



各大平台打响顺风车领域“抢位战”专家呼吁

完善制度设计推进健康发展

- 继2016年的烧钱大战、2018年的至暗时刻,顺风车行业发展到了第6个年头。2020年有一些人认为是顺风车经历整改期后的重启之年
今年,各大平台再度打响顺风车领域“抢位战”。不过,对于近年来屡出问题的顺风车来说,保证出行安全才是生存下去的王牌
顺风车与出租车、“黑车”之间的法律界限尚未得到清晰界定,给监管带来了诸多难题。推进顺风车健康发展,需要不断完善制度设计,构建更加全面、细化的行业监管体系



本报记者 赵丽 本报实习生 孙一菲

共享出行行业烽烟再起。近期频频,顺风车市场占有率第一的滴滴出行考虑赴港IPO募资5亿美元。与此同时,滴滴出行也频频出手。一方面,对传统出租车业务进行升级,更名为“快的新出租”,同时还投入1亿元专项补贴;另一方面,拆出“青菜拼车”和“花小猪”两个子品牌,此举被认为是其重回顺风车市场的重要布局。
2020年,各大平台再度打响顺风车领域“抢位战”。不过,对于近年来屡出问题的顺风车来说,安全才是生存下去的王牌。
选择顺风车出行,乘客最关心哪些方面?近日公布的一份调研数据显示,近八成受访用户认为顺风车服务需要确保合乘双方人身、财产、信息安全。然而,由于顺风车与出租车、“黑车”之间的法律界限尚未得到清晰界定,也给监管带来了诸多难题。
在业内人士看来,推进顺风车健康发展,仍需要不断完善制度设计,构建更加全面、细化的行业监管体系。

共享出行前景广阔 发展历程一波三折 “疫情之后,快接100单了。”顺风车车主赵阳(化名)表示,因疫情期间出行需求减少而一度离开顺风车平台的他,最近的使用体验非常良好。
起初,赵阳拉顺风车是为了节省通勤成本,当接到50单、100单的时候,相比收益,他开始更在意社会效益和出行体验。
过去很长一段时间,反思两年的滴滴出行接连在顺风车领域进行重启尝试,行业格局同时也在“重启”,以顺风车起家的嘀嗒出行公布,拿到了近7成顺风车市场份额,并在成立6年的时间节点上晒出了成绩单:截至今年8月31日,平台整体注册用户数量突破1.8亿,注册车主数量突破1900万。6年的发展时间不算短,顺风车市场也是一波三折。
采访中,城市智行信息技术研究院院长沈立军把这6年分为三个阶段:2014年底到2016年底,是顺风车这个新业态基于移动互联网的开创期和探索期;第二阶段,2016年底到2018年秋,是顺风车野蛮发展期;第三阶段,2018年接连发生两次行业恶性案件之后,行业出现了关于“真顺风车和伪顺风车”的理性讨论,随后行业开始回归理性发展阶段。
在顺风车市场野蛮发展期,赵阳的顺风车体验尤其不好,经常遇到“必须在某一分钟出发,早一分钟都不行”,迟到20分钟但毫无歉意的乘客,在那之后,他不再选择运力紧张、乘客容易混淆的平台。
随着疫情影响逐渐消退,赵阳的直观感受是顺路订单变多了,了解顺风车的人也多了,“因为快车、专车是专职运营,司机每天接触很多人,而真正的顺风车接的是顺风出行的订单”。
继2016年的烧钱大战、2018年的至暗时

