

巡游出租车与网约车市场细分的福利经济学考察

张一楠
(汕头大学)

DOI: 10.65285/RWYSHKX.V2I5.011

摘要: 网约车的合法化打破了传统出租车市场的行政性垄断,但围绕其福利效应的争论始终聚焦于牌照持有者的利益受损。本文放弃“零和竞争”的分析预设,从市场细分的视角考察巡游车与网约车的差异化竞争格局。研究发现,预约出行与即时出行、价格弹性与价格刚性、信息驱动与场站保障构成了两类服务的比较优势分野,二者在竞争中走向互补而非替代。这种市场细分带来了消费者选择空间的扩展、巡游车行业的竞争倒逼式改进以及整体资源配置效率的提升。在此意义上,网约车改革后的出行服务市场具备了帕累托改进的特征,牌照溢价缩水本质上可视为行政性垄断租金的合理回归。本文的启示在于,公共管理者的核心任务不是在两种服务之间做取舍,而是维护公平竞争的制度环境,让市场细分自然形成。

关键词: 网约车; 巡游出租车; 市场细分; 帕累托改进; 比较优势

Market Segmentation and Welfare-Economics Examination of Cruising Taxis and Ride-Hailing Services

Yinan Zhang
Shantou University

Abstract: The legalization of ride-hailing services has broken the administrative monopoly of the traditional taxi market. Nevertheless, debates over its welfare effects have largely centered on the interest losses of license holders. Rejecting the presupposition of “zero-sum competition”, this paper investigates the differentiated competitive landscape between cruising taxis and ride-hailing services from the perspective of market segmentation. The study identifies three dividing dimensions of their comparative advantages: pre-booked versus instant trips, price elasticity versus price rigidity, and information-driven matching versus station-based support. Instead of substituting for one another, the two types of services develop complementarity amid competition. Such market segmentation expands consumers’ options, forces the cruising taxi industry to improve under competitive pressure, and elevates overall resource allocation efficiency. In this sense, the urban travel market after the ride-hailing reform demonstrates features of Pareto improvement, and the shrinking license premium essentially represents the reasonable return of administrative monopoly rents. The policy implication is that public regulators ought not to choose sides between the two services, but to safeguard an institutional environment for fair competition so that market segmentation can take shape spontaneously.

Keywords: ride-hailing; cruising taxis; market segmentation; Pareto improvement; comparative advantage

前言

2016年7月,国务院办公厅发布《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》,同年11月《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》正式实施,网约车由此获得合法身份。此后几年间,网约车迅速渗透至全国各大城市,巡游出租车行业经历了深刻的市场冲击。围绕这场变革,主流的政策讨论和学术分析大多套用一种零和叙事:网约车的兴起以巡游车的衰退为代价,二者在同一块蛋糕上此消彼长。

但在真实的市场运行中,巡游车与网约车是否真的在完全同质化地竞争?两种服务各有何不可替代的比较优势,这些优势是否推动二者走向了细分而非零和?如果市场细分确实在发生,那么从帕累托改进的角度看,改革的福利

效应可能比零和叙事所呈现的更为积极。从动态博弈的视角分析两类服务的市场互动,可以看出它们在竞争合作中逐步形成了差异化定位。^[1]基于出行大数据的研究则揭示了两类服务在服务场景上的显著差异:巡游车更集中于场站出行和即时需求,网约车则覆盖了更广泛的预约出行场景。^[2-3]

一、帕累托改进与市场细分:分析框架的建立

(一) 帕累托改进作为政策评价标准

帕累托改进是指在不损害任何一方福利的前提下,至少使一方的状况变得更好。作为公共政策的事后评价标准,它有着很强的伦理约束力——一项改革如果是帕累托改进,那么它几乎没有被拒绝的理由。但在真实世界中,几乎所有实质性改革都会触及既得利益、产生受损者,严格的帕

累托改进在政策实践中极为罕见。

（二）市场细分：一个被忽视的分析维度

市场细分是产业经济学中的一个基础概念，指同一行业内不同产品和服务根据功能、价格、目标客群的差异走向差异化定位的过程。在出行服务市场中，巡游车和网约车虽然在表面上提供同类产品——点对点城市客运，但二者在服务获取方式、定价机制、信息条件和适用场景上差异显著，面对的是偏好不同的消费人群，而非完全重叠的同一市场。移动互联下对出租汽车市场结构演化的分析表明，技术进步正在推动出行服务市场从同质竞争走向结构分化。^[4]

这个判断的意义在于：市场细分改变了对竞争性质的认定。如果两类服务完全同质，市场扩张必然伴随着份额的零和再分配；如果两类服务是差异化的，市场整体容量可能因新服务的引入而扩大，原有服务也在竞争中发生了质的提升。这正是本文核心论点的理论起点。

