

# 网约车无序竞争的法律解读

董成惠

(广东海洋大学 法政学院, 广东 湛江 524009)

【摘要】网约车是利用网络平台提供网络预约租车服务的新的商业模式。随着腾讯和阿里巴巴两大网络巨头对滴滴和快的网约车公司的注资,通过补贴大战的低价倾销,清洗了原来市场上40多家网约车公司后形成寡头垄断,随后滴滴和快的、Uber的合并更是加强了其在国内网约车市场寡头垄断地位。网约车的补贴大战以及“单边效应”的合并行为违反了现行价格法和反垄断法的相关规定,破坏了出租车市场的竞争秩序,损害了消费者利益,新政对网约车市场化导致出租车行业的不公平竞争。

【关键词】商业补贴;网约车;不正当竞争

【中图分类号】D922.29

【文献标识码】A

【文章编号】1671-6973(2018)06-0055-07

网络预约出租汽车(以下简称“网约车”)属于“互联网+”经济模式的一种。主要是利用移动支付、评价系统、GPS、LBS、APP等网络技术手段,通过整合线下闲置的司机和车辆,将供需方进行精准匹配,减少交易成本,并以较低价格提供租车服务,达到资源最优配置,实现双方收益最大化。2010年6月成立于美国旧金山的优步(Uber)是网约车鼻祖。Uber作为网络软件公司并没有专门车辆和司机,是通过网络平台为私家车与乘客的交易提供居间服务而收获佣金的中介机构。自2012年3月中国第一个网约车摇摇招车上线,到2014年2月,Uber正式进入中国。在两年时间里,国内的网约车公司最多时发展到40多家。但随着资本对网约车市场的强势介入,网约车公司通过对出租车司机和乘客的补贴大战的低价竞争清洗了网约车市场,使原来的40多家网约车公司被迫退市,形成了以滴滴优步为主的寡头垄断市场。交通运输部2016年7月14日通过了《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》(以下简称《暂行办法》),并于2016年11月1日起施行。2016年7月28日,国务院办公厅发布了《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)。新规定有利

于合法化和规范化网约车的运营,但却导致了出租车行业的不公平竞争。

## 一、网约车市场的商业补贴损害了公平的竞争秩序

### (一)网约车市场的商业补贴的理论分析

造成不正当竞争的根源有三个:社会财富的有限性、利益驱动器的作用、机会驱动器的作用。<sup>[1]</sup>为争夺有限的资源和机会,经营者常采取不正当的竞争手段获取竞争利益。出租车行业因涉及社会公共资源的配置和公共安全,在数量和市场准入上都受到政府的管制而成为一种稀缺资源。随着社会经济的发展,出租车行业出现了供需失衡、拒载、打车难等社会问题。网约车的出现一定程度上缓解了打车难的现实问题,但同时滋生了不少法律问题。比如商业补贴的法律问题、网约车与巡游出租车的不公平竞争问题,以及市场垄断问题。一般意义的补贴,指政府或任何公共机构向某些企业提供的财政捐助,以及对价格或收入的支持。商业补贴不同于政府补贴,指经营者在交易中,为了促成交易,给予交易当事人一定的现金返还、价格优惠或其他利益的促销活动。随着我国科技创新领域的

【收稿日期】2018-08-30

【基金项目】2017年广东海洋大学科研启动项目《网约车类共享经济法律机制的研究》,编号:R17083。2017年广东海洋大学区域法治化治理与地方立法研究服务平台重点平台建设跃升计划项目编号:GD0U2017052609。

【作者简介】董成惠(1971-),女,云南文山山人,讲师,法学博士,研究方向:经济法。

不断发展,大量的风险资金进入科技创新行业。创业企业在成功融资后,为了抢占市场份额,利用资金优势进行商业补贴。网约车作为一种新的商业模式,随着风险资本的大量进入,为抢占市场份额,网约车平台对司机和乘客都采取了双补贴的低价竞争模式。

2013年腾讯对滴滴打车(以下简称“滴滴”),阿里巴巴对快的打车(以下简称“快的”)注资,2014年百度与Uber签署了战略合作及投资协议。随着风险资金进入,网约车市场开启了商业补贴大战,乘客不仅可以免费乘车甚至还可以获得补贴,司机不仅可以收车费还有补贴。滴滴和快的,还有Uber给司机的补贴曾是车费的2—3倍。2016年8月1日,滴滴和Uber合并之后,易观智库发布了《2015年中国专车市场趋势预测报告》。报告显示滴滴专车的市场活跃度在2015年第四季度达到了84.2%,Uber、神州专车、易到用车及首汽分别为17.4%、14.9%、4.9%及2.3%。<sup>[2]</sup>滴滴与优步2015年为抢占市场不惜大量补贴进行低价竞争,普华永道的财报上显示,滴滴出行2015年亏损额超过100亿元人民币,净亏损额超过收入的3倍还多,而优步在中国的亏损也超过20亿美元(约130亿元人民币)<sup>[3]</sup>。2015年2月,滴滴与快的合并后,新公司在中国打车APP市场份额中将占比超过90%。<sup>[4]</sup>滴滴和快的合并强化了网约车市场的寡头垄断。2016年8月1日,滴滴出行和Uber全球根据双方达成战略合作协议将交叉持股,占网约车市场95%以上的份额,其寡头垄断进一步加强。经过几轮的补贴大战,2016年8月1日,滴滴收购中国优步后,我国原有的40多家网约车公司已销声匿迹,被迫退出市场,形成了以滴滴优步为主,与神州专车、易到用车等垄断竞争的寡头垄断市场。