刻,顺风车行业发展到了第6个年头。2020年有一些人认为是顺风车经历整改期后的重启之年。不过,当大众视野再次聚焦在这个行业的时候,才发现行业格局已经发生变化。
市场中有观点认为,顺风车可以作为城市公共交通的补充而存在。艾媒咨询机构数据显示,预计到2020年,中国顺风车用户规模将达2.49亿人,中国顺风车需求长期存在且呈现日渐增多的趋势。据公安部统计数据,截至2019年底中国私家车保有量约为2.07亿辆,每天至少有60%的车辆会上路,平均每辆车有3.5个座位是空的,往返一趟也就意味着每天有7亿个空座,假设只有1%被共享,便是700万个座位。由此来看,顺风车并非只是一个大市场,未来有可能成为大众出行的主流市场之一。
《2014-2020中国顺风车行业发展蓝皮书》数据显示,截至2019年底,全国各地有17家信息平台公司在400多个城市开展顺风车业务,累计注册车辆3000万辆,注册乘客3亿人。
安全事故阴影仍在 行业发展阻力颇多
顺风车作为纯粹共享经济的代表之一,其发展并非一帆风顺。近几年出现的安全事故所暴露出的安全隐患,无疑对行业发展及市场推广构成了阻碍。
2018年,接连经历两起顺风车司机杀人事件,滴滴顺风车业务被主管部门要求下线,6部门约谈8家网约车顺风车平台,严禁以顺风车名义从事非法营运。
交通运输部运输服务司副司长蔡国峰接受媒体采访时表示,和网约车不同的是,私人小客车合乘,也称拼车、顺风车,是由合乘服务提供者事先发布出行信息,出行线路相同的人选择乘坐合乘服务提供者的私家车、分摊部分出行成本或免费互助的共享出行方式。
根据业内人士的解释,这里所称的合法的私人小客车合乘应当具备两个核心条件:一是以满足车主自身出行需求为前提;二是分摊部分出行成本或免费互助。然而,彼时一些平台公司推出的顺风车业务增加了过多的社交功能,偏离了提供出行服务的本意,甚至有的平台公司以顺风车名义非法营运之实,存在巨大安全隐患。
出行安全隐忧的背后,进一步牵涉到平台运营模式及规则,行业治理标准规范的统一和完善。一直以来,“顺风车是不是网约车”这一话题都备受舆论关注,而由于市场认知的模糊及行业治理标准的不统一,给市场推广带来了不可忽视的阻力。
“有一些地方会对真顺风车以非法营运进行处罚,这说明我们的工作做得还不够,我们还需要跟当地管理部门进行更多的沟通,尽快对什么是真顺风车,什么是非法营运形成共识。”在近期召开的第二届中国顺风车健康发展论坛上,嘀嗒出行联合创始人、运营副总裁李跃军在演讲中表示。
对此,地方政府的的态度各不相同:有的

