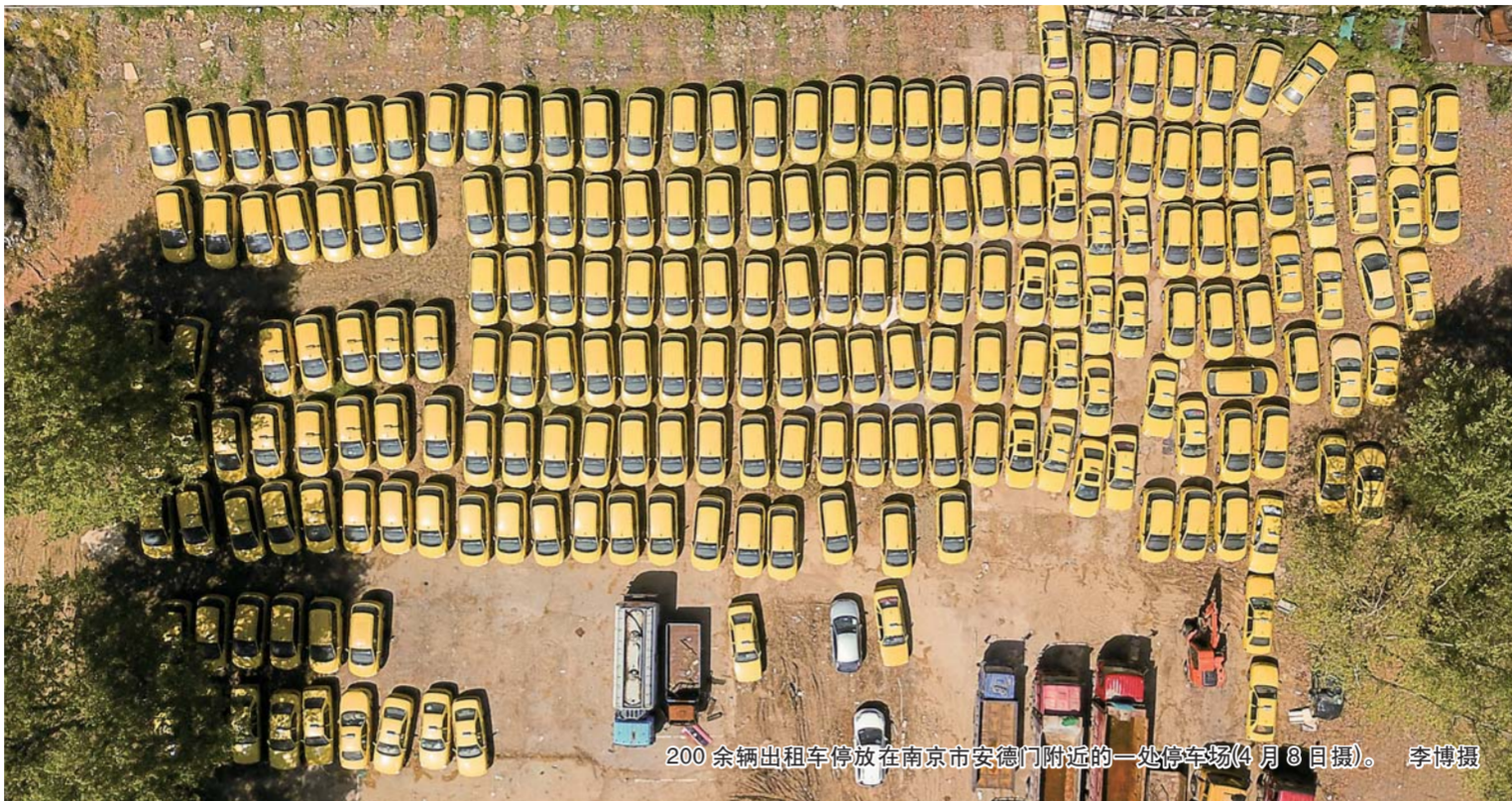


市民“0元乘车”，出租车司机转岗，主管部门开罚单……

网约车“补贴战”再起，出租车行业“驶”向何方？



200余辆出租车停放在南京市安德门附近的一处停车场(4月8日摄)。李博摄

警惕价格战拖延了行业改革

时隔多年，打车平台App上又出现了“新人礼包”“0元乘车”等大幅优惠，“久经考验”的消费者们迅速意识到，网约车价格战又来了。

对企业而言，这是一次争夺市场份额的恶战。而对于整个出租车行业而言，价格战带来的洗牌和关联效应，某种程度上有可能拖延行业的改革。

尽管优惠内容和手段相似，但近期这场网约车价格战的特征，却与以往大不相同。

首先是参与争夺的双方，一个是在市场占主导地位的滴滴出行，另一个是从外卖跨界而来的市场新秀美团点评。

如果说，2013年滴滴与快的价格战是非此即彼的角斗，2015年滴滴与优步的价格战是本土化能力的比拼，那么当前，滴滴与美团的价格战更像是守成者与野蛮人的冲突。市场格局是否会改变，取决于短暂的订单泡沫之后，企业能否提供有保障的出行服务产品，以及两家企业背后投资人的意志。

其次，这次价格战发生的时代背景变了。2013年，滴滴与快的价格战始于移动支付和打车平台的起步期，价格战带来了线上线下的无序竞争，让有关部门深感忧虑，并由此痛下决心进行严禁。但客观来看，这场价格战带动了移动支付和网约车的普及，具有标志性意义。到2015年，滴滴与快的合并，与优步发生价格战时，中国已经开始探索建立网约车管理规范，网约车也逐步合法化。滴滴与优步的价格战，推动了网约车消费者的分化，带来了市场的细分。然而，随着价格战的停止，滴滴并购优步，这种平台间的差异化细分，变成了滴滴平台上专车、快车、顺风车的区别。

今天，在网约车管理依据相对明确，市场一家独大的格局下，美团挑战滴滴的价格战将带来什么，仍需拭目以待。

