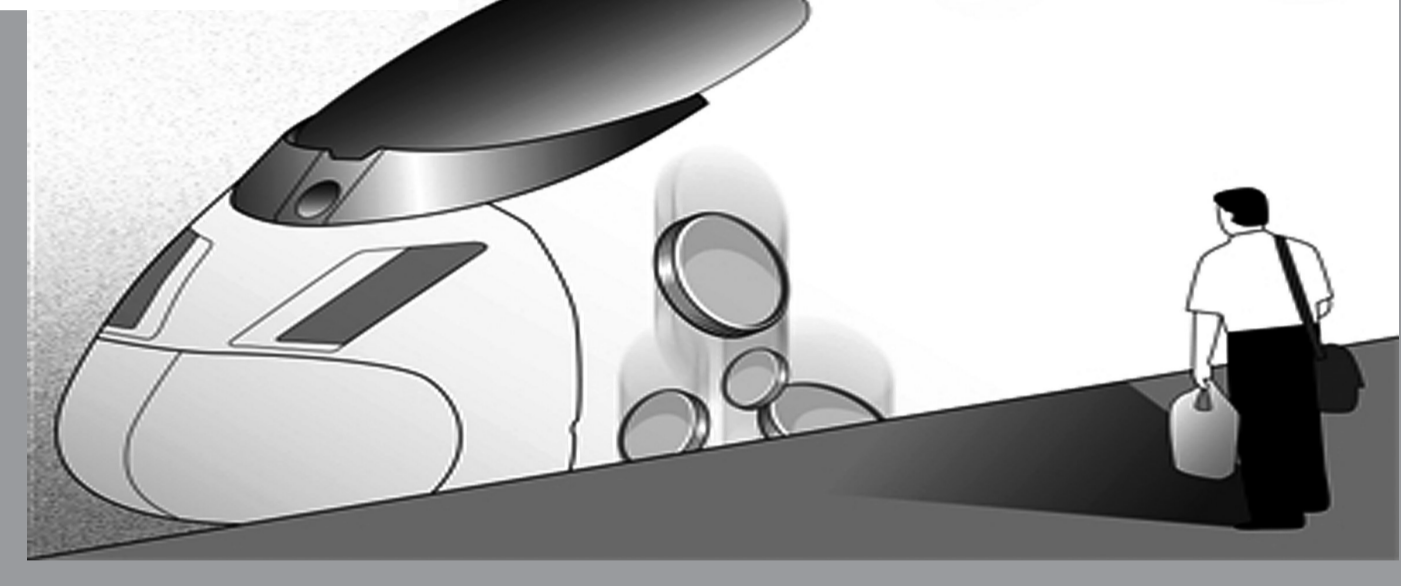


火车票价 该如何“市场化”



近日，有媒体爆出消息，备受各方关注的铁路运价改革方案正在酝酿中，可能于明年年初出台。据此方案，高铁或将学习航空定价模式、实现运价市场化，而普通列车接受政府补贴。火车票该如何“市场化”？学者张汉斌认为，从整个铁路定价层面来看，货运可以“适度提价”，客运可以“适度低价”；就客运而言，高速铁路可以实行“弹性定价”，普速铁路可以实行“财政补贴”。

事实上，中国高速铁路营业里程已达一万零五百公里，不仅世界第一，而且占世界高铁总里程的45%，已接近半壁江山。同时，我国铁路动车组旅客发送量已占到铁路旅客总发送量的35.3%，三分之一强。考虑到我国在建高铁仍然有相当规模，2015年将突破1.6万公里。

因此，我国高铁将与百姓出行越息息相关，高铁票价、动车组开行模式也日益被普通民众所关注。

折扣销售为定价机制“试水”

作为一种安全可靠、快捷舒适、运载量大、低碳环保的运输方式、出行工具，高速铁路已经成为我国综合交通体系中的骨干。

特别是，过去5年我国投入运营的高速铁路已经初具规模，形成网络效应。如今，密集开通动车组的京广、京沪高铁上座率都相当高，旺季或高峰时段一票难求。

我国高速铁路采用智能集中控制模式，可以实现最小3分钟间隔发车，这不但大大扩充了运量，还可采用公交开行模式。据测算，一条高速铁路的运能是一条普速

铁路的3到4倍，大量建成的高速铁路将迅速扩充我国铁路运能运力，有效纾缓火车票一票难求压力。

从趋势上来看，未来铁路客运市场一定是买方市场，并且会随着规划在建客运专线的陆续建成通车、以及高速动车组的大量投入使用而加速到来。

买方市场下的顾客才是真正的“上帝”，顾客也才会因为有了选择权或用脚投票来真正享受权益保障，这是市场经济的铁律。

中国铁路总公司似乎也意识

到买方市场猛然而来，今年6月不但大张旗鼓地向社会承诺货物运输敞开受理、随到随办，而且确实在简化受理手续、规范收费、提供接取送达等“门到门”全程物流服务方面有了显著改进。

据货主普遍反映，昔日的“铁老大”如今甘为“店小二”，发货不仅手续就简，一个电话就能招之上门服务。

货运改革如火如荼，客运方面也紧锣密鼓，开始登场，今年7月10日到8月底，京广、广深港部分高铁动车组的一等座和商务座试点打

折扣销售，其中京广高铁票价最高可以减价约500元。

有了这次全国性试点，加上部分铁路局在弹性票价营销方面的尝试，如京沪高铁开通以来，对票价打折就有尝试；再比如今年9、10月份，北京铁路局宣布对京广、郑西、京沪高速铁路部分高速动车组的商务、特等、一等座继续实行特惠票价，具体打折幅度实行八五折特惠和八折特惠两个层级。

