

## 嘀嗒出行走过8年：高度依赖顺风车 两次上市均无果

今天（9月1日），移动出行市场发生两件大事。第一件是华为旗下Petal出行计划进军全国市场，第二件是嘀嗒出行（以下简称“嘀嗒”）迎来8周岁生日。重点说说嘀嗒，它主营顺风车、出租车两大业务，在移动出行行业洗牌的大背景下，它是为数不多没有强大靠山且存活下来的玩家。

不过，嘀嗒也有自己的烦恼，除了无休止的市场竞争之外，它面临最大的烦恼当属两次上市无果。嘀嗒曾两次申请港股上市，但均以失败告终，成为难以治愈的心病。2020年10月，嘀嗒首次向港交所公开递交招股书，半年后，上市申请失效。2021年4月，嘀嗒递交第二次港股上市招股书，2021年11月，再次失效。

如今，时隔近1年，嘀嗒并未再次启动上市，这意味着，短期内看不到它上市的高光时刻。不过，换个角度看，对于嘀嗒来说，不上市未尝不是件好事，至少不用置于聚光灯下，面对排山倒海的质疑。当然，对平台规模发展前景的质疑，是嘀嗒无论如何也躲不掉的灵魂拷问。

依稀记得2年前，即嘀嗒6周年前夕，嘀嗒掌门人宋中杰在接受界面专访时谈及外界对嘀嗒的误解，有人误以为嘀嗒在顺风车、出租车这两个领域哪怕做成老大，依然很小。宋中杰直言，外界没有看到这两个市场的前景。

“我们的定位是大众出行平台，绝对不是一个池塘里的大鱼，而是大池塘里面的大鱼。这两个产品线前期必须要稳扎稳打，短期的慢就是长期的快。”在他看来，顺风车、出租车都需要有足够耐心，属于慢活，值得长期投入，如果把这两个潜力巨大的领域做好，有机会成为中国甚至全球最大出行平台。

对，你没看错，宋中杰坚信，单靠深耕顺风车、出租车这两个产品线，嘀嗒总有一天将称雄中国甚至登顶全球。恕我直言，宋中杰真是迷之自信，即便嘀嗒在顺风车、出租车领域做到极致，即一家独大甚至市场份额达到100%，也成为不了中国最大出行平台，登顶全球更是无从谈起。

原因很简单，滴滴是嘀嗒通往成功路上绕不开的劲敌，换言之，嘀嗒想要成为移动出行行业第一，必须击败滴滴。目前，滴滴拥有出租车、网约车（快车+拼车+专车）、共享单车（含共享电单车）、顺风车、公交车等完整的产品线，但其成为国内移动出行市场老大，最大功臣是网约车，而不是顺风车或出租车。

不难看出，嘀嗒有的，滴滴都有，而



滴滴有的，嘀嗒未必有，比如网约车，而且网约车体量极其庞大，远超整个嘀嗒。数据对比更为直观，招股书显示，2018-2020年，嘀嗒顺风车业务分别占总营收比例为66.3%、91.9%、89.2%，代表顺风车几乎是嘀嗒的全部，而出租车业务占比极低。

截至2020年12月31日，嘀嗒注册用户数为2.05亿，认证私家车主数为1080万，2018-2020年顺风车搭乘订单分别为0.482亿单、1.785亿单、1.463亿单，相当于日均订单分别为13.2万单、48.9万单、40.1万单。此外，招股书指出，根据弗若斯特沙利文咨询报告，2019年嘀嗒在国内顺风车市场占比达到66.5%，是国内最大顺风车平台。

我很好奇，嘀嗒为何引用弗若斯特沙利文咨询2019年的报告，而不是2020年的报告？其实，嘀嗒此举背后的小心思并不难猜，原因在于2019年是嘀嗒顺风车的高光时刻，那一年滴滴顺风车因整改而被迫下线，直到同年11月底重启，但由于前期开放的城市有限，订单量自然上去，这给嘀嗒顺风车大举扩张带来宝贵的空窗期。

而2020年则是另一番景象，疫情冲击整个顺风车出行业态，加上滴滴顺风车逐渐恢复元气，嘀嗒顺风车在市场竞争中自然占不到多少便宜，才会导致营收占比小幅下滑。虽然嘀嗒并未公布2020年顺风车

市场份额，但下滑是大概率事件，甚至可能连第一的地位都保不住。

没有对比就没有伤害，毫不客气地讲，滴滴的强大足以让宋中杰治下的嘀嗒感到绝望。2020年6月，滴滴曾晒出成绩单，四轮日订单峰值超过3000万单+两轮超过千万单，整体订单超过4000万单。其中，四轮包括网约车、顺风车、出租车、公交车等，网约车是绝对主力，日订单达到千万级别已成定局，远超低于50万单的嘀嗒顺风车。