地方没有出台管理细则,就按非法营运网约车的名义处罚顺风车;有的地方则按自己的理解,简单认为顺风车是分摊油钱,否则就是非法营运。
“顺风车监管较为困难,由于各地政府对出租车业务的态度不同,对待顺风车问题的标准也不同,因此每个城市的具体情况是不一样的。”上海金融与法律研究院院长傅蔚冈说,对于顺风车的非盈利性行为,监管无法发挥作用;对于以顺风车名义非法盈利的行为,则有罚款、扣押驾照等处罚措施。
不少业内人士认为,判断真顺风车的核心要素应该是非经营性、非盈利性。不过,针对如何界定顺风车的合乘分摊出行成本在其实不太容易,如何认定“车主不以盈利为目的”也是一个难题。
交通运输部管理干部学院教授张柱庭认为,首先,顺风车平台收取信息费后具有盈利属性是毫无疑问的,因此平台应当将其盈利属性告知公众,不能打着公益旗号进行盈利。其次,平台及真正的顺风车都必须遵守顺风车规则,例如应当是“车找人”,不能采用出租车“人找车”的信息发布方式,顺风车车主可以免费或者与合乘人员分摊油费、通行费等,平台只是信息发布与信息接收者,不参与分成,可以收取信息服务费但必须对信息的真实性、合法性以及合规性承担责任。
傅蔚冈认为,通过控制价格的手段来控制盈利与否是比较合理的,如浙江杭州曾要求合乘的顺风车价格不得超过巡游出租汽车每公里里程运价的50%。
监管难题有待破解 多元治理值得鼓励
《法治日报》记者注意到,中国顺风车健康发展论坛上发布了《引导顺风车事业与国家治理体系和治理能力现代化相适应行动计划》,宣布顺风车法律及标准化工作委员会成立,年内将会同全国性法律研究、道路运输、环境保护、公共安全等机构出台首部顺风车联合团体标准。
“有标准是好的,但每个企业标准不同,企业的标准的好坏及落实情况会影响用户选择,如何制定一个能够把用户需求与车主需求结合在一起的标是日前问题所在。”傅蔚冈说。
对于出台顺风车团体标准,张柱庭表示并不看好:一是团体标准没有强制约束力;二是即使约束也只能约束团体成员,不能约束顺风车车主,更不能约束乘客;三是城市与城市政策之间的差异性,必然导致团体标准难以相融。
张柱庭告诉《法治日报》记者,国务院2016年发布的58号文件在顺风车的制度设计中要求城市政府制定规则,所以对顺风车的管制是一城一策,因此,应当由地方人民政府出台相应的地方规章或地方规范性文件。在他看来,上述社会团体有资格制定标准也是问题,因为社会团体制定团体标准的资格是由国家标委会授权的。
关于强制性,傅蔚冈也表达了相似的观点:“如果是制定强制性的法律标准,个人感觉比较困难。因为顺风车本身是非盈利性的,除通过互联网发展起来的顺风车服务,小区内搭便车等也属于顺风车的范畴。如出针对互联网进行的顺风车服务的标准,则可能对行业发展起到推动作用,但如果标准制定的不合理,则可能会对顺风车行业带来不好的影响,如规定顺风车为本地车牌等,所以不能简单判断标准的好坏,更要看标准是否合理。”
在上述论坛上,国家发改委中国城镇化促进会副主席王平生认为:“顺风车有许多难关需要攻克,有许多的法律问题需要厘清,有许多的技术标准、法律标准要建立。”
在张柱庭看来,虽然目前国家层面没有单独的顺风车立法,但平台必须遵守电子商务法、网络安全法等,有关治安管理的法律是毫无疑问的,同时,平台是企业,还必须遵守安全生产法。
关于顺风车的立法,张柱庭认为,应当按国务院要求呼吁出台顺风车的地方法规或地方规章,而非全国性的法律、行政法规、规章。此外,出台地方法规、规章或规范性文件应当把握三个方向,一是不要无限放大顺风车的功能,国家的大政方针还是大力发展公共交通为主;二是要牢牢把握地方事务的本质特征,解决本地顺风车突出的问题;三是制定标准应考虑地方标准、地方标准与地方法规、规章或规范性文件才能更好衔接。
张柱庭还强调,应呼吁平台行业自律为主,他律为辅,呼吁顺风车车主与平台自律,遵守已有法律法规。
傅蔚冈则认为不需要进一步立法,也不需要建立过多的法律标准,目前的主要问题是区分顺风车是否为盈利性质。
采访中,还有业内人士表示,当我们关注平台的竞争、理念的更新,技术的迭代时,顺风车准入、监管和安全的逻辑起点却往往被忽视。
对于如何在有效监管以及企业发展之间找到平衡,张柱庭认为,安全是底线,因此政府公安、网信等部门的监管应当把事人与企业的安全监管放在首位,在确保安全前提下做到安全发展。
“消费者在选择顺风车时已经作出了价格与安全性的衡量,因此在监管方面,要留出供消费者选择的空间,若监管过于严苛,或将影响顺风车的发展。此外,规定安全底线也无法完全阻止事故的发生,需要接受安全事故的发生,不能因事故的发生而否定整个行业。”傅蔚冈说。
对此,也有专家表示,各地政府对顺风车的监管缺乏相应的手段,现在主要还是处罚,有一些地方制定了顺风车的规范性文件,它有处罚的依据;如果没有的话,很多地方是以出租车或者网约车经营管理办法来进行处罚,事实上,把顺风车作为一个出租车的下位概念来理解,存在着很多的问题。对顺风车的管理,应该采取多元治理的措施,除了技术标准之外,认证、认可、第三方监管等措施也是必要的。
制图/高岳



