

Uber 与 Grab | Patsnap 的智能创新平台

全球网约车服务市场展望

在过去十年中，共享经济日益普及，其中最著名的移动应用程序之一就是网约车服务，这改变了我们的出行方式[1]。过去几年的网约车行业显著增长反映了人们对于这种新型出行方式的大量需求。尽管 2020 年冠状病毒的对行业产生巨大影响，我们仍看到 2021 年网约车行业在逐步恢复。预计到 2021 年底行业总收入将达到 3500 亿美元。展望未来，到 2025 年，全球网约车服务市场预计将以 3.6% 的年增长率增长至近 4000 亿美元[2]。

传统的叫车业务模式是离线的，其典型代表是为潜在客户点对点交通服务的出租车，但包括 Uber 和 Grab 在内的现代叫车服务是利用互联网为客户提供服务。客户线上服务需求的增长速度几乎是线下的 6 倍[2]，线上复合年增长率为 7.6%，而线下为 1.3%。这是现阶段网约车服务的机遇。

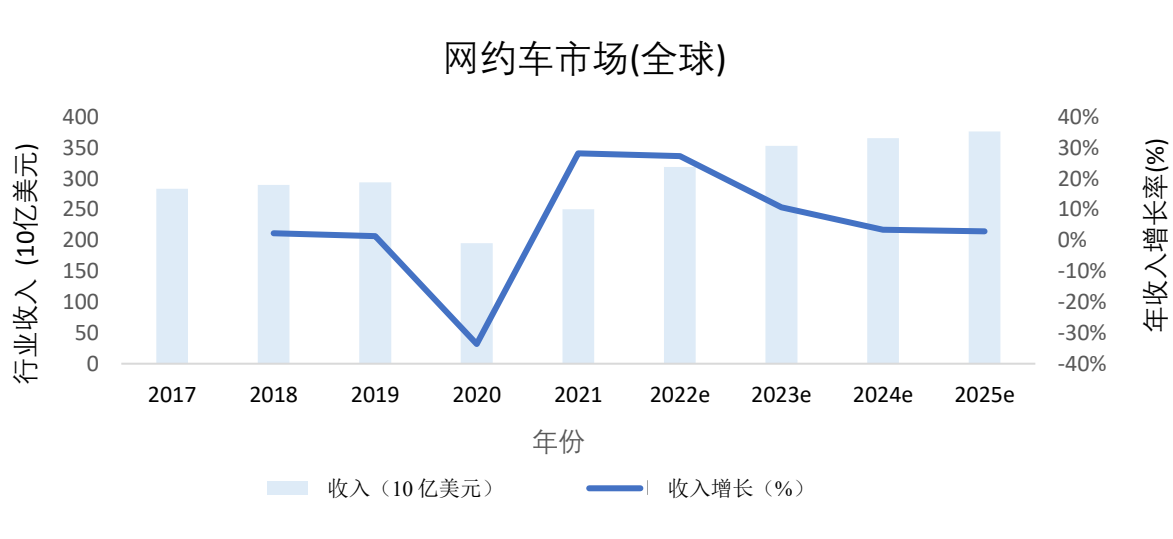


表 1: 全球网约车市场收入与年增长率

东南亚前景展望

自 1980 年以来，随着市场改革推动全球和区域一体化，东南亚国家经历了强劲的经济增长[3]。与全球平均水平相比，该地区仍处于起步阶段，其人均 GDP（4,850 美元 vs. 10,925 美元）、汽车拥有量（11.1% vs. 12.6%）和网约车使用率（13.7% vs. 19.2%）也具有极大的上升空间[2]。与此同时，东南亚的互联网普及率也相对较高，为 70.8%，而全球平均水平为 57.6%。东南亚的网约车行业预计将以 6.3% 的复合年增长率增长——几乎是全球平均增长率的两倍[2]。

