



滴滴推粵港車 搶攻跨境交通商機

業界：兩地往來頻繁 市場需求潛力大



內地Call車平台「滴滴出行」在港加強拓展業務，除了原本提供的一般的士預約服務外，亦推出網約跨境粵港車服務，用戶可選擇從香港出發，到達深圳、廣州、東莞、惠州、珠海5個城市。有跨境車租賃公司表示支持，亦有商會回應指，只要符合法律及保險要求，配合市場規管，相信有助提升行業水平。

大公報記者 李潔儀



▶ 滴滴在港提供的網約跨境粵港車服務，目前覆蓋深圳、廣州、東莞、惠州、珠海5個城市。

滴滴出行在港服務細節

服務選擇

- 以包車價收費的「滴選的士」及按跳錶收費「普通的士」

支付方式

- 可選擇現金或電子支付

跨境粵港車

- 可選擇到深圳、廣州、東莞、惠州及珠海五個城市，接單5分鐘內或用車前24小時可免費取消訂單

其他選項

- 可使用「代叫服務」預約的士、在線購買中旅巴士車票

繼阿里巴巴(09988)旗下「高德打車」後，再有內地Call車平台搶攻香港市場。滴滴出行在香港提供包車價收費的「滴選的士」，以及按跳錶收費的「普通的士」，同時提供跨境粵港車服務。

DiDi App網頁顯示，跨境粵港車主要為豐田阿爾法(Toyota Alphard)7座位保姆車。以港島中環前往深圳福田區為例，收費約980港元，當中未包括高速公路費、停車費等。

提供跨境租車服務的冠忠巴士(00306)發言人回應查詢時指，支持平台公司使用本地司機及合法的出租車，提供安全及便利乘客的個人點對點交通服務。

對於滴滴出行推出網約跨境粵港車服務，香港中華出入口商會副秘書長李志峰直言，隨着香港與內地的各項往來日漸頻繁，兩地跨境交通工具需求殷切。他認為，只要能符合法律及保險要求、收費合理及營運制度化和透明化，預料可吸引更多人選用相關服務。

料吸引商務及高階旅客

李志峰提到，隨着滴滴出行加入市場發展，相信可吸引部分香港的士或網約車司機加入，配合市場規管，有望提升整個行業水平，因此對業界及市民都是一個好消息。他續

說，跨境車的過關時間較短，對分秒必爭的商務客和高階旅客均十分吸引，更可促使他們更多往來內地和香港，有助促進兩地經貿合作和香港消費，故粵港兩地政府應在合法合規下，支持企業拓展跨境網約車服務。

不過，廠商會永遠名譽會長史立德形容「針無兩頭利」，雖然相關服務便利市民到內地，但擔心會導致香港中高檔消費群更踴躍北上消費，影響本地零售行業。

香港餐飲聯業協會會長黃家和表示，滴滴出行推出跨境粵港車服務，勢將令運輸業界面對更激烈的競爭，同時跨境車服務提供者應要與時並進，提高服務水平及具競爭力的收費，才能滿足市場需求。

預計更多平台加入 有減價空間

有商會人士認為，倘若相關服務做到合法合規，又有足額保險保障，有機會搶走部分「白牌車」生意，又估計日後將有更多平台推出相關服務，在競爭持續加劇的前提下，相關收費可能下降。

根據滴滴數據顯示，2024年元旦假期，在香港使用滴滴出行App的打車需求按年增長近4.5倍，出入境口岸、酒店和香港國際機場成為最熱門的打車區域。

滴滴出行2023年收入分布

(單位：人民幣)



業務類別	收入 (人民幣)	增長率	佔比
中國出行	1750.34億	▲39.0%	(佔91%)
國際業務	78.42億	▲33.8%	(佔4%)
其他創新	95.04億	▲5.6%	(佔5%)

◀ 香港乘客可透過手機應用程式，預約跨境粵港車服務。

業界回應

冠忠巴士發言人

- 支持平台公司使用本地司機及合法的出租車，提供安全及便利乘客的個人點對點交通服務

香港中華出入口商會副秘書長 李志峰

- 只要符合法律及保險要求、收費優惠及營運制度化和透明化，料可吸引市民選擇服務

廠商會永遠名譽會長 史立德

- 畢竟「針無兩頭利」，擔心相關跨境汽車服務令香港中高檔消費群更踴躍北上消費

香港餐飲聯業協會會長 黃家和

- 為旅客提供便利，但運輸業界將面對更激烈的競爭



大公報記者整理

國際業務勁增 日均訂單破紀錄

業務擴張

滴滴出行開業之初重點發展中國內地市場，隨着實踐業務國際化戰略，一直積極擴展境外市場，2023年全年來自國際業務收入約78.42億元(人民幣，下同)，按年增長33.8%。

雖然國際業務收入貢獻只佔整體比重4%，但單計去年第四季，國際業務季度日均訂單破紀錄達850萬單，單量規模已達中國出行業務的約四分之一，全季交易量達7.83億單，按年增長43.9%。國際業務平台總交易額(GTV)錄得214.78億元，增幅達46.4%。

滴滴創始人兼董事長程維早前曾表示，集團將繼續專注主業，推進國內國際業務健康發展，推動技術、產品和服務的創新，更好地服務乘客、司機和生態夥伴。

早於2012年6月，「滴滴打車」開始在內地提供計程車預約服務，到2014年5月改名為「滴滴打車」，2015年2月與杭州快的打車合併，同年9月改名為「滴滴出行」。

資料顯示，滴滴曾在2015年起活躍於香港網約車市場，當年透過與「快的打車」合併，曾以「快的Taxi」及「Kuaidi ONE壹號專車」品牌，分別在香港提供的士、私家車網約服務。其中，快的Taxi在2018年升級為「DiDi App」。

