”  
最快5.6分钟

### “深圳速度”

怎样才能最快打到车?对这个问题,团队分两步思考:一是点击确认呼叫后司机确认接单的时间(响应时长),二是司机接单后到最终上车的时长(等待时长)。

调研结果显示,北上深三个一线城市的响应时长峰值均发生在早高峰阶段。其中,北京打车的响应时长达到了32.5分钟,其中还不包括一些下单时间超过1小时仍无司机接单而被迫取消、重新调整呼叫方式的情形。

北京的朋友们,早高峰辛苦了,为了叫车“等到花儿也谢了”!

而等待时长的极值出现在上海晚高峰的13.7分钟,相比北京的早高峰,体验可以说是大幅改善。

要说叫车最幸福的城市,那还属深圳。深圳以5.6分钟的综合上车时长以及各时段都十分迅捷而领先几大城市,真是“说走就走”的城市啊!

要想快上车  
街头去扬招

### 北京除外

团队还探究了同一城市内不同平台的差异,来更好帮助小伙伴们找到最快的打车方法。

团队发现,原来除北京外,扬招是各城市打车最快的首选。这和之前在2017年做过的小范围打车软件调研的结果仍旧保持一致,要想快上车,街头去扬招!“不过扬招等候的体验和在室内叫好车再出门还是有差别的,尤其是在恶劣天气状况下,所以,您自个儿想清楚喽!”

不过,很多人还是会心生疑问:扬招这么好,但心里没底啊,打车软件至少还能告诉我需要等多久呢!网友HC认为,扬招虽然是平均时间短,但是面对的是“不确定性”的等待,有可能下一分钟就有车经过,也有可能30分钟都没有。所以,滴滴虽然平均等待时间更长,却是确定性等待,它给人带来的安全感比天气因素更加重要。

那么,平台软件显示的预估等待时长真的准确吗?团队的研究结论是:平台往往会向乘客呈现比实际更短的等待时间,以此提高乘客等待时的耐心。

5个城市打车预估等待时间

全部显著低于实际等待时间(P<0.05)。孙金云解释说,研究分析均来自于打车软件实测结果,并不代表平台真实采用了这一策略对用户进行某种筛选和操纵,可能会和他们真实的算法及策略存在一定的偏差。

不过,从平台角度看,这个结论依然成立。有的平台解释说,是因为交通拥堵才导致平台对等待时间的低估。团队的调查数据显示,不管是否在出行高峰时间段,低估等待时间的现象总是普遍存在(P<0.05)。

打车软件  
价格被低估

### 上海最甚

怎样打车最便宜?团队也用数据来回应。

他们以城市为单位,以完全相同的出发地和目的地线路作为基准,对比不同打车软件中经济型和传统扬招的平均价格差异。各平台每公里的打车价格(以乘客实际支付金额计算)的结果显示,首汽单价最贵,T3单价最便宜。

值得注意的是,滴滴快车的价格与扬招出租车金额相同,均为4元/公里。研究团队坦言,没有考虑滴滴优享和滴滴上的高端选项“礼橙专车”,那两个选项的价格都比快车要高,自然也就比扬招更高。

另外,团队还对软件的预估价格与实际支付价格之间的差异进行了分析,得到了一些有价值的发现。

按不同城市来观察,除重庆外,打车软件在上海、成都、北京和深圳4个城市中预估价格和实际支付价格之间都存在显著差异(P<0.05)。其中上海是打车软

件价格被低估最厉害的城市,实付与预估差异的比值为11.8%,而深圳相对“另类”,实付比预估价格还低了6.5%。

据分析,上海整体低估车费的背后,是各平台价格的严重低估,其中,滴滴的实付预估差异比最高,达18.5%,其次是美团,高出了9.7%,首汽排名第三,为7.6%(P<0.05)。

5大城市中,滴滴和首汽都存在明显的价格低估现象(P<0.01)。其中滴滴平台的实付价格比预估价格平均高了6.7%,首汽平均低估10.9%;但T3、美团和高德并没有检验出明显的差异;曹操平台的实付价格却明显低于预估价格达21.1%,推测可能是平台大额优惠补贴所致。

扬招和滴滴  
的满意度

### 不分伯仲

通过同一量表体系来观察不同平台车辆的卫生状况,结果显示,巡游出租车的卫生状况毫

不意外地垫底,改进空间巨大,而T3和曹操的车辆相对较好。

在观察平台在各城市的车辆卫生状况时,团队发现各大平台在全国范围内并没有做到标准的统一。曹操和高德在北京和深圳的表现一致;但首汽和滴滴在不同城市有较大差异,特别是首汽,在北京和上海卫生最优而在深圳却得分最低,这在一定程度上反映了平台在跨地区发展时对于车辆的门槛及日常管理的松紧度不一致,当然也可能与各公司进入不同城市的时间节奏有关。

在各方面分析的基础上,团队完成了乘客满意度模型。孙金云介绍,乘客的满意度模型包括打车价格、等待时长、车辆状况和拥堵程度四个主要因素。

对比扬招和滴滴的满意度,不难发现,两者不分伯仲。滴滴在车辆状况上明显优于扬招出租车,但在价格和等待时间上处于劣势。作为具有互联网思维和大数据分析等先进生产力的“滴滴们”,理应为乘客带来更高的满意度。

[建言]

## 把好的体验带给乘客 才能提升“竞争优势”

孙金云说,战略课上讲过一个概念叫“价值棒”,企业创造的价值会在用户和企业之间进行分配。对于用户而言,如果得到的价值增值有了增长,那么企业就获得了竞争优势。放到这个环境中,可以解读为,打车软件如果没有为乘客带来更好的出行体验,而是把所有创造的价值盈余都留给了自

己,他们将丧失在市场当中的“竞争优势”。

“或许,他们会认为,自己作为一个平台,尤其是能够双向锁定的双边平台,对双方都有了垄断下的话语权;但没有竞争优势,眼前的规模只是空中楼阁,一旦出现新的选择,那么顾客将会以最快的速度离开你。”孙金云给出研究后的“忠告”。