东南亚拥有世界上规模最大的青年劳动力，每天有近 10 万人进入就业市场[4]。此外，城市化正在推动人口从偏远地区向城市迁移，从而促进了网约车服务的供需[5]。

Grab 的崛起

在 2018 年之前，Grab 和 Uber 是东南亚的主要网约车公司。虽然 Grab 在 2012 年的时候仍处于劣势，但它迅速发展并在 2018 年取得领先地位[6]。那一年，Grab 和 Uber 的市场份额相

当，年活跃用户分别约为 2500 万（Grab）和 2230 万（uber）。Grab 在 2018 年 3 月收购 Uber 的东南亚业务是一件值得关注的事情。

Grab 主要的成功经验包括把本地化作为企业发展战略，因为本地化可以长期有效地参与多元化、分散的市场。Grab 的持续成功可以归因于多个因素，包括对客户偏好的充分理解和对基础设施的投资。这些使 Grab 能够针对不同的地区选择不同的战略来获得广泛的市场[7]。到 2021 年，Grab 成为东南亚在线平台的领导者——在网约车、快递和电子钱包方面排名第一[8]。

行业要素	东南亚 (2019)	全球 (2019)
人均国民生产总值 ('000 美金)	4.9	10.9
私家车拥有率 (%)	11.1	12.9
网约车使用率 (%)	13.7	19.2
互联网使用率 (%)	70.8	57.6

表 1: 东南亚网约车行业要素

Grab: 使用 Patsnap 的创新智能平台

Grab 最近的显著增长让我们不禁想要问：其成功是否可以合理预见。目前有大量学术文献探讨知识产权与企业技术实力之间的关系[9]。由此可见，专利申请可能是未来在不同地区提供服务的必备品。

在 Grab 和 Uber 的案例中，专利申请突显了两者在东南亚增长所采用策略的差异。我们使用 Patsnap 的竞争报告功能来查询 Grab 与 uber 各自的专利申请以及他们的战略导向。

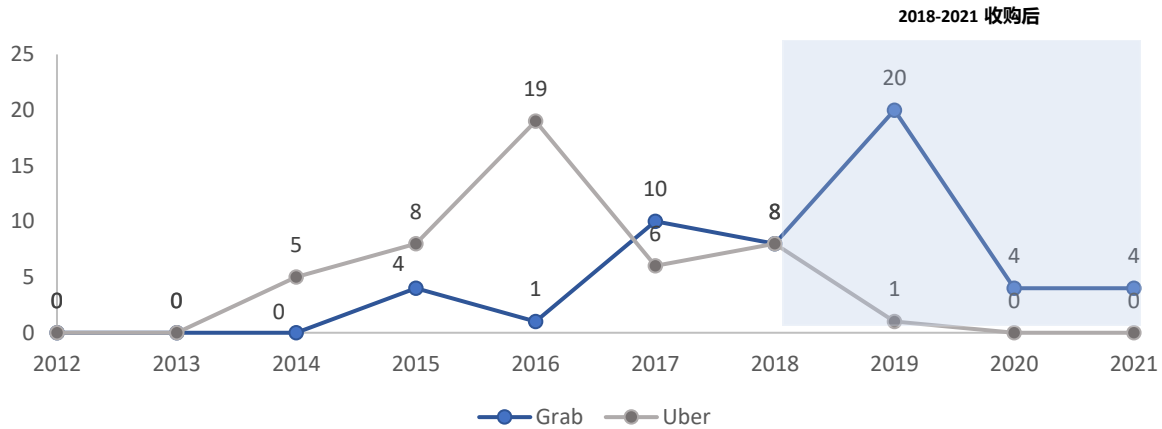


图 2: Uber & Grab 的专利申请数量 2012-2021

在收购之前，Uber 在东南亚司法管辖区提交了 38 项专利申请，而 Grab 仅申请了 15 项。仅从专利申请数量来看，优步似乎具有压倒性优势，每年的专利申请数量明显增加，仅 2016 年就有 19 份申请，创下历史新高。相比之下，Grab 当年只有一项专利。