第三，价格战对传统出租车行业的影响也有所不同。2013年左右，打车平台上车辆的主力是传统出租车，价格战的真正金白银惠及的是广大消费者和出租车司机。然而，随着专车上线，出租车在平台上的地位被弱化，打车平台为争夺司机和乘客的减少，直接导致传统出租车客流和利润双双缩水。因此，出租车要求降低“份子钱”的事件，在2015年左右比较集中。

如今，网约车已经完全合法化，对传统出租车行业几乎形成压倒之势，价格战对传统出租车行业的影响显得更加复杂。记者观察到两种现象：一是以南京为代表的城市，有众多出租车司机退租，转入网约车，让传统出租车行业人员流失问题凸显；二是像上海，由于传统出租车行业退出的成本相对较高，也有部分司机诉诸停运，以求车企继续降低“份子钱”。总而言之，价格战依然牵动着传统出租车从业者敏感的神经。

当前的网约车价格战有其市场逻辑。参战的平台公司争先向媒体发布“好消息”，比如“单日订单量达数十万”“为城市首位”等。由此不难发现，企业更在意的是市场地位和流量控制权。这是目前互联网市场流行的游戏玩法——企业跨界经营，拓展地盘，主要目标是为了向投资者证明实力，提升企业的估值，为融资和上市铺路。

然而，恰是这个时候，这些企业的负责人忘了他们面对公众所做的承诺：“以服务赢得市场”。价格战对企业深耕行业领域不利，对提升网约车服务质量无益，对提升出租车行业的科技水平也无益。

价格战对出租车行业改革有直接影响。按理说，网约车合法化之后，只要保证司机能在传统出租车和网约车之间自由流动，让司机可以随行就市，就不至于出现不稳定现象。然而现实是，传统行业管制没有放松，两种业态之间的人员流动渠道不畅，网约车恶性竞争带来的“马马车”等违法行为难以有效遏制，这导致了传统出租车司机相对极端的退租等现象。如不能妥善引导，有效规范，价格战就容易带来超越市场范围的不良影响。

