

<<出租车市场体系研究>>

图书基本信息

书名：<<出租车市场体系研究>>

13位ISBN编号：9787114084676

10位ISBN编号：7114084676

出版时间：2010-7

出版时间：人民交通出版社

作者：韩彪 等著

页数：191

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<出租车市场体系研究>>

### 前言

我国现阶段的出租车市场时不时被公众、媒体、从业人员高度关注，掀起一浪又一浪热议，犹如出租车的轮子永不停息。

然而，出租车市场只是一个多事的小事物。

难以引起人们长期研究的兴趣，以至于对面临的诸多棘手问题缺乏系统的理论分析与求证，不足以揭示其本质，进而影响政策的制定及功效。

笔者对出租车市场的用心考察已逾十年，对其有比较全面、深入的理解。

面对市场角逐各方的利益代言、社会各界“仁者见仁、智者见智”的各异诠释，尤其是一些混淆视听的言论，笔者觉得有必要对出租车市场作一系统梳理，正本清源；同时对困扰这一市场的诸多现实问题进行理性解释，以广视听。

本书对出租车市场体系的构建基于两个支点：一是对出租车服务的定位，二是分层次的供求关系。

由定位决定出租车与其他客运方式（包括私家车），尤其是公共客运的比价关系，以及对出租车营运牌照的数量控制；由数量控制决定出租车营运牌照的资源价值及经营权制度，引致非法营运冲动及对非法营运的治理；由经营权制度决定营运牌照的供求关系，进而影响出租车的经营模式；由劳动就业环境决定出租车驾驶员的供求关系，再决定出租车企业与驾驶员之间的分配格局……把脉出租车行业的主要问题，有些属于发展阶段的问题，需要整个社会的努力，要有足够的耐心与心理准备；有些则是行业内部的问题，通过同仁的努力可望收到显著成效。

笔者力求对此作一些力所能及的剖析。

## <<出租车市场体系研究>>

### 内容概要

本书基于两个支点构建出租车市场体系：一是对出租车服务的定位，二是分层次的供求关系。并依据下列逻辑关系对出租车市场体系从理论与实践等方面展开全方位论述：由定位决定出租车与其他客运方式（包括私家车），尤其是公共客运的比价关系，以及出租车营运牌照的数量控制；由数量控制决定出租车营运牌照的资源价值与经营权制度，以及对非法营运的治理；由经营权制度决定营运牌照的供求关系，进而影响出租车的经营模式；由劳动就业环境决定出租车驾驶员的供求关系，再进一步决定出租车企业与驾驶员之间的利益分配格局。

本书可供出租车经营与管理人员阅读参考。

## <<出租车市场体系研究>>

### 作者简介

韩彪，男，浙江慈溪人，经济学博士。

现为深圳大学经济学院教授、副院长。

曾独立出版学术著作3部：《交通运输发展理论》、《交通运输学》、《交通经济论——城市交通理论政策与实践》，领衔撰写学术著作2部：《毗邻城市城乡道路客运一体化研究》、《城市群道路客运体系创新——基于城际轨道交通竞争下的探索》。

## <<出租车市场体系研究>>

### 书籍目录

1 出租车的定位及特征 1.1 出租车的基本属性 1.2 出租车的定位 1.3 出租车的特点 1.4 出租车与其他客运形式之间的关系2 出租车经营权制度 2.1 出租车营运牌照的投放对象 2.2 出租车营运牌照投放方式 2.3 出租车营运牌照期限 2.4 出租车的准行限制 2.5 出租车营运牌照转让 2.6 出租车营运牌照交易市场3 出租车经营模式选择 3.1 出租车经营的典型模式 3.2 国外出租车主要经营模式 3.3 出租车经营模式评说4 出租车市场管制 4.1 我国的出租车市场管制 4.2 出租车市场管制的一般依据 4.3 出租车市场管制的基本做法 4.4 国外出租车市场的管制与放松 4.5 出租车市场放松管制的阶段性总结5 出租车需求量预测 5.1 出租车成长轨迹 5.2 出租车保有水平 5.3 出租车需求量预测方法 5.4 出租车需求量预测实例：深圳市“红的”6 出租车运力的调控机制 6.1 出租车运力新增技术依据 6.2 出租车运力退出 6.3 出租车营运牌照回购案例：深圳“红的”7 出租车运价 7.1 出租车运价形成 7.2 出租车运价结构与水平 7.3 出租车运价听证8 出租车服务质量测评 8.1 出租车服务质量及反映 8.2 出租车服务质量测评 8.3 出租车拒载 8.4 国内外出租车服务一瞥9 我国出租车行业发展状况 9.1 出租车行业发展的基本轨迹 9.2 出租车经营权 9.3 出租车营运牌照费 9.4 出租车的经营主体 9.5 出租车的服务价格 9.6 出租车的生产特征 9.7 出租车服务的成本与收益 9.8 出租车行业管理体制概况10 出租车行业的问题与建议 10.1 法治意识淡薄 10.2 非法营运及其治理 10.3 企业与驾驶员关系不清晰 10.4 利益分配失衡 10.5 健全营运牌照交易市场 10.6 建立营运牌照回购制度 10.7 放松对个体经营出租车的管制 10.8 适当增加出租车供给11 实证分析：对深圳出租车市场的经济学解释 11.1 深圳出租车市场的基本状况 11.2 深圳出租车市场的关键性事件 11.3 深圳出租车市场中引发议论的主要命题 11.4 深圳出租车市场的部分经济学解释附件 深圳市出租小汽车运价结构优化方案后记参考文献

## &lt;&lt;出租车市场体系研究&gt;&gt;

## 章节摘录

提供最基本的大众化出行服务，用于保障居民（尤其是低收入人群）最基本的日常出行，属于日常生活的必需服务，具有较强的社会公益性。

相对而言，出租车主要是为收入水平较高的消费群体提供个性化出行服务，其服务对象虽属公众但并非大众，虽属日常生活需要但并非基本生活必需，是一种较高层次的运输服务，不属于城市公共事业应当向公众提供的普遍服务项目，公益性相对较弱。

综上所述，由于出租车的共享程度不及大中容量公交广泛，而且具有更接近于私人物品的性质。因此，现阶段绝大多数城市将其定义为非公益性的公交方式。

实践中，出租车的市场性与公用性并行不悖。

由于公益性“弱”，出租车的运营完全由市场机制主导，又因其囿于公交范畴，行政干预充斥于行业发展的各个领域，市场主体（出租车经营者）的非市场性特征浓重，由此引发的摩擦与冲突铸成了出租车行业的诸多“顽疾”。

1.2 出租车的定位 出租车的属性，决定了其具有不经济与不可或缺两个特性。

所谓不经济，是指相对于大中容量公交，出租车是一种效率低，对环境和道路交通压力大，便捷但不经济的公交方式，不宜作为城市公交的主体形式。

所谓不可或缺，是指随着消费水平的提高，人们必然会对出行提出更高要求，如舒适、方便、快捷等，而这些要求是大中容量公交所不能及的，除了私家车能提供这种服务外，便是出租车。

相对而言，出租车比私家车可持续，因此出租车需要保持良好发展。

依据出行目的，出行需求可以区分为两大类：工作性出行和非工作性出行，其中，工作性出行又可细分为“公务、业务”出行和“通勤、通学”出行两种，非工作性出行也可以细分为“生、老、病、事”出行和“购物、旅游、娱乐”出行两种。

<<出租车市场体系研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>