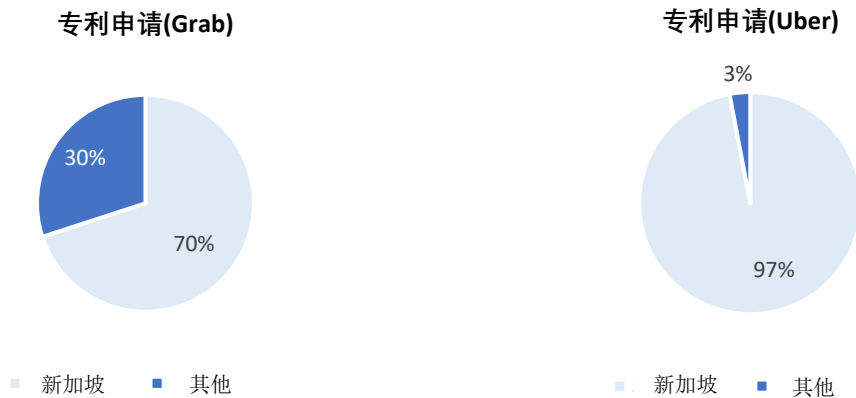


图 3: 专利申请对比

Grab 在东南亚的专利申请范围则相对广泛，除新加坡外，其中 30% 的申请是跨司法管辖区提交的。Uber 的专利申请主要在新加坡。在新加坡以外的司法管辖区申请专利时，东南亚国家的监管差异和规则的频繁变化可能令 Uber 在申请其他国家专利时更加保守。例如，马来西亚的监管机构直到 2017 年才通过了两项法案，将网约车服务合法化[10]。菲律宾于 2015 年 5 月首次出台新规定，并于同年底暂时停止了部分地区的网约车服务许可[11]。

在印度尼西亚，法规在 2017 年发生了数次变化，并在 2019 年进一步限制了网约车服务，影响到了行业参与者的商业模式[12]。这些案例凸显了该行业面临法律环境的不确定性，使得行业参与者在潜在投资回报与通过知识产权确保在当地市场的地位之间做出权衡。表 2 显示了 Grab 在多个司法管辖区的专利情况。显然，Grab 非常重视东南亚这个由 10 个不同地区组成的多元化市场。由于每个市场都是独一无二的，Grab 会根据当地市场需求定制产品。

我们在回顾网约车行业两个主要专利内容 - (1) 服务提供和 (2) 服务请求的过程中，发现很明显 Uber 的专利涵盖将客户与网约车服务供应商匹配的基本要素。而相比之下，Grab 的专利则是通过识别车辆供应不足的地区并向司机提供相关信息来创造价值。此外，在“网约

车呼叫”这方面，Grab 申请了涵盖特定区域的呼叫模式预测技术的专利，以进一步提高订单的可靠性并提升司机效率。

科技领域	UBER		GRAB		对比
	专利数	地区	专利数	地区	
服务提供	3	新加坡	4	<ul style="list-style-type: none"> 新加坡 马来西亚 菲律宾 	<ul style="list-style-type: none"> UBER的专利涵盖将客户与网约车服务供应商匹配的基本要素 GRAB的专利则是通过识别车辆供应不足的地区并向司机提供相关信息来创造价值
服务请求	2	新加坡	5	<ul style="list-style-type: none"> 印度尼西亚 马来西亚 菲律宾 	<ul style="list-style-type: none"> UBER专利涵盖基本服务请求 GRAB申请了涵盖特定区域的呼叫模式预测技术的专利

表 2: 主要服务领域的专利对比

从研发的角度来看，Grab 的战略似乎更偏向于市场驱动，以从客户反馈中收集的市场信息为主导。Uber 则更偏向于科技驱动，强调其专利组合的广度，以期在多个技术领域实现专利基础的多元化。

