

黄昊鸣：惠租车让“囧”途变顺途

黄昊鸣,80后,曾经的公司高管、不死心的创业老兵。用6年时间思考,1天时间辞职,2天时间创设“惠租车”,然后再用4年时间,把这家专攻海外自驾游租车市场的新公司从小到大。2014年获得500万人民币的天使轮融资,2015年获得近千万美元的A轮融资,2016年获得2亿人民币的B轮融资……如今,惠租车已成为海外租车市场风投强劲的中国企业。而黄昊鸣还有着更大规划——继续拓展和深耕该领域,把企业打造成前途无限的“独角兽”。

青年报记者 李金哲

深思熟虑 快速创业

2014年5月16日黄昊鸣辞职。同年5月19日,惠租车成立,他成为CEO、联合创始人。

在这个“万众创业”的时代,开公司不算稀奇,但从提出离职到开业只用了短短三天,却是够神速的。黄昊鸣对此的解释是:“选择往往比努力更重要。”既然已经看准了,就应当毫不犹豫。

黄昊鸣看准的是海外自驾游租车市场。缘起则来自于他本人的美国之行。2008年,黄昊鸣第一次前往美国自驾游。从旧金山启程,沿着宽阔的一号公路一路奔驰,美国西部的绝佳美景令人沉醉,更让这位彼时的携程高管捕捉到了商机。

黄昊鸣发现,中国人想在海外租车进行自驾游,面临着很多

困难。驾照、行程、保险、停车、加油、租还车以及翻译,任何环节出了岔子,都会带来无穷无尽的麻烦。举个例子,有经验的驴友都清楚,出国自驾游先要办中国驾照国际翻译件,即把中国驾照翻译成目的地国家的官方语言版本。网上有上千家代办机构,但靠不靠谱呢?没保障。如果因为翻译错误导致租车失败,那么整个自驾游计划,就可能泡汤。归纳起来,如何轻松便捷地租到车,是海外自驾游最大的痛点。

企业家干的,不正是解决用户的痛点吗?想到这儿,黄昊鸣兴奋起来。从那时起,他开始关注、钻研海外租车市场,寻找破局之道。所以说他后来的“快速

创业”,并不鲁莽,而是长期调研、深思熟虑的结果。直接的推动力则是儿子的出生。当时黄昊鸣读到一篇文章,说父母给孩子最大的财富不是金钱,而是让孩子亲眼见证父母的努力。他深以为然。

当然,黄昊鸣不是一个人战斗。他还有两位合伙人:一位是负责携程海外租车业务的刘毅,另一位是负责无线技术架构的王锋。“我就找了这两个人谈创业,大家一拍即合,转化率是百分之百。”黄昊鸣有些得意地说。

这三人有行业经验、有技术,还有强大的解决问题的能力,正好组成了“创业铁三角”。惠租车,这个中国人的海外租车平台,自此迈开了步伐。

用好服务和好产品收获红利

惠租车的发展轨迹印证了黄昊鸣的判断——选择很重要。惠租车成立前两个月,即2014年3月,政府报告提出,要让中国的出境游人次接近一个亿。之后出境游人数连年攀升,呈井喷之势。2015年就达到了1.2亿人次,而根据文化和旅游部的统计,2018年已逼近1.5亿大关。

海外租车市场随之迅猛增长。据《2015中国出境自驾游报告》,当年中国互联网境外租车市场交易规模即达到131.3亿元人民币,2016年交易规模更将猛增至247.5亿元。可以说,惠租车赶上了红利期。

但踩上时代的节点是一回事,能否跻身弄潮儿,则是另一回事。这方面,黄昊鸣是有过教训的。作为中国第一代网民,他很早就意识到互联网是个大金矿。2004年黄昊鸣进入电脑之家,熬夜为网民传递各种信息;2009年他预感到社交网络会是新风口,创办了微社区“人间网”;此后移动互联网兴起,又创

立爱折客APP……他的眼光不能说很准,但同自己的成功标准,尚存距离。这也是为什么黄昊鸣一度加盟携程的原因:加深对商业的理解,改善效率体验。

几年的磨砺,让黄昊鸣自觉获得了“阶梯式的技能提升”。创业后,他把新技能转化为精准的产品。海外租车手续繁多,“老司机”稍不注意都会翻车,更何况是新手?有鉴于此,惠租车就把自身打造成“一站式服务平台”,从行程规划、驾照办理、租还车直到保险,全链条式服务。

说得轻松,做起来可不简单。最大的难点来自于惠租车需要整合全球100多个国家的车源。跨国的商业规则都不一致,但惠租车致力于提供一致性的租车服务体验。为此,公司投入了大量人力。“光客服团队就有100多人,72小时不间断。”黄昊鸣表示。

