

定制服务、上新APP、交商旅融合……
浙江道路客运转型再出发

新“城”满月焕新生

十几类品牌的新车陈列在两边,销售人员和客户往来穿梭于各类车型其间。销售人员详细地讲解着车子的属性,客户除了看看车辆外观,还时不时坐进车子感受着车辆性能……大厅里人来人往,销售场景火热。

日前,记者来到安吉县云鸿西路2218号的安吉汽车城。眼前的场景让记者觉得既熟悉又陌生。熟悉的是检票口等硬件设施,陌生的是原本应该是坐着乘客的大厅里,现在却摆放着许多车辆,往来其中的则是购车的消费者——这里,就是原来的安吉客运中心。



“与商融合、交旅融合” 迎来新的发展模式

客运转型,不只是客运业务的单纯转型,还需要向交通衍生品拓展,以实现“与商融合、交旅融合”,开发新出的经营项目。人流量缩减、车辆变大小、开通定制服务,客运中心的场地需求便也跟着急剧缩减。空置的场地如何最大化地发挥出效能?全省各地的客运人都在积极探索。

“2022年,我们已经有了想法在谋划如何将客运中心有效利用,大面积闲置着实有些可惜。”陈刚告诉记者,2023年,云鸿路的大改造让这一想法有了实践的机会。云鸿路是安吉客运中心开往杭州方向的主要通道,因为大改造,主路被断,安吉客运中心也被搬迁至城东。“现在城东有1000余平的场地,能够满足安吉现在的客流量。”

“这些地方有些发展夜市经济,有些发展健身业务,但由于安吉客运中心的地理位置不在镇中心,所以这些经济业态用在安吉并不适用。”

“我就将目光锁定在了需要大场地,而且对地理位置没有太高要求的产业,汽车销售业务成了首选。所以我们便把客运中心变成了汽车城。一楼是二手车售卖,目前已有4家经销商入驻,二楼是新车售卖,由梓承汽车超市承包,每年的租赁费用总计180万。”陈刚说。

“我们公司原来是在安吉比较偏远的的一个工业区,一直想着搬迁和拓展,这里场地够大,地理位置也OK,老百姓都知道,得知这里招租,我们就势在必得。”梓承汽车超市店长闵杰介绍,他们超市售卖蔚来、小鹏、极氪、东风本田、比亚迪、长城、奇瑞、长安、一汽奔腾等数十种车型,开业一个月,汽车销售了70辆,国庆七天就销售了30多辆,哪怕现在过了国庆,每天也有十余人来看车。

“现在汽车城还刚刚起步,后续我们也将帮助汽车城引进车管所的相关业务。”陈刚对于汽车城未来的发展,思路很清晰,现在整个客运中心还有很多闲置场地可以开发利用,在汽车销售之余,后期,安吉交投还将在汽车城开发餐饮、维修等汽车业态,打造成一站式的综合服务汽车城。

在浙江其他地市,很多客运中心也都因势利导地进行了相关转型。杭州、金华等老客运中心则纷纷摇身变成了“全民健身中心”。占地2000平方米的原杭州汽车客运中心候车室,层高达20米,现在已铺上专业篮球地板,包括一片符合NBA要求的球场、一片符合CBA要求的球场,以及三片训练半场、一片小篮球场。

去年3月起,金华市交投集团对金华汽车南站进行了改造。占地5万平方米的老车站,目前变为了包括足球、篮球、高尔夫、游泳、羽毛球、网球、攀岩、动感单车,亲子互动空间、空中跑道等十几个项目的运动综合体,且与餐饮美食、创意空间、休闲娱乐等五大业态浑然一体。

新昌旅游集散中心位于客运中心东南侧。新昌汽运公司将“诗和远方”在这里具象化,建设启用了一座以“城市书房”为主题的主客共享的旅游集散中心。并且通过举办读书会、相亲会、跳蚤市场等一系列专业化的运作,短短几个月里,旅游集散中心共吸引了近百批次省内外同行前来参观学习。

如今,“浙江快客”的辉煌虽已落幕,但客运行业人士却通过灵活的客运模式、良好的服务、拥抱互联网+等形式,一步步在转型路上且行且试。这些改变与创新也许波折重重,却也让身处转折中的客运行业有了更多的“憧憬”。通过“转型、发展、融合”三张好牌,我们有理由相信:有一天,通过企业、行业部门等的共同努力,通过一个具有浙江特色的品牌引领,浙江的道路客运行业必将“新桃”换“旧符”,迎来新的生机。

□记者 袁梦南 章燕飞 通讯员 聂建平 潘彦颖

日流量从3000人次降到不足300人次

“本月22日,汽车城开业正好满月。一个月来,汽车的销售还不错,可谓‘汽’象万千、‘汽’势如虹……”汽车销售总监与记者还没说上两句话,便被购车客户叫去介绍车子去了。