在对比中我们发现，Grab 市场驱动型研发战略似乎赋予其更多优势，这就引申出一个有趣的问题：“市场驱动与科技驱动的研发对于企业的竞争战略来说哪个更重要？”

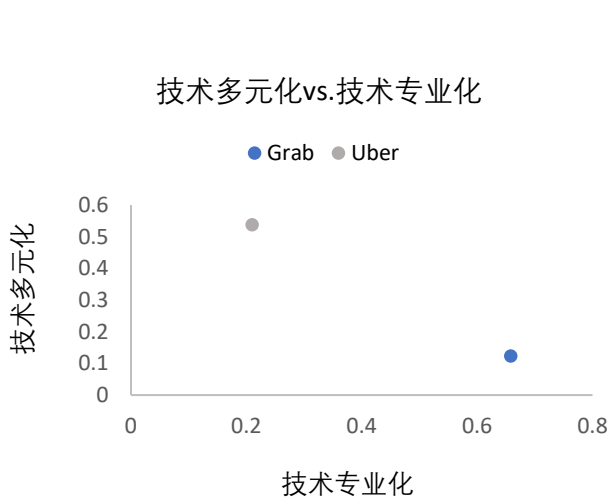


图 4: 技术多元化 vs. 技术专业化

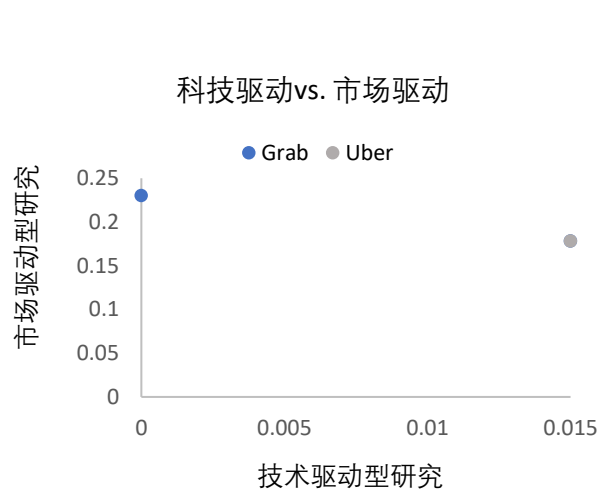


图 5: 市场 vs 科技驱动型研究

Grab 进军新市场，同时根据当地需求调整其服务产品，这也反映在其专利申请中。我们注意到正是因为两家公司之间存在显著的差异，最终导致 Grab 在东南亚处于领先地位。

简而言之，虽然 Uber 在 2018 年之前的专利申请较多，但 Grab 则根据当地消费者的需求量身定制专利申请，根据当地市场情况调整服务，与东南亚市场专家进行合作研发。这是二者最本质的不同。

创新策略雷达图

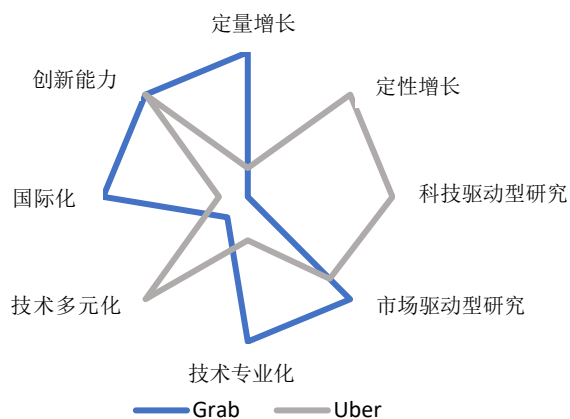


图 6: Patsnap 创新策略雷达图

专利分析和交易评估



图 7: Grab - 专利申请与交易后估值

我们通过分析 2015 年至 2017 年间的专利申请推断出 Grab 专注于满足东南亚的本地需求。而这正是 Grab 在东南亚市场上相对于 Uber 的比较优势。Grab 的专利申请也是其在后期融资轮次中估值上升的重要原因。