二、改革前：巡游出租车单一市场的福利局限

（一）行政许可下的市场结构

网约车出现之前，中国城市的出租车行业长期实行经营权数量管制。政府通过发放固定数量的经营牌照控制运力总量，本意是维持行业秩序和运力平衡，实际效果却是形成了行政性垄断。牌照成为稀缺资源，在二级市场上形成可观的转让价格。这种制度安排使牌照持有者得以长期占有垄断租金，而实际运营中的司机和乘客承担了效率损失。

价格方面，巡游出租车执行政府统一定价，调价程序复杂、周期漫长，无法根据实际供需灵活变动。早晚高峰、节假日、恶劣天气等需求激增时段，统一定价使价格难以发挥调节功能，既不能引导更多运力进入市场，也无法筛选出支付意愿更高的出行者。信息不对称同样突出：乘客不清楚最近的空车在哪儿、需要等多久、车况如何，司机也不了解哪个区域需求最集中。

（二）单一格局的三重损失

巡游车的单一格局造成了三个层面的福利损失。消费者选择极为有限，整座城市只有“招手即停、按表计价”一种模式，预约出行、价格分层、服务分级互通不存在，异质性需求被同质化供给压制。资源配置方面，高峰期打车难与平峰期空驶率高并存，供求匹配效率明显存在改进空间。而在服务质量上，准入门槛限制了竞争，司机缺乏持续改善服务的外在压力——投诉机制和监管手段虽然存在，效力却远不及市场竞争。

改革前的巡游车市场距离帕累托最优甚远。无论从消费者剩余还是资源配置效率来看，都可以找到明确的改进方向。网约车的出现正是在这个意义上打开了福利改善的空间。

三、市场细分的形成：两类服务的比较优势

（一）网约车的比较优势

网约车的核心优势来自技术与平台结合所催生的服务

灵活性。乘客可以提前预约行程，不必在路边盲目等待；动态定价在高峰期上浮价格以吸引更多运力，在平峰期下调价格以刺激需求，让价格信号重新成为调节供求的手段；信息透明使乘客能够事先了解车辆位置、预估费用、行车路线和司机评分，传统市场中的信息不对称大为缓解。同时，快车、专车、拼车等产品线实现了服务的纵向分层，不同支付意愿的消费者可以各取所需。从供给侧看，网约车为大量不具备牌照资源的司机和车辆提供了进入市场的渠道，创造了灵活就业空间。^[5]

（二）巡游车的比较优势

巡游车在特定场景下的不可替代性常被低估，而这恰恰是市场细分得以形成的关键。招手即停意味着不需要手机、不需要应用程序、不需要提前约车——在手机没电、信号不佳或赶时间的应急场景中，路边的巡游车往往是比网约车更现实的选择。机场、火车站等交通枢纽的场站排队候客机制，保障了运力的稳定供应，这是个体化调度模式难以复制的。统一定价固然灵活性不足，但它提供了费用上的可预期性，乘客不必担心动态溢价带来的不确定性。对于不习惯使用智能手机的老年群体而言，巡游车几乎是唯一的选择。

（三）从替代竞争到细分互补

将两类服务的比较优势并置观察，各自覆盖的需求场景差异是清晰的。网约车更适合计划性出行、价格敏感型出行和对服务质量有更高要求的出行；巡游车则在即时出行、应急出行和适老化场景中占优。两者在核心场景中各具优势，交叉地带存在一定竞争，但这种竞争更接近“激励彼此提升”，而非“挤占对方生存空间”。矫金池等的动态博弈模型支持了这一判断：在均衡状态下，两类服务在市场中形成了稳定的差异化定价与服务定位。

市场细分不是静态的分工，而是在动态竞争中逐步成型的。网约车的进入打破了巡游车的垄断地位，迫使后者调整升级；而巡游车在特定场景中的既有优势也约束了网约车的扩张边界。两种力量相互塑造的结果，不是一方的消亡，而是形成了相对稳定的差异化格局。

四、市场细分条件下的福利效应与帕累托改进

（一）消费者福利的扩展

讨论改革后的福利效应，消费者是最明确的受益者。选择权的扩展本身就是一种福利改善：过去消费者面对的是“要么打车、要么不打”的二元选择，现在可以在网约车和巡游车之间、在不同价位和不同服务之间做多元选择。选择集的扩大意味着给定预算约束下，消费者能够做出更贴近自身偏好的决策，消费者剩余随之增加。直观地看，改革后等待时间大幅缩短，出行场景明显扩展，夜间和偏远区域的打车难问题得到缓解，服务分层也满足了差异化的需求。