曾表示，集團將繼續專注主業，推進國內國際業務健康發展，推動技術、產品和服務的創新，更好地服務乘客、司機和生態夥伴。

港擁國際化特色 內地品牌「走出去」首選

新聞分析

李潔儀

近日香港的網約車市場可謂烽煙四起，早前阿里巴巴(09988)旗下「高德打車」正式攻港，全面開通香港的士服務，又有疑是士司機自發「放蛇」捉Uber白牌車，引發公眾熱議。最近，滴滴出行更加大在香港的服務範圍，由的士預約到跨境汽車服務。

測試市場反應 為拓海外做準備

Call車App在內地已有超過10年歷史，由起步的經營模型受到質疑，到瘋狂補貼搶客導致虧損連年，在擁有14億人口的內地市場，網約車近年甚至出現

現運力飽和的瓶頸。

相比之下，市場規模細小得多的香港，卻吸引不少內地網約車平台落戶。事實上，近年也有不少內地餐飲品牌來港開店，單是檸檬茶作為賣點的，已有



▲滴滴出行在內地已有約10年的歷史。

數個品牌落戶香港。

此外，外賣平台美團(03690)去年刻意來港打造新品牌KeeTa，發展一年便佔44%市場，在成功搶攻香港後，正計劃「出海」到沙特阿拉伯首都利雅得，推出國際外賣平台。

這些品牌視香港市場為兵家必爭之地，重點並非要在規模細小的市場分一杯羹，更多是視香港作為中資企業走出去的首選試驗田。

香港是一座國際城市，擁有獨特的中西文化，能夠在這個華洋匯聚的國際都會、競爭激烈之地搶佔市場份額，定能協助企業「出海」開拓國際市場。

偉易達：美歐消費者信心弱

【大公報訊】偉易達(00303)昨日公布全年業績(截至今年3月底)，集團多賺11.7%至約1.6億美元，收入下跌4.3%，末期股息每股48美仙，全年股息共派65美仙，較去年增加10.2%。展望未來，儘管通脹和利率高企壓抑消費意欲，同時地緣政治環境趨勢不明朗，導致集團收入下跌，集團預計2025年收入會上升。

集團主席兼行政總裁黃子欣指出，北美洲和歐洲仍然是偉易達的主要市場，但由於當地經濟狀況趨緊，該兩大市場的收入均下跌，電子學習產品和電訊產品的銷售量減少，抵銷了承包生產服務因材料供應改善而獲得的歷史新高收入。他認為，北美洲和歐洲的消費者信心疲弱，預計要待美國減息才能改善。

內地復甦 亞太區收入增長

反之，亞太地區收入佔集團的14.8%，錄得0.6%的收入增加。執行董事彭景輝解釋，主要原因是內地市

場疫後逐漸復甦，線上和線下渠道銷售量均錄得增長，這一良好勢頭將會持續。

提及中東地區局勢持續緊張對集團的影響，首席財務官唐景紅指出，航班改道令運費額外上升三成，預計今年會持續受影響，但原材料供應穩定、內地無工資增長壓力，將會抵銷運費升幅。

展望未來收入，彭景輝說，雖然集團面對全球消費需求疲軟與地緣政

治情況不明的挑戰，預期2025財政年度收入會上升。電子學習產品方面，新產品上市會迎來增長，而電訊產品將受益於剛剛收購的Gigaset資產帶來的即時貢獻。承包生產服務的收入預計會保持平穩。他透露，推動生產基地全球化也是集團未來增長的重要一環，目前集團計劃在馬來西亞生產基地增設更多生產空間。同時，墨西哥廠房按原計劃今年6月開始提供完善的電子製造服務能力。



黃子欣(左二)預計，北美洲和歐洲的消費者信心要待美國減息才能改善。

調查：港人社交媒體購物 每月7次

【大公報訊】支付平台Adyen發表《Adyen零售報告2024》，發現與全球其他市場相比，香港消費者在購物方面非常依賴社交媒體。在過去12個月中，75%的香港消費者曾使用社交媒體(如Facebook、Instagram、微信等通訊工具)購買產品或服務，而全球平均比例為44%。根據今年的統計數字，香港消費者平均每月在社交媒體上購物7次。

與去年報告中的數據相比，香港消費者曾使用社交媒體購買產品或服務錄得大幅增長，當時的比例僅有17%。此外，今年報告提到，62%的香港消費者表示在社交媒體上查看產品後產生購買意欲。在香港，社交媒體是各年齡層之間流行的銷售渠道，當中對於開拓嬰兒潮世代消費者市場的效果顯著。在過去一年曾於社交媒體上購物的嬰兒潮世代消費者中，有45%為首次使用社交媒體購物。

香港消費者喜歡使用其偏好的付款方式，當中電子錢包的重要性正在上升。68%表示，如果無法為產品或服務作支付，他們會離開店舖或放棄線上結



▲Adyen香港區主管鄧啟俊。

賬，明顯高於全球平均55%水平。此外，59%香港消費者表示不再隨身攜帶錢包，而是依賴行動裝置作支付，例如使用電子錢包。調查又發現，38%消費者在過去一年曾使用電子錢包作支付，其他流行的支付方式包括二維碼(29%)和感應式支付(27%)。

電子錢包支付趨普及

被問到香港最新支付趨勢時，Adyen香港區主管鄧啟俊表示，香港消費者使用電子錢包愈來愈普及，留意到愈來愈多商戶希望其網上平台增設Apple Pay及Google Pay支付。至於跨境數字人民幣支付點數，他指，會密切留意監管公布及商戶需求，再提供合適的服務。