此外，网约车与传统出租车融合发展是出租车改革的大方向，网约车企业争夺市场的价格战不可能撼动大方向，却有可能拖延出租车行业的改革进程。比如，价格战带来网约车企业无序跨界扩张，将影响企业在主业做深做精；价格战的短期经济诱惑也容易带来司机群体的波动，这容易降低新业态的吸引力，同时加深新旧业态之间的隔阂，融合发展的迫切需求就容易被市场的争夺所掩盖。

规范网约车价格战并非没有依据。《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》就规定，网约车平台公司不得为排挤竞争对手或者独占市场，以低于成本的价格运营扰乱正常市场秩序。在相关的解读中，国家有关部门负责人也明确，网约车实行市场调节价，城市人民政府认为有必要实行政府指导价的除外。因此，价格战并非没有规范的依据，只是单靠一两个主管部门难以找到落实的抓手。约谈网约车企业，对违规车辆严查、罚款等传统手段无法约束规则的挑战者。需要交通部门与价格管理部门、市场监管部门、网信部门通力合作，对行业进行多元约束、多方治理。

(本报记者杨绍功、郑生竹)

协会的负责人后，看到的情况更令他忧虑。

与凌强所在的地方隔着一个玄武湖，在南京市中央北路附近的一处空地上，一大批黄色出租车停放于此。据附近居民反映，这些车多是新运过来没多久的，都是出租车司机退租的车。像这样的停车场还不止一处，南京浦口、尧化门、铜井、周岗等地以及各出租车公司大院内，也停放有大量退租的出租车。由于数量巨大，出租车公司会不定时转移地点停放。在部分停放点，一大批退租的车都用黑布覆盖起来。

凌强告诉《新华每日电讯》记者，自2017年初至今，当地因无人承租而闲置的传统出租车已经超过3000辆，占全市运营出租车总数的1/4。

“一分钱打车，一元钱打车，明显低于运营成本价，挤占了传统出租车的客源。”凌强指出了大规模退租的原因，他特别强调，全国还没有一个城市出现像南京这样的大规模退租现象。

这是滴滴和美团战果之一。两家企业争夺市场份额，让传统出租车企业加速凋敝。

传统出租车司机悄然转身

南京市出租车的“份子钱”，一度高达7000至8000元，网约车兴起后几次下调，目前普遍在5000至6000元左右。然而，退租的司机依然不减。

“传统出租车或许是唯一的输家。”凌强等传统出租车行业的负责人普遍持有这样的观点。

他们仍记得2012年左右，打车平台初创时，正是依靠传统出租车进入的市场。而至今，数轮价格战之后，传统出租车一次比一次受伤。

南京中北的士公司安机科科长冯梦智表示，南京出租汽车公司从2015年开始一直在走下坡路，尤其是美团进入南京市场与滴滴出行掀起价格大战之后，出租车司机退租明显增多。他说，中北的士共有1913辆出租车，目前已有240多辆车退租。

受网约车冲击，南京出租车退租量约占总数1.2万辆的四分之一。南京多处出现出租车“坟场”，部分出租车投入使用时间不长。

《新华每日电讯》记者在位于南京安德门地铁站附近的中昊停车场内看到，有200多辆黄色车身的出租车停放在此。一些出租车内饰塑料膜还未拆封，车身还很新。

南京的出租车每隔7年才会更新车辆。2017年开始，部分车辆临近更新期，有些出租车公司因为经营不佳，希望对车辆延期更新，也有部分直接停运了。目前停运的3000多辆出租车中，仅有百余辆是因为更新期到期而停运。这意味着大量被退租的车辆还没到换包和更新的时候。

为什么出租车司机们坐不住了？于先生开了17年出租车，现在正打算退租。在他的身边，已经有不少同事跳出去开网约车。而他，现在每个月还要交4900元“份子钱”。他掰着手指数给自己算了一笔账，扣除油费、保险等成本，一个月他只能挣到4000元左右，比起以前八九千一个月，收入腰斩一半，感觉说话的底气都不足了。

