

滴滴打车,让出行更方便还是更困难?

上海财经大学中国公共财政研究院 张牧扬*

2017 年春节前夕,一些城市的“打车难”问题,使得滴滴公司成了朋友圈的热点话题。有观点认为:滴滴公司的手机客户端在“叫出租车”的功能中加入了“调度费”功能,部分时段还强制要求用户增加“调度费”,有时候“调度费”甚至超过了出租车的起步价,使得乘客的实际支出翻倍。于是,有人便怀疑滴滴设置这一功能把出租车司机“惯”成了一种“不加价不接单”的坏习惯,使得不加价的乘客很难打到车。也有人根据自身的体验,怀疑滴滴为了引导乘客更多使用专车,以赚取更高的利润,刻意减缓出租车的派单速度,甚至压根不派单,人为造成客户端出租车的体验下降。

与此同时,也有不同的意见指出:“打车难”并不能让滴滴公司背锅,罪魁祸首是去年出台的《网约车管理暂行办法》中对于专车营运资质的限制。在京沪穗深四个大城市的网约车管理条例中,不约而同地要求从事网约车营运的人员必须具有本市户籍,所用车辆必须是本市牌照。据滴滴公司在《网约车管理暂行办法》出台后的一份公告,在上海的 41 万余名注册专车司机中,仅 1 万余人是上海户籍的司机。随着上海对于网约车管理办法的执行,专车供给急剧下降,自然会出现“打车难”的局面。因此,滴滴公司不仅不是问题的源头,反而是这一问题的受害者之一。

到底滴滴公司在这一问题上扮演了怎样的角色? 这一问题我觉得没有那么简单,还需要从出租车的发展历史和作为公共交通的属性说起。

出租车其实是一个很老的事物了。在上海,出租车最早出现于清末的租界内的美汽车公司,到了民国初期,华商祥生公司在上海滩最为著名。共和国成立初期,出租汽车业务出现萎缩,直至 20 世纪 80 年代才得以重新发展起来。据《上海市地方志》记载,1984 年全市有出租车企业 29 家,出租汽车 1960 辆。为规范出租车市场,1985 年 3 月,市政府颁发《上海市出租汽车客运管理规定》,规定由市公用局负责对出租汽车行业实行管理,4 月,上海市公共客运管理处成立,对出租汽车客运市场实行统一管理。

早年,上海的出租车按照时间计费。1908 年 9 月 10 日《字林西报》头版登载美商环球供应公司汽车出租部广告:“5 座乘客,汽车出租,车价第一小时银洋 6 元,以后每小时 4 元……。”这是上海出租汽车最早按时间计价的记录。1955 年 7 月起,统一实行按行驶实际里程计收车费。1975 年,对涉外业务小客车规定 5 公里起算,基价 2.5 元,以后每公里 0.5 元等。1985 年 6 月,上海市物价局发出《关于统一市出租汽车收费标准的通知》,按不同车型的小客车规定每公里 0.5 ~ 0.8 元的计价标准。随着时间推移,出租车价格不断上涨,但计价规则一

* 作者获北京大学国家发展研究院博士学位,目前为上海财经大学讲师。作者电子邮箱:zhang.muyang@mail.shufe.edu.cn。本文原载于 <https://theinitium.com/article/20160124-opinion-zhangmuyang-taxi/>,经作者修订后授权本刊发表。

直是以公里数为基础,并对于拥堵停驶时间折算为公里数以补偿因拥堵造成的时间损失,一直沿用至今。

出租车价格相对固定,而用车需求会随着时间和区域的不同而多变。因此,部分时段部分区域出现“打车难”的问题一直困扰着乘客,由此导致的部分司机挑客、拒载、不打表等违规情况时有发生。例如,上海的陆家嘴区域,是商务和旅游客流汇集之地,但由于黄浦江的阻隔和隧道出入口的布置等原因,一直以来都是打车困难之地。又如,每当有大型演唱会或者体育赛事散场,数万人的需求很难在短时间内得到满足。反之,在低谷时段,不少出租车又没有生意。用经济学的术语说,由于需求随时随变动,而供给相对稳定,因此固定的出租车价格通常是不能使得市场出清的。

于是,滴滴、优步等互联网企业利用大数据分析,在与出租车类似的专车市场引入动态定价,当局部地区一段时间的用车需求上升,而周边可接单的车辆又较少,导致需求不能被满足的时候,通过提高价格使得市场达到均衡状态。在出租车方面,滴滴等软件引入“调度费”、“小费”等加价机制,在基准价格不变动的情况下,相当于起到了调节供求的效果。虽然有人认为这种加价是不合规的,但从经济学上来看,这种方式确实有助于发挥市场机制的作用,把有限的供给分配给了出行的支付意愿最高的消费者。