（二）巡游车行业的竞争倒逼式改进

网约车的进入对巡游车行业形成了实质性的竞争压力。北京出租车行业转型的研究揭示了这种压力的传导路径：

巡游车企业被迫进行数字化升级,接入线上约车平台,改善车辆和司机的服务质量。^[6]各地巡游出租车企业陆续接入网络约车平台,传统巡游车由此获得了部分网约车的服务属性。车内卫生的改善、司机服务意识的提高、投诉机制的规范化,在相当程度上都可归因于竞争压力的传导。一些城市还借改革契机取消了经营权有偿使用费,简化了准入程序。这些变化的加总意味着:尽管巡游车司机的净收入在竞争中可能有所下降,但行业的整体运行质量、服务水平、管理规范都要比改革前更为健康。一个存在有效竞争的市场,无论对从业者还是消费者,都比一个缺乏竞争的市场更接近帕累托最优。

(三) 牌照溢价缩水的性质重估

网约车改革福利讨论中争议最大的一块,是牌照持有者的利益受损。网约车合法化构成了对出租车牌照的“管制性征收”,应当予以补偿。^[7]牌照作为一种经行政许可形成的财产利益,其价值损失确实提出了补偿的伦理诉求。但本文试图说明的是:补偿问题与帕累托改进的判断分属不同层面。

出租车牌照之所以有转让价格,根源在于行政性垄断造成了准入壁垒,使牌照成为以稀缺性为基础的收益权凭证。牌照溢价不是对生产效率的回报,也不是对经营投入的补偿,而是对“排他性进入权”的资本化。当网约车改革打破了这种进入权,牌照溢价的缩水不过是行政性垄断租金的回归——它不属于帕累托改进意义上的“无人受损”原则所应当保护的對象。

因此,在判断网约车改革的福利效应时,不宜将牌照价值的缩水作为抵销社会福利改进的因素计入。这一判断并不否定补偿的必要性——补偿设计是改革伦理完整性的重要组成部分——但补偿属于公共政策的后置安排,不应影响对改革本身是否构成福利改进的判断。

(四) 整体判断:接近帕累托改进

综合以上三个层面的分析——消费者福利显著扩展、巡游车行业实现竞争倒逼式改进、牌照溢价缩水在性质上不属于帕累托保护的範圍——网约车改革后的出行服务市场整体上具备了帕累托改进的特征。这一判断的前提是市场细分的存在:基于比较优势的差异化竞争使市场份额的扩大和质量的提升得以同时发生,避免了零和竞争可能带来的局部福利塌陷。

当然,这并不意味着改革过程中不存在任何福利损失。部分个体,尤其是无法转型的传统巡游车司机,确实承受

了收入下降的压力。但在市场细分的框架下,这些个体困境更多体现为结构性转型中的适应问题,而非改革方向的根本缺陷。对这些问题的回应属于公共政策的完善范畴,不影响对改革总体方向的福利判断。

结语:

本文从市场细分的角度重新审视了网约车改革的福利效应。研究表明,巡游车与网约车各自拥有不可替代的比较优势,二者在竞争中走向了差异化定位而非零和替代。由此带来的消费者选择空间扩展、巡游车行业竞争倒逼式改进以及整体资源配置效率的提升,使出行服务市场整体上具备了帕累托改进的特征。牌照溢价缩水在性质上是行政性垄断租金的合理回归,不应被理解为帕累托意义上的福利损失。

在理论层面上看,评价一项改革的福利效应时,不宜简单套用“受益者—受损者”的二元框架,而应考虑改革对市场结构本身的深层影响。市场细分、竞争倒逼、服务升级这些动态变化,往往比静态的利益再分配更能说明一项改革的真实福利意义。

参考文献:

- [1] 矫金池,孙健,倪训友.城市网约车与巡游出租车动态博弈及碳排放效应研究[J].浙江大学学报(工学版),2025,59(7):1373-1384.
- [2] 王鹏洲,赵志远,姚伟,等.基于地理流空间的巡游车与网约车人群出行模式研究[J].地球信息科学学报,2023,25(4):726-740.
- [3] 朱平芳,马艺媛.网约车平台下的劳动参与意愿与运力利用率——基于上海网约车与巡游车行程大数据的研究[J].中国经济问题,2022(3):67-83.
- [4] 伊旭,程建南,杨忠振.移动互联下的城市出租汽车市场结构演化趋势分析[J].公路交通科技,2022,39(10):171-179.
- [5] 魏艳平,焦成煥.零工劳动真相:过程自主表象与价值切分实质——基于巡游车、网约车与无人驾驶车对比分析的视角[J].河北经贸大学学报,2026,47(2):15-24.
- [6] 赵杨,刘倩.网约车冲击下出租车行业转型对策研究:以北京市为例[J].科学决策,2022(12):107-136.
- [7] 刘连泰.网约车合法化构成对出租车牌照的管制性征收[J].法商研究,2017,34(6):70-78.

作者简介: 张一楠(2002.03-)、男、满族、吉林省松原市、硕士研究生在读、研究方向:福利经济学与公共管理。