为留住出租车司机，政府指导传统出租车公司不断改革。南京市交通运输局客运管理处办公室副主任许兵记得，南京市传统出租车月度承包金，即通常所称的“份子钱”，曾一度高达7000至8000元，网约车兴起后，由于传统出租车客单量减少，几次下调，目前普遍在5000至6000元左右。然而，即使“份子钱”下调，退租的出租车司机依然不减。

于先生与出租车公司签订的承租合同将在下个月到期，即使公司届时将会把“份子钱”下调到3000元，他还是打算辞职另谋出路。《新华每日电讯》记者了解到，在南京，退租的出租车司机损失2万元保证金，但依然有不少出租车司机选择违约，以便早点改换门庭去开网约车。

与几年前不同，这次面对网约车冲击，传

统出租车从业者没有选择激进的方式维权。南京的传统出租车司机没有选择罢运，即便是在有近百辆出租车聚集的上海，司机们也只是以此简单表达一种态度：抗议网约车价格战影响市场秩序。

像司机戴师傅一样，更多人选择了用脚投票，转向网约车。戴师傅觉得，出租车退租说明会有更多的网约车加入，“这说明开网约车比开出租车好呀！”

对于出租车司机的悄然离开，戴师傅丝毫没有感到奇怪。“以前出租车营运证最贵时要60多万，拿到营运证就是捧着金饭碗。现在20万都没人买，就是因为这种垄断被打破了。”他说，如果违约金再少点，流动门槛再低点，肯定还会有更多出租车司机转开网约车。

被打车平台高额补贴吸引的不仅是戴师傅们，还有许多周边城市的网约车司机。张先生原在合肥开网约车，一个多月前转到南京。他用私家车跑网约车，未申领营运资格证。如果被抓到，要罚1万元，还要扣车。即便如此，他仍选择违法运营，“跟做贼似的，就为多挣点钱，我们很多老乡都这样。”

然而，这样能长久吗？哪天补贴没了，是不是重新回合肥去，重新开起出租车？张先生不知道，戴师傅也不知道。

主管部门该怎么管

“价格战用行政手段很难管，我们只能加大查处力度打击非法运营车辆，维护运营秩序。”问题从价格战转移到了打击“黑车”“马马车”身上

滴滴出行华东地区的员工李阳(化名)已经不记得，今年来被政府部门约谈了多少次。

2月初，江苏省交通运输厅运输管理局和南京市交通运输局、公安局、物价局等部门也集中约谈了滴滴、美团，认为两家平台在春节前的价格战扰乱了客运市场秩序，责令整改。

4月3日，针对网约车市场屡次发生的非法运营行为，上海市交通执法部门开展网约车非法客运专项整治行动，查处多起违法行为，并对滴滴出行和美团打车平台各处处以10万元罚款的行政处罚。

“10万不算多的，我还一次签过120万的罚单。”李阳也感觉有点无奈，价格战不是想停就能停的，“你有见过两个打红了眼的人能主动住手吗？都怕停了手，对方还给自己一拳。”

劝架和叫停的人似乎不多。记者就此次价格战是否应当叫停，采访了江苏省物价局。有关负责人回应说，网约车是一个竞争的行业，一定程度上方便了公众出行，但也不可避免地对传统出租车造成冲击。

“近期物价部门一直在跟踪调查价格战，但下定论的时机还不成熟。”这位负责人说，“是否涉嫌低价竞争，需要有实质性证据。”

在南京市交通局客管处，相关负责人也向记者大倒苦水：“价格战用行政手段很难管，我们只能加大查处力度打击非法运营车辆，维护运营秩序。”

问题从价格战转移到了网约车平台上的大量“黑车”“马马车”。在滴滴平台上，仍有大量挂靠的不合规车辆没有清理；而在美团的平台上，主管部门也查出了不少新招募的不合规车辆和司机。监管部门将主要精力花在了查处不合规车辆上。

