

经济护城河

我们认为 Lyft 值得获得狭窄的经济护城河评级，这源于两个主要护城河来源。首先，与连接各方的许多其他平台（包括狭窄护城河的优步）一样，我们相信该公司受益于司机和乘客之间的网络效应。其次，我们认为 Lyft 围绕司机和乘客数据积累了宝贵的无形资产，这对于乘车共享领域的初创公司和新来者来说很难复制。最终，我们相信这些护城河来源将有助于提升公司盈利能力，并使其在未来的投资资本上产生超额回报。

我们认为，Lyft 的网络效应有利于司机和乘客；各方受益，形成良性循环。司机和乘客分别构成了拼车的供给和需求。作为这个市场的先行者，可以通过简单易用的移动应用程序实时提出来自任何地方的乘车请求，Lyft 开始主要通过口碑和其他营销渠道吸引乘客，这也帮助其竞争对手，优步。需求的增长和进一步的口碑营销吸引了更多的司机，换句话说，增加了 Lyft 车辆的供应。随着司机数量的增加，服务的及时性和可靠性得到提高，从而带动了乘客和乘车数量的增加，进而吸引了更多的司机，我们认为所有这些都表明了直接的网络效应。Lyft 通过专注于旧金山等较小的地区，然后扩展到越来越多的城市，从而加速了这种网络效应。类似的从网络效应中获利的科技领导者是 Facebook，其第一个市场是哈佛大学，然后扩展到所有大学，然后在全球范围内开放。Lyft 目前仅为美国和加拿大提供服务。

建立网络效应的公司通常必须克服先有鸡还是先有蛋的问题——以 Lyft 为例，如果没有乘客，谁会为 Lyft 开车，或者如果没有司机，谁会尝试搭 Lyft 的车。在乘车共享方面，也许在自行车和踏板车共享方面，我们

认为公司可以通过在国内和/或全球扩张之前专注于较小的地理位置来克服这个问题。Lyft 最初专注于旧金山，使其获得了足够的乘客数量，最终吸引了其他城市和地区的司机。我们认为，从长远来看，Lyft 在美国和加拿大的实力可能有助于其拓展国际市场，因为 Lyft 在北美的成功（以及坚实的美国和加拿大乘客基础）可能有助于其在新地点吸引比竞争对手初创公司更多的司机。最初在北美市场推出并更多地关注北美市场所获得的经验可能有助于 Lyft 更有效地为其他市场可能推出的产品分配资金。

与此同时，Lyft 的网络效应护城河来源在该公司乘客的增长中显而易见。自 2016 年以来，Lyft 的乘客数量有所增加，主要是由于整体乘车共享服务的采用率增加，加上 Lyft 在主要是美国的其他市场的逐步扩张，该公司的活跃乘客数量在 2020 年因 COVID-19 大流行而下降后，（定义为每季度至少乘坐一次的乘客）到 2022 年将增加到 2000 万以上。2016 年第一季度，该公司只有 350 万乘客。

我们认为，Lyft 也可能会增加消费者对其平台的使用，因为它提供了额外的选择，例如最后一英里的服务（自行车和踏板车共享）。从长远来看，消费者可能会开始更加依赖 Lyft 的平台来管理他们的交通需求。对于组织或公司来说也是如此。例如，Lyft Business 正在与企业更加密切地合作，为企业的员工和/或客户提供交通服务。

由于 Lyft 受益于其网络效应，我们认为该公司还获得了以司机和乘客用户数据形式存在的宝贵无形资产，我们怀疑这有助于该公司改善其服务。此类数据应有助于提高司机的产能利用率，从而使司机更有吸引力地继续为 Lyft 开车。对于乘客而言，Lyft 对供需的了解可能有助于该公

司解决任何不平衡问题，否则可能会迫使乘客使用替代交通服务。此外，从整体上看，随着时间的推移，Lyft 的服务可能会变得更加有效，因为该公司通过实时供应和需求驱动的定价进一步将其乘客货币化。

Lyft 收集有关乘客和司机的数据。当该公司从乘客应用程序中收集有关用户请求乘客的位置、一天中请求乘客的时间以及他们请求行程的区域的数据时，它可以更清楚地了解用户的倾向。与用户生成的司机评分相结合，我们认为此类信息有助于 Lyft 提高乘客与司机匹配的及时性和准确性。随着时间的推移，凭借更高效的服务，Lyft 可能会吸引更多乘客和司机加入网络，从而增强其网络效应。数据是有价值的副产品，也是间接网络效应护城河来源的贡献者。

Lyft 还收集远程信息处理技术，可以监控汽车的移动和位置以及驾驶员的倾向。该公司继续分析这些数据，通过解决或预防不安全驾驶来最大限度地减少事故发生的可能性。此类数据的使用将有助于降低 Lyft 的保险相关成本。

我们并不将 Lyft 的品牌视为无形资产的护城河来源。虽然该品牌可能受益于竞争对手 Uber 所面临的联合创始人和前首席执行官问题，但我们认为这不会成为 Lyft 的长期竞争优势。毕竟，虽然许多人不再说他们“叫了一辆出租车”，但人们更有可能说他们“叫了一辆 Uber”而不是 Lyft，至少目前是这样。

我们认为 Lyft 不会从额外的护城河来源中受益，例如转换成本或成本优势。Lyft 用户可以轻松下载 Uber 等其他应用程序并叫车。此外，司机可以为 Uber 和 Lyft 提供服务，因为他们不是独家承包商。最后，虽然

Lyft 平台的开发最初包含非常高的固定成本，但我们并不认为这对 Lyft 来说具有成本优势，因为技术领域的其他资本雄厚的公司（例如 Alphabet）可以复制 Lyft 所创造的产品。此外，我们将 Lyft 视为一家轻资产企业，尽管随着该公司开始专注于自行车共享和踏板车等微型出行选择，这种情况可能会有所改变。