写在最后

关于 Grab 和 Uber 的案例研究表明了全球网约车市场具有广阔的前景，其中东南亚市场更具潜力。该地区分散的市场和独特的动态需要这些网约车公司深入了解当地的各种需求。在 2018 年之前，Grab 和 Uber 是东南亚最大的两个玩家。2018 年，Grab 收购了 Uber 的东南亚区域业务，并成功成为市场领导者。Grab 的成功部分归因于其专利申请所反映的知识产权战略。

Grab 推行的本地化战略，旨在为东南亚地区的每个市场定制解决方案。在专利申请的过程中，有很多细节值得注意，比如以敏锐的眼光关注客户的偏好，并为这些问题精心设计量身定制的解决方案。

最后，我们很高兴看到 Grab 实现了另一个里程碑——成功上市，并将继续使用专利作为指南来推动更进一步的发展，指引他们走向更好的未来。

致谢

感谢 Patsnap 团队为我们提供他们的平台和见解。另外，感谢我的同事 Anik Bikti 花费时间使用 Patsnap 平台并为本文提供了意见。

请注意：以上内容均不应用作投资建议，所有观点仅供参考。

引用

[1]Bong, A., & Premaratne, G. (2018). Regional Integration and Economic Growth in Southeast Asia. *Global Business Review*.

[2]Dahiya, B. (2021, October 15). *Southeast Asia and Sustainable Urbanization*. Retrieved from globalasia.org: https://www.globalasia.org/v9no3/feature/southeast-asia-and-sustainable-urbanization_bharat-dahiya

[3]Grab. (2021, October 15). *Grab announces strong first quarter 2021 results as company progresses towards U.S. public listing in partnership with Altimeter Growth Corp*. Retrieved from grab.com: <https://www.grab.com/sg/press/others/strong-first-quarter-2021-results/>

[4]Khozen, I., Setianty, I., & Meiriza, F. D. (2021). What can we learn from business innovation failure of Uber in Southeast Asia Market? *Inovbiz Journal*.

[5]Lei, L.-c., Gao, S., & Zeng, E.-y. (2020). Regulation strategies of ride hailing market in China: an evolutionary game theoretic perspective. *Electronic Commerce Research*, 535-563.

[6]Narin, F., Noma, E., & Perry, R. (1987). Patents as indicators of corporate technological strength. *Research Policy*, 143-155.

[7]Reuters. (2021a, October 19). *Malaysia legalizes e-hailing services as Grab, Uber compete*. Retrieved from reuters.com: <https://www.reuters.com/article/us-malaysia-transportation-idUSKBN1AC1UN>

[8]Reuters. (2021b, October 19). *Philippines issues rules on ride-sharing services, as taxis threaten court*. Retrieved from reuters.com: <https://www.reuters.com/article/us-philippines-uber-idUSKBN0NY15Y20150513>

[9]Silviana, C., & Potkin, F. (2021, October 21). *Indonesia's plans to regulate ride-hailing rates threaten Grab, Go-Jek models*. Retrieved from reuters.com: <https://www.reuters.com/article/us-indonesia-gojek-grab-idUSKCN1P50ML>

[10]Statista. (2021, October 15). *Ride-hailing & Taxi Worldwide*. Retrieved from statista.com: <https://www.statista.com/outlook/mmo/mobility-services/ride-hailing-taxi/worldwide>

[11]Statista. (2021, October 15). *Southeast Asia*. Retrieved from statista.com: <https://de.statista.com/statistik/suche/?q=Southeast+Asia&qKat=search>

[12]UNICEF. (2021, October 15). *More than half of South Asian youth are not on track to have the education and skills necessary for employment in 2030*. Retrieved from unicef.org: <https://www.unicef.org/rosa/press-releases/more-half-south-asian-youth-are-not-track-have-education-and-skills-necessary>