▲ 国庆期间,乌鲁木齐铁路公安局奎屯公安处各站派出所组织民警深入辖区线路周边棉田、农庄,开展法治宣传。
本报记者 潘从武 本报通讯员 哈斯巴根 高骏 摄



▲ 为加强知识产权保护,打击侵权违法活动,首都机场海关近日开展了“龙腾行动2020”知识产权保护专项行动。图为海关关员查获4105件侵犯知识产权商品。
本报记者 蔡若红 本报通讯员 方星 摄

□ 本报记者 侯建斌

随着互联网产业高歌猛进,我国网民规模再创新高。日前,中国互联网络信息中心(以下简称CNNIC)在京发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)显示,截至2020年6月,我国网民规模达9.4亿,较2020年3月增长3625万,互联网普及率达67%,较2020年3月提升2.5个百分点。
《法治日报》记者注意到,《报告》围绕互联网基础设施建设、网民规模及结构、互联网应用发展、互联网政务发展和互联网安全五个方面,多角度、全方位展示了2020年上半年我国互联网发展状况。
CNNIC副主任吴铁男指出,疫情期间,我国互联网产业展现出巨大发展活力和韧性,不仅为精准有效防控疫情发挥了关键作用,还在数字经济、数字经济、数字惠民和数字治理等方面取得显著进展,成为我国应对新挑战、建设数字经济的重要力量。
业内专家认为,从《报告》可以看出,上半年政府治理体系不断完善,治理能力不断提升;围绕政府、平台、社会的多元协同治理体系正在加速形成,在线政务服务日趋成熟,国家政务服务平台建设成效凸显。

在线服务发展迅猛 用户规模不断扩大
CNNIC副主任张晓透露,上半年,在线教育、在线医疗、远程办公等应用服务在维持社会经济正常运转、稳住民生基本所需方面发挥了巨大作用。
《报告》显示,截至2020年6月,在线教育用户规模达3.81亿,占网民整体的40.5%;在线医疗用户规模达2.76亿,占网民整体的29.4%;远程办公用户规模达1.99亿,占网民整体的21.2%。
与此同时,上半年,“新基建”进度加快,多个重要领域取得积极进展:截至2020年6月底,5G终端连接数已超过6600万,三家基础电信企业已开通5G基站超40万个。工业互联网领域已培育形成超过500个特色鲜明、能力多样的工业互联网平台,截至2020年7月,我国已分配IPv6地址用户数达14.42亿,IPv6活跃用户数达3.62亿,排名前100位的商用网站及应用已经全部支持IPv6访问。
我国电商直播、短视频及网络购物用户规模较3月增长均超过5%,电商直播用户规模达3.09亿,较2020年3月增长4430万,规模增速达16.7%,成为上半年增长最快的个人互联网应用,为促进传统产业转型、带动农产品上行提供了积极助力。网络零售用户规模达7.49亿,占网民整体的79.7%,市场格局连续7年保持全球第一,为形成新发展格局提供了重要支撑。
《报告》显示,我国网络视频(含短视频)用户规模达8.88亿,占网民整体的94.5%,其中短视频已成为新闻报道新选择,电商平台标配,网络新闻借助社交、短视频等平台,通过可视化的方式提升传播效能,助力抗疫宣传报道。
我国网络支付用户规模达8.05亿,较2020年3月增长4.8%,占网民整体的85.7%,移动支付市场规模连续三年全球第一,在疫情期间发挥了重要惠民作用,拓展了更多“+支付”的应用场景;即时通信成为疫情期间发展最快的应用之一,用户规模达9.31亿,较2020年3月增长3466万。
《报告》显示,截至2020年6月,我国在线政务服务用户规模达7.73亿,占网民整体的82.2%。
中共中央党校(国家行政学院)电子政务研究中心主任、国家电子政务专家委员会副主任王益民认为,今年上半年在疫情的淬炼下,我国互联网+政务服务水平不断提升,数字治理体系不断完善。
值得一提的是,网络化治理推陈出新,多个省市的城乡社区通过社区微信群、小程序等数字化工具开展防疫工作,成为基层治理的一大创新。
王益民强调,“互联网+政务服务”有力助推疫情后复工复产,国家政务服务平台陆续推出“小微企业和个体工商户服务专栏”和疫情防控、复工复产、就业服务等15个服务专题,建设“防疫健康码”“健康码”,汇聚并支撑各地共享“健康码”数据6.23亿条,累计服务6亿人次,成为此次大数据支撑疫情防控的重要创新。