然而，业内人士认为，简单的抓罚违规车辆，只能陷入一场猫鼠游戏，解决了企业竞争带来的问题，更无法维护市场的健康秩序。“竞争不怕，但一定要是公平的竞争环境，现在的补贴是明显低于成本价。”长期研究出租车改革问题的东南大学法学院副教授顾大松指出，相关部门对《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》的解读提出，“网约车运价实行市场调节价，城市人民政府认为有必要实行政府指导价的除外”，但目前各地几乎未曾实行过网约车指导价。

顾大松还表示，尽管对市场价格进行指导、对市场行业行为进行叫停等应该是最后的

手段，但在价格战造成行业重大波动的情况下，应当考虑采取适当的手段稳定市场秩序。

“当企业向投资人证明了需要证明的一切，价格战肯定会结束的。”前述业内人士对记者说，最大的问题是：出租车行业是否能经得起这样的折腾？

记者注意到，在去年上半年，此次价格战开始前，网约车优惠已越来越少，甚至短途3公里内网约车价格与出租车起步价相当。甚至一度出现网约车司机向传统出租车回流趋势。

据上海市消费者权益保护委员会(以下简称“上海消保委”)发布的2018网约车消费评测显示，滴滴、易到和神州网约车三大平台的平均加价率接近两成，加价幅度达到1.21倍。

加价率接近两成，加价幅度达到1.21倍。网约车的真问题。部分用户反映，虽然享受到了优惠，也可以开乘两端互评，倒逼网约车提升服务质量，但网约车仍然存在传统出租车加价、绕行等老问题。上海消保委的评测也显示，部分平台还存在加价规则不明确、实际计价规则与约定计价规则不一致等问题。

虽然周边很多人转投网约车，但跑了十多年的出租车司机焦庆道认为价格大战不可持续，依然坚持把出租车开下去。“如果不是烧钱补贴，很多人依然会选择出租车。烧钱过后，网约车真的变好了吗？”

融合发展路在何方

柳青说，现在中国已经成为全世界最令人兴奋的移动互联网市场。出租车和网约车可以协同发展，走得更远，让所有人共享创造的成果

南京出租车大规模退租引发热议，传统出租车真的要消亡或被取代了吗？接受采访的业内人士普遍认为，从价格战到服务的种种问题表明，目前网约车还谈不上足够好。在较长一段时间内，两者还需要继续融合发展。

滴滴出行总裁柳青说，现在中国已经成为全世界最令人兴奋的移动互联网市场。她认为，出租车和网约车可以协同发展，走得更远，让所有人共享创造的成果。

国务院办公厅下发的《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》提出，鼓励巡游车企业转型提供网约车服务，鼓励巡游车通过电信、互联网等电召服务方式提供运营服务。

早在2016年，滴滴出行已在探索与出租车的融合发展。2017年11月，滴滴出行在广东惠州采取“融合派单”的思路，在出租车原有订单基础上增加快车订单作为收入来源，使出租车司机的订单密度更高。统计数据显示，通过这种融合发展模式，惠州出租车司机的收入增加了约20%。

凌强认为，传统出租车应该借鉴网约车的管理模式，出租车司机是特殊的经营个体，与管理者几乎不见面，管理比较松散，网约车司机和乘客可以互评，可借助这一“服务分”评价体系，让出租车司机差评与派单量和收入直接挂钩。

“网约车对传统出租车的冲击是存在的，客管部门主要是促进两种业态的融合。”许兵表示，将引导企业、行业协会牵头推出打造自己的约车平台。

服务场景和用户年龄差异也决定出租车可以提供有别于网约车的差异化服务。“一些中老年人还是习惯扬招打车出行。”不少出租车司机告诉记者，高铁车站、汽车站等公共场所仍需要传统出租车来完成。此外，一些城市公益活动也依赖于出租车来完成。