这些折扣销售尝试为将来推行更多车次、更广范围的灵活营销积累了经验。

铁路客运要凸现“公益性”

运价市场化改革取向符合市场机制在资源配置中起决定性作用的改革方向，但是铁路运价改革应是一个稳步推进过程。

特别是铁路客运公益性运输特征日渐显现的趋势下，我国铁路运价市场化改革更宜采取渐进式改革方案。

政策层面，2013年8月19日国务院印发了《关于改革铁路投融资体制加快推进铁路建设的意见》（国发33号文），业内习惯称为“国六条”，根据六条意见中的第二条，要“不断完善铁路运价机制，稳步理顺铁路价格关系”，

意见只提到要“创造条件，将铁路货运价格由政府定价改为政府指导价，增加运价弹性”，并按照合理比价关系，建立铁路货运价格随公路货运价格变化的动态调整机制。同时指出此项改革工作由发改委负责。文件对铁路客运票价改革只字未提。

但第三条明确提出要建立铁路公益性、政策性运输补贴制度，在制度出台前，考虑到铁路建设项目资本金不足、中国铁路总公司作为原铁道部债务承继者承担较重利息支付压力，中央财政将在今后三年对铁总实行过渡

性补贴。

根据国发33号文，货运运价改革将提上议事日程。关于货运运价，因为与普通民众直接关联度不大，或者说货主主要是具有市场主体地位的企业，个人用户还很少，因此这里只简单谈谈。

如果说铁路客运基价现在仍然执行的是1995年的标准，那么铁路货运基价倒是经常上调，从2003年的8分/吨公里上调至2013年初的13.01分/吨公里，十年上调了九次，只在2010年没有上调。尽管如此，十年每吨公里累计只上调了5分，即增长62.5%，而同

期GDP却增长了4倍。可见上调幅度仍然偏小，铁路货运基价只是公路运输基价的三分之一弱。

目前公路货运基价是49分/吨公里，根据“暂定”的1:3的合理比价，铁路货运基价可以上调到16.33分/吨公里。据此，外界所传“年内将提价1.5分/吨公里，明年春季再提1.5分/吨公里”的说法似乎有依据，但我国目前铁路运价实行的是政府指导价制度，铁路总公司可以申请运价调整，但审批或决定权在发改委。具体运价调整方案公布之前各界只是推测或预测。

高铁“弹性定价”普铁“财政补贴”

尽管政策或文件层面没有明确要推进客运票价改革，但高铁折扣销售符合运价改革市场化取向，利于民众福利提升，改革尝试似乎无需等待明文推进。

从市场前景分析来看，高铁实施弹性票价与运价改革方向相契合，消费者也可以得到实惠，因为旅客可以买到更便宜的车票。

与民航不同，作为大众化交

通工具的铁路，运价更是关系民生，具有公共属性。对于普通旅客列车进行补贴可以促进基本公共服务的充分供给，有利于提升社会福利。

简单说，从整个铁路定价层面来看，货运可以“适度提价”，客运可以“适度低价”；就客运而言，高速铁路可以实行“弹性定价”，普速铁路可以实行“财政补

贴”。

国外铁路客运票价大多弹性定价，因为从经营的角度讲，铁路的固定成本支出占相当大的比例，规模经济效益十分显著，增加运量可以分摊固定成本或沉没成本，尤其是考虑到运输的季节性很强，运输淡季低价促销更是许多运输企业改善经营绩效的“必选动作”。

当然在运价完全市场化后，也不排除运输企业提价的可能，许多国家引入公共服务价格听证制度来保障民众利益和公共利益，企业涨价以及涨多少必须有充足的理由和证据，并且必须有相当比例的消费者、包括低收入群体代表出席价格听证会并出具意见或行使投票权。

■ 他山之石

●铁路里程最长的美国铁路主要用于货运，有大大小小五百多家货运公司，都是市场化定价且能保持盈利。尽管美国铁路客运由一家客运公司——Amtrak公司独家提供，但并未实现规模效应，美国通达的高速公路网、普及的私家车、发达的民航使铁路客运市场份额不足百分之一，由于客流量低造成单位乘客成本高，使得美国铁路客运比乘飞机要贵得多，又慢得多，乘坐火车

一般是为了旅游方便或闲暇享受。政府持股的Amtrak公司每年约接受政府补贴10亿美元，仍处亏损状态。

●俄罗斯和印度铁路都是客货一体经营，整体是盈利的，但客运要靠货运来补贴。

●日本实行客货分离，是为数不多客运公司能盈利的国家之一，因为日本人口主要集中于本州岛链状城市带上，客流量非常大，平均成本被摊薄，再加上多

元化经营，本州岛三个客运公司实现了盈利；而北海道、四国、九州三个客运公司和全国性的货运公司却靠稳定基金补贴维持运营。

●欧洲国家普遍实行“网运分开”，客运公司市场化运作，但一般需要政府补贴。

德国侧重补贴区域客运，长途客运采用市场化定价；法国侧重补贴普速铁路，高速铁路更多运用市场定价方法；英国约有近一百家客运特许

公司，都没有形成规模效应，尽管政府规定铁路客票票价涨幅一般不能超过通胀率再加1个百分点，但据英国工会联合会统计，2008年以来平均火车票价上涨比平均工资上涨快了3倍，因为规模不经济，英国铁路票价是较贵的，如伦敦到诺维奇不足190公里，当天来回票价竟高达107.7英镑，约合人民币1000多元，民众多怨言。

（据新京报）