网络安全环境向好 法律体系持续完善
2020年上半年,在相关部门对各类网络安全问题的持续打击下,我国网络安全环境呈现不断向好态势。

互联网产业高歌猛进网民规模再创新高

多元协同治理体系正在加速形成

在中国互联网协会副理事长黄澄看来,我国网络安全产业进入“快车道”,现有网络安全产品和服务已经从基础网络安全领域,延伸到云服务、大数据、物联网、工业控制、5G等不同应用场景,实现对于基础设施、基础技术、安全系统、安全服务等多个维度的全覆盖。
在基础设施领域,我国大力推进国家顶级域名解析节点部署,先后引入F、I、L、J、K根镜像服务器,推动网络基础设施安全保障更加完备;在用户安全方面,《报告》数据显示网民遭遇网络安全问题日趋改善,未遭遇任何网络安全问题的网民占比连续5年保持提升。
黄澄清说,在政策制定层面,民法典等相关法律法规陆续出台,将进一步推动我国网络安全法律体系持续完善。
受疫情影响,线上化渠道为服务业提供了新的发展窗口。网上外卖、在线教育、网约车、在线医疗等数字服务蓬勃发展,用户规模分别达4.09亿、3.81亿、3.4亿和2.76亿,占网民整体的比例分别为43.5%、40.5%、36.2%和29.4%。在满足网民需求的同时,也为服务业的数字化发展提供了助力。
国家创新与发展战略研究会副理事长、中国科学院网络经济和知识管理研究中心主任吕本富坦言,在上半年新冠肺炎疫情的冲击下,中国网络经济保持了“韧劲”,在供应链、企业管理和商业活动等方面都面临着全新挑战,而数字经济的新业态、新模式以及数字技术的迅猛发展,为提升中国经济“韧劲”的韧性,推动形成新的经济增长点提供了重要支撑。

积极助力产业振兴 网络扶贫成效显著

《报告》披露,截至2020年6月,我国网民规模已经达到9.4亿,相当于全球网民的五分之一。互联网普及率为67%,高于全球平均水平5个百分点。城乡数字鸿沟显著缩小,城乡地区互联网普及率差异为24.1%,2017年以来首次缩小到30%以内,网络扶贫作为扶贫攻坚的重要手段,已越来越多地被网民了解和参与。
“此次《报告》用多个维度数据记录了我国在网络扶贫方面取得的显著成效,非常难得。”原中国社会科学院信息化研究中心主任汪向东指出,《报告》数据显示,上半年农村地区互联网普及率为52.3%,较2020年3月提升6.1个百分点,城乡地区互联网普及率差异缩小6.3个百分点。“这说明农村实现网络覆盖,城乡差异显著缩小。”
全国贫困村光纤比例从2017年的不足70%提升至98%,深度贫困地区贫困村通宽带比例从25%提升至98%。汪向东说,农村和城市“同网同速”的时代正在到来。
截至2020年6月,认可互联网在“为贫困群众提供帮助”“通过电商助力农产品销售”“为贫困群众提供更多工作和医疗教育机会”的网民比例较2020年3月均有所提升。汪向东指出,这说明,网络扶贫成效得到广大网民认可。
汪向东建议,网络扶贫要在巩固和扩大脱贫攻坚成果的基础上,对标乡村振兴建立长效机制,通过网络消费扶贫,实现从助力长期脱贫到助力稳定脱贫,从扶助绝对贫困到扶助相对贫困,从“输血”到“造血”,从助力扶贫到振兴产业的转变。

庆「双节」·影像