“招扬不会消失，但三四线城市和旅游景区约车更划算。”顾大松认为，预约约车应有一定的延时性，而目前的网约车却及时性很高，会不可避免地改变扬招打车的习惯。

然而，不少业内人士也表示，融合发展的出口，更多需要着落在网约车平台企业上。只有网约车平台企业的管理足够规范有效，才能够减少市场的波动，吸引传统出租车行业加快转型。

本报记者郑生竹、杨绍功

即使那些从不打车的人，也正在以这样或那样的方式，被动卷入美团和滴滴的网约车价格战。比如，最近很多江苏人发现，上班高峰期跟自己挤公交地铁的人少了很多——他们可能受到补贴诱惑，选择了网约车。

传统出租车司机的感受更直观。在南京，3000多辆出租车闲置在城市高楼间的空地上，一片黄澄澄的，十分打眼。一年多来，南京有四分之一的出租车被司机退租，越来越多司机为了抢高额补贴，进入网约车平台。在其他城市，则一度出现近百辆出租车临时聚集，对价格战影响运营秩序表达不满。

当亟待改革的传统出租车遇上商战不休的网约车，出租车改革究竟会遇到怎样的问题，又该如何破解？《新华每日电讯》记者展开了调查。

价格战背后的市场逻辑

不同于此前价格大战往往是同业竞争，这次是错身互挖墙角。美团和滴滴其实都是想对外证明，他们能够掌控消费流量的入口

多年之后，美团和滴滴的负责人想起今天这一幕，也许会感觉有点尴尬——他们讲的故事难以令人信服。

美团说，我的食客需要打车；滴滴说，我的乘客需要外卖。奇怪的是两家企业并没有抱团合作、取长补短，而是各起炉灶、铺开摊子，杀入了自己不擅长的领域——美团招募网约车司机，滴滴组织起送餐小哥，并相互厮杀打起了价格战。

在江苏无锡，工商部门紧急叫停了滴滴与美团之间的外卖价格战，因为两家企业大量发放巨额优惠，让众多线下商户疲于应对订单，不得不暂停营业。无锡工商部门认定，两家企业扰乱了社会秩序。

然而，这两家互联网企业在更大“战场”上的角逐，并没有被相关部门叫停。不少出租车司机都记得美团进入南京市场的日子——2017年情人节。然而，那个情人节对传统出租车而言没有甜蜜回忆。南京是美团打车进入的第一个城市。

一年后的3月21日，在南京站脚不稳的美团又进军上海。不同于此前的不露声色，这次它大旗旗鼓，对司机们喊出了“月入两万不是梦”的口号。

美团迅速发布数据支撑自己的口号，登陆上海首日便声称完成单量已突破15万单。随后，第三天宣布订单突破30万，已经是滴滴的1/5。

滴滴的反手一击被网友形容为“牛头不对马嘴的东击西”。4月10日，滴滴对外宣称无锡上线首日订单突破33.4万份，市场份额升至第一。

出现这样的事情并不奇怪。一位业内人士告诉《新华每日电讯》记者，不同于此前价格大战往往是同业竞争，这次是错身互挖墙角。让用滴滴点评出去吃喝玩乐的人用美团打车，用滴滴出行出门的人上滴滴外卖，其实都是想对外证明，他们能够掌控消费流量的入口。

外界对这两家企业上市预期越来越强烈，而上市不仅需要有良好的“故事”，还需要有漂亮的数据，以增加企业的估值。这是当下在互联网企业中通行的游戏玩法。

既然，做外卖的能做出行，做旅游、做地图的又有何不可？紧随美团打车进入上海一周后的3月27日，高德地图宣布在成都和武汉推出顺风车业务，同时开启北京、上海、广州、深圳、杭州等城市的车主招募。而在4月3日，携程宣布旗下专车业务获得网约车运营资质，将主打旅游交通市场。

南京红山路上的中北的士公司大院内，停放的出租车越来越多，这让南京出租汽车协会秘书长凌强越发感觉不安。恐怕将有越来越多的企业参与到这场由两家企业掀起的价

格大战之中，这对传统出租车是个坏消息。