“现在这里人流量终于多起来了!”旁边的浙江安吉县长运汽车运输有限公司副总经理陈刚一边感叹,一边向记者介绍起了安吉客运中心向汽车城转变的心路历程——

“2013年,安吉的客运中心还在老城区,由于场地老化和受限,再加上安吉的县域规划整合,打造新的客运中心被提上了日程。当时的安吉没有高铁,客运班车无疑是安吉对外出行的主要方式。那个时候安吉客运日流量在3000人次,主要发往浙苏皖方向,客运班次有200余个班次,拥有这样的数据,我们信心满满。”陈刚告诉记者,经过三年的建设,2016年,新安吉客运中心正式启用,地上

总建筑面积34368平方米,地下建筑面积8882平方米,按照一级汽车客运站和一级城市公交汽车场站设计,具有运输服务、运输组织、中转换乘、车辆维修等综合功能。

无论是规模档次的“高大上”、便民服务的优化,还是运能运量上的提升,都预示着安吉的客运有了新的发展,而事实也正是如此。

陈刚回忆说,新建的汽车客运中心在之后也迎来了最辉煌的时刻。当时,高峰期时日流量3000人次以上,客运班次增长至270个,光工作人员就有90多名,特别是每周一发往杭州方向的班次都要增加七八个班次,一进大厅都是乘客。可如今日流量不足300人,班次也只剩40余个,每趟班次就几个人,还时常出现空车来回的局面。

辉煌烟消云散。安吉汽车客运中心客流量为何会断崖式下降?

“2020年,商杭高铁开通,安吉进入了‘高铁时代’,更多的乘客开始奔长途汽车而选择高铁。因此,2020年安吉客运开始走向下坡路。”陈刚告诉记者,最致命的一击是新冠疫情期间,长途汽车站停止了大部分客运班次,汽车客运站乘客大幅减少,网约车逐渐占据了市场,满足了很多外出人员的需求。而且网约车点对点接送,乘客可以就近坐车、就近下车,花钱少、速度快。相比而言,到汽车站坐车就显得不方便了。“本以为这种情况会很快过去,但没想到客运站的元气并没有恢复。”

高铁发展、网约车快速占领市场,私家车迅速增长……安吉客运中心受到重创,客运量和企业收入断崖式下滑,安吉客运中心该何去何从?



新昌“城市书房”

只有通过“改变”才会有更多新的“憧憬”

“吸引乘客回归长途汽车客运市场,改变是第一步。”陈刚介绍,2021年开始,安吉客运根据安吉交通部门的意见,对客运市场进行了调研,并根据乘客多样化的出行需求,推进定制客运,实行“点到点、门到门”的出行服务,开通了安吉至湖州、安吉至杭州班线,每日滚动发班、统一票价,在机场、火车站、客运站、公交场站、医院、学校、商业中心、旅游景区、城区主要公路出入口附近等客流集中、交通便利的区域设置停靠点,方便乘客上下车。目前投入30辆7座商务车,平均每天客运量约200人次左右,已累计运送乘客超33万人次。

今年8月,安吉还开通了往返杭州火车西站的城际站点巴士。“火车西站去往全国各地的班次多,而且火车西站附近就是浙一医院,所以安吉去火车西站附近的乘客还是蛮多的。”据陈刚介绍,城际站点巴士选用大型客车作为主要运力,在起讫点两端城市范围内均设置了便利的停靠点,涵盖城市出入口、医院、中心商圈、交通枢纽等重点区域,满足城际间高效通行、集

约出行需求。“城际站点巴士”与网约车一样方便,不用再到车站乘车,而到附近的停靠点上车,可以“便捷购票、就近上车、一票直达”。

与此同时,安吉客运中心还逐步将大巴变成小客车,将燃油车变成新能源车,减少硬性消耗。“以前,我们的包车业务都是等着人家上门来咨询,现在我们都是主动提前上门服务,从被动变为主动。”陈刚介绍,安吉客运公司借鉴杭州、宁波等地“38座大客换成了18座的天然气汽车”的成功经验,走进学校、企业。“通过‘大改小’的灵活性,提高实载率,并在春节等节点,上门对接包车业务,现在一年包车业务能达到2400万元。”

不仅是安吉,其实这几年,全省各地客运企业其实都在进行断尾式的“改革与创新”,并希望以此迎来新生——金温快速客运曾推出以每30分钟至更快的发班频率来满足旅客随到随走的要求。还利用“在固定地点免费接送旅客、提供‘门对门’的特色服务”等差异化服务,来争取更多客源。往返于杭州舟山间的杭舟线、丽

汽集团等也纷纷根据自身企业特点和地域特色,通过网络定制客运、商旅融合旅游客运、传统城际公交客运和客运班线公交化改造等方向进行转型。

此外,“浙客行”城际站点巴士也是定制客运拥抱互联网,与“滴滴出行”App合作的一个实践案例。省公路与运输管理中心明确提出城际定制客运改革升级,要主动拥抱互联网、积极与社会知名大平台战略合作,实现引流获客,在业内打响“浙客行”品牌。未来,如果“浙客行”城际站点巴士企业联盟成立,并将全省的城际招呼站、上客点串联成网,上下客将更方便,客户群体的触点会更广,客流量必将随之上涨。虽然目前杭州是城际站点巴士的主阵地,但接下来温州、衢州、台州、舟山等地市都已有推出的计划,全省已有近50家客运企业加入了“浙客行”城际站点巴士企业服务联盟。

记者手记