然而,这一分析似乎忽略了交易成本问题。出租车之所以是固定价格,它本身就不是按照边际成本来定价的,而是一个平均成本加成的定价模式。这一定价模式虽然限制了市场出清,却在很大程度上降低了交易成本。当消费者需要打车的时候,心里已经知道出租车的定价规则,知道坐到目的地大致需要花多少钱;有经验的司机在乘客报出目的地之后也大致知道这一程能收入多少钱,而不是乘客和司机在出发之前进行讨价还价(按规定,出租车司机不允许挑客,乘客上车之后司机必须载客去目的地,但国内城市确实有挑客和讨价还价的情况,让人很不愉快)。只要平均意义上出租车司机有盈利,乘客对于价格可以接受,那么固定价格不失为一种降低交易成本的方法。在打车软件出现之前,没有一种技术可以使得乘客和司机以较低的交易成本进行讨价还价,从而实现市场出清。现在,滴滴出行通过打车软件上由乘客增加“调度费”给司机,并由司机选择接单的方式,打破了固定价格的模式,使得市场容易出清了。如果和以前同样需要出清的讨价还价相比,科技的进步使得交易成本降低了,但是和固定价格比,交易成本则仍然较高:乘客要考虑增加多少“调度费”,愿意等候多少时间,司机看到乘客的行程和“调度费”之后,是愿意接单还是情愿空驶,这一搜索与匹配的过程带来一系列的成本,尤其在春运期间出租车本来就十分抢手的情况下,显得十分低效。

由此引申到之前有学者提出的一个相关的观点——由于公交车在非高峰时段乘客往往不多,而低载客空驶是一种浪费,不如通过滴滴出行等平台使用专车或者顺风车等方式替代公交车。这一论述很大程度上也忽略了交易成本的问题:公交车的线路、班次、时刻、票价都是长期稳定的契约,乘客只要按时抵达指定的车站候车,就会有车为他服务,并只需要支付固定的车资,而不需要考虑是否有其他乘客乘车;同时,公交车司机只要按线路走向和时刻表发车,不需要关心每一站有没有乘客上下车。公交车的定价,除去政府补贴的因素,本质上也遵循一个平均成本定价的原则,因为其行驶一个班次的固定成本(司机的工资、能源耗费和车辆折旧)较高,而额外多载一名乘客的边际成本是非常低的,因此边际成本定价下必定会亏损。相比之下,如果都依靠专车或者顺风车,那么出行的成功与否还要取决于附近是否有司机愿意来接送,还要就车资讨价还价,交易成本就非常高了。即便能有固定的顺风车,谈好了长期的合同,也会遇到车主出差或者生病未能出车,或者车主和搭乘人之一出现加班等因素,导致合同很难

执行下去。

回到出租车和专车的问题上,现在有了滴滴等数据公司根据大数据的计算来确定每一个行程的价格,试图使得市场出清,这在技术上虽然有一定难度,可能并不是完全准确的,但如果乘客和司机对于价格计算的精确程度要求不太高,并且都相信软件的计算结果的话,大方向上基本还是可行的。然而,当滴滴先是合并了快的,随后又合并了优步中国,成为一个打车软件业的领头羊的时候,其接近垄断的市场力量使得其任何行为都难免让消费者产生怀疑。当消费者遇到任何不利于自身的境遇,例如在软件上不加价叫不到出租车,或者叫专车时出现较高的上浮倍率,都会怀疑滴滴公司利用其市场地位从中作祟,为谋取更高的利润而不顾消费者的体验。即使事实并非如此,具有接近垄断的市场力量使滴滴“跳进黄河洗不清”。这其中最主要的问题就是信息不对称,消费者并不知道滴滴给出的定价是怎么来的,是市场均衡的价格,还是滴滴有意在抬高价格以赚取更高的利润。在市场存在较高水平的竞争的时候,只要竞争对手之间不存在合谋,消费者可以参考不同 APP 提供的价格;而当滴滴接近于垄断之时,消费者不再能从其他渠道获取参考价格。这就是为什么在滴滴合并优步之前,专车动态定价的反对声相对较少,而现在反对声就显得很多了,再碰上市政府出台的网约车管理办法限制了专车供给数量以及春运期间需求井喷,最后许多人把“打车难”、“打车贵”的怨气全部发在滴滴身上。

因此,在滴滴一家独大的情况下,目前这种由滴滴主导的动态定价很难得到消费者的认可。在短时期内没有其他打车软件竞争的情况下,有必要对于滴滴的动态定价方式进行一定的监管,以降低市场的交易成本。对于出租车,可以将高峰时段和低谷时段的差异化定价正式写入出租车的计价规则中(如北京的出租车计价有一定的峰谷差异),而非通过打车软件临时加价。虽然这一方法仍然无法实现对于区域间用车需求差异的调节,但可以给予乘客和司机稳定的预期,减少双方的交易成本。对于专车市场的动态定价,滴滴需要公布其动态定价规则和计算公式,并对每笔交易的定价是否符合规则接受必要的监管,以试图获取消费者的认可。