作为创业公司的CEO,他很是“操心”。“上午讨论技术研发,晚上还得安抚一线客服的情

绪。他们压力确实大啊!”甚至黄昊鸣都无法幸免。他曾在大年初一凌晨3点接到客人电话,投诉说取车碰到问题。因为着急,客户情绪激动。这次的教训,让黄昊鸣加快升级了服务。比如,他在官网首页公布了CEO邮箱,随时查看客户反馈。建立出游微信群,时时观察不同场景下境外租车遇到的状况,从国人视角出发,将人性化的服务做到全方位。

忙归忙,但黄昊鸣一刻也没忘记研发——毕竟是做产品出身。2016年5月,惠租车与200余家行业伙伴约定发行,推出“驾照全球通”。这是中国第一本能够配合中国驾照在全球自驾通行,并受国际租车公司认可的中国驾照认证翻译件,覆盖了包括Hertz、Enterprise、Europcar、Alamo、Sixt、Budget等全球顶级租车品牌在内的共计300多家租车品牌。从此,翻译驾照不再是问题。“这才让我们真正解决了客户痛点。”黄昊鸣表示。

拓宽海外版图 保障国人安心出行

“不存在要做多久,关键是要一直走下去,不要怕试错,要享受创业过程。”在创业后两年时间里,惠租车就把租车业务覆盖了全球近200个国家、5000多座城市、50000多个门店。2016年6月,惠租车宣布完成B轮融资,共计2亿元人民币。至今,惠租车注册用户已达400万,平均一年拓展业务至80多个国家。

中国出境游市场快速发展,平均每年境外出游人数增速达30%。这块肥肉让不少资本盯上,但真正能获得国内、国外客

户双重肯定的没几个。在黄昊鸣看来,创业者所要做的是始终保持手上的尖刀足够锐利,迎战创业过程中的所有障碍。

“第一是车源的行业价格;第二是一站式服务,驾照、保险、导航,第三个实施贴心处理问题的能力。”这是黄昊鸣总结的海外租车的3个重点。黄昊鸣观察,如今70后、80后、90后是租车的主力。70后大多携老人出游,而80后更多带子女租车,90后则不同,他们更在意车型,选择跑车的不在少数。而出游最多的国家依次

是:美国、德国、加拿大、澳大利亚、新西兰,租车从3天到1个月不等。租车价格,平均保持在300元每天,比海外平台低15%。

“未来在海外,下了飞机就会有中国人来接待你,拥有全中文的取车还车服务,无差时紧急救援”。黄昊鸣描述着租车市场的新未来,他们将通过AI科技与互联网共同去整合资源。如今,惠租车与东方航空公司、华为天际通、携程、飞猪等旅游平台合作,从一上飞机,就开启顺途旅行。



惠租车CEO、联合创始人黄昊鸣。

受访者供图

创业寄语

一个人平时遇到很多困难,90%都是见识问题,拓宽自己的视野,很多问题都将迎刃而解。

记者手记

黄昊鸣办公室的背景,不是什么豪言壮语,而是贴满了现实问题的黄色便利贴。这都是他从各个租车场景中抽取来的信息,他要每天面对它们,然后思考解决方案。有时候,他也想出去放放风,比如去最喜欢的新西兰南岛。这里民风淳朴,地貌丰富。他可以一路开过去,一片山连着一片海,一望无际,只有自己。

这不同于国内,需要快速、高效、恨不得所有事情都能够靠自动化帮你完成。你可能想象不到,买瓶酱油,黄昊鸣都要开车出去,他喜欢车轮下的速度,喜欢任何自动化的设备。但是,人工智能终究不能代替人类,现实的问题,更需要头脑风暴,需要个性化的场景服务,需要人与人之间的默契和理解。

电影《绿皮书》中,两位主人公在车厢的密闭空间里聊天交流,从不解到理解,到终生的朋友。黄昊鸣认为,“不管经历开心还是意外,这种共患难的意味是旅行中是非常宝贵的体验”,他希望惠租车的价值不仅仅是共患难的伙伴,更希望难少一些,愉快的经历更多一些。

黄昊鸣其实做过很多工作,从早期的美工设计师,到项目经

理、产品经理,再到创业,如今他把惠租车打造成了准独角兽。这其中的很多经验他都乐意分享,“我会定期会去同济大学做讲座,希望想要创业的大学生们可以少走点弯路。”

在黄昊鸣看来,创业者需要具备的首先是学习能力。“互联网行业,每3年就是一个翻新。只有认识到自己的不足,多发现别人优秀的地方,才能有针对性地去学习。第二个是打磨出自己的一套方法论,比如公司的增长模型是怎样的。我看一个行业会看成本结构,有没有提升效率的可能性,提高效率,然后把成本降低、重塑。”一路过关斩将,黄昊鸣和他的两位合伙人,互相补短板,把所有棘手问题一一解决。这也像极了人生,需要同伴,不惧试错,才能看到豁然开朗的风景。