其实，滴滴不光网约车日订单量远超嘀嗒顺风车，它的用户总数、平均每单乘车费用等指标也超过嘀嗒顺风车，贡献的收入自然也占上风。由此可见，滴滴VS嘀嗒呈现全面碾压的态势，双方差距实在太，完全不在一个量级。无论嘀嗒顺风车、出租车再怎么厚积薄发，哪怕滴滴停滞不前，其也根本无力追赶，花再多时间、耐心经营也很难成为国内第一。

如今，宋中杰做出上述表态已过去2年。这两年来，尽管滴滴遭受网络安全审查，导致业务发展受阻，美团、高德、T3出行、曹操出行等玩家伺机而动，但没有让网约车江湖变天。瘦死的骆驼比马大，滴滴一家独大的行业地位依然不可撼动，而两次上市失败的嘀嗒，并未在滴滴至暗时刻捞到多少好处，明显缩小差距不存在的。鉴于滴滴走出低谷只是时间问题，到

时候嘀嗒更加无力追赶滴滴。

因此，我劝宋中杰就别做梦了，还是活得现实点好！值得注意的是，滴滴顺风车在2018年8月下线之前已成为国内第一，当时日订单为100-200万单，而嘀嗒在最风光的2019年日均订单不过区区48.9万单，只有前者的1/4-1/2。这意味着，2019年11月底滴滴顺风车回归之后，一旦起势将对嘀嗒顺风车造成严重威胁。

考虑到顺风车是嘀嗒核心业务，它的成败直接关乎嘀嗒的成败。除了滴滴之外，哈啰也是嘀嗒必须严阵以待的劲敌。哈啰顺风车在2020年完成9450万单顺风车业务，GMV达到69.7亿元，上线仅两年就达到此等规模，实力不容小觑。对此，嘀嗒在招股书中坦言，“我们面对激烈的竞争，并可能因竞争对手而失去市场份额，这可能对我们的业务、经营业绩及财务状况造成重大不利影响。”

事实上，盈利模式单一正是嘀嗒的一大硬伤，即高度依赖顺风车业务，在滴滴、哈啰的夹击之下，嘀嗒发展前景存在较大不确定性，无法打消投资人的顾虑，其上市之路注定异常坎坷。过去如此，未来亦如此。

对了，即使在顺风车市场中占据一席之地，嘀嗒也只能在刀尖上行走，吃罚单是家常便饭。招股书提及，嘀嗒顺风车平台累计曾接获77宗行政罚款，每宗罚款金额由5000-3万元不等，截至最后实际可行日期合共为270万元。比如，2020年初疫情爆发，嘀嗒顺风车因在京非法从事城际客运业务而被关停出入京顺风车业务。

2020年12月，嘀嗒被交通运输部约谈，指出“附近订单”功能偏离顺风车本质，涉嫌以顺风车名义从事非法网约车业务，要求嘀嗒立行立改，修正顺风车产品，不得以顺风车名义提供非法网约车服务，切实消除安全风险隐患。种种迹象表明，在市场竞争、安全合规的双重压力之下，嘀嗒顺风车的日子并不好过，嘀嗒自然无法做更好的自己。

这还没完，去年12月，滴滴官方透露，公司即日起启动在纽交所退市的工作，并启动在香港上市的准备工作。截至目前，滴滴并未正式向港交所递交招股书，但同样志在赴港上市且明显弱势的嘀嗒仍不能掉以轻心，因为一旦滴滴抢先登陆港交所，那将彻底成为嘀嗒的噩梦，后者上市将再添变数。

眼下，嘀嗒、滴滴各有各的烦心事，未来谁将率先穿越低谷，完成赴港上市？让子弹先飞一会，时间终将给出答案。

# 爱心老人活动中心

## Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

- 照顾日常生活需求
- 每天专车接送至日间活动中心
- 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐
- 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩
- 提供日间、居家双重护理
- 提供日常翻译、预约看病等服务
- 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理
- 拥有爱心专属药房

联系电话：  
571-409-3345 (海伦)  
571-599-2570 (丽莎)  
703-354-2323 (传真)  
703-354-6767 转 112  
(办公室李小姐)

急聘RN, PCA: 男女护工多名(有PCA证书优先)、全职/兼职护士(RN)

维州最完善的活动中心

6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312

3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151