## (二)网约车商业补贴的质疑

网约车疯狂的商业补贴的背后是对风险资金运行监管的缺失,腾讯和阿里巴巴对滴滴和快的的注资,他们的经营目标根本就不是为了发展网约车市场,而是借网约车来推广移动支付。APP发展初期,消费者尚不了解和习惯移动支付。如何引导消费者转变其交易方式,将网络支付从线上的网购扩展到线下的实体交易服务领域是网络金融发展的重要目标。O2O(Online To Offline)有助于企业降低经营成本,提高营销效率和网络推广效果。但如何把APP技术与O2O转化成盈利的商业模式,改变消费者的支付习惯是提高营销能力与水平的重要途径,商业补贴也就成了移动支付营运商营销和

推广APP和O2O的首选。因为出租车行业服务标准化水平较高,而且其客户多为中高端用户,不仅具有较高的消费能力,而且对新的消费模式也更容易接受,是潜在的优质客户,实现O2O消费体验相对容易,因此网约车成为互联网企业探索O2O服务行业的先行领域。移动支付是网约车的推手,而网约车又是移动支付或是网络金融拓展市场的第一战场的工具。网约车通过与移动支付相结合,让用户在体验移动支付场景的同时培养移动支付的使用习惯。因此,移动支付与网约车的捆绑不仅是交易支付的需要,更是商业营销战略的需要。滴滴和快的通过网约车的商业补贴,迅速垄断网约车,更重要的是培养了对移动支付的使用习惯。

阿里巴巴和腾讯的支付宝和微信支付很短时间内通过网约车商业补贴的低价竞争,利用其优势地位的传导效应通过O2O平台迅速扩展了其移动支付的网络金融业务,达到了其投资网约车的战略目标,至于网约车的发展并不是他们的商业目标。但商业补贴的不正当竞争和因此而形成的垄断对网约车行业的发展百害无益,商业补贴只是缔造了虚假的繁荣。网约车合法化后,政府加强对网约车的监管,随着滴滴和优步的交叉持股的合并,滴滴的寡头垄断地位进一步加强,在取消和减少商业补贴的同时,利用其垄断地位操纵网约车市场,加大对司机的提成,以及对消费者车费实行动态加价,损害了司机和消费者的利益,也遭到了部分司机和乘客的抵制。因此,通过商业补贴攫取的市场份额随着商业补贴的减少和取消,很多司机和消费者退出了网约车市场。滴滴等网约车平台的商业补贴,从根本上不利于网约车行业的发展。如何才能弥补商业补贴产生的巨大的沉没成本,除了阿里巴巴和腾讯之外,网约车的其他风险资金投资者的权益如何维护?在疯狂的商业补贴的背后,折射的是我国对风险资金运行监管的缺失,从而也扭曲了我国网约车市场的竞争机制,不利于网约车行业的良性竞争和可持续发展。

## (三)商业补贴的法律分析

商业补贴作为一种商业促销行为,也是一种竞争策略。对这种竞争行为的评价不应只考虑其个体的经济自由和效率,还应考虑其对竞争秩序带来的影响,即是否有利于促进公平竞争,维护良好的市场竞争秩序,维护行业健康持续发展。商业补贴其实就是为了促进交易而给予交易当事人金钱或财物等各种好处,通过商业补贴固然能起到吸引当事人参与交易,因此获取竞争利益。同时,商业

补贴降低了被补贴方的交易成本,本质上是一种低价竞争行为,因此补贴使交易双方较同行竞争对手获取了竞争优势。但商业补贴不是通过提高产品或服务质量,而是利用资金优势获取了其他正常经营者的商业机会,扭曲了市场的竞争机制,使商品价格偏离市场定价的基本准则,通过维持不合理的低价在竞争中排挤其他竞争对手而获得竞争利益,本质上与商业贿赂无异,有违公平竞争和诚实信用的商业道德,这种强食弱肉的丛林规则破坏了公平的竞争秩序。

我国《价格法》第14条规定:经营者不得有下列不正当价格行为:“为了排挤竞争对手或者独占市场,以低于成本的价格倾销,扰乱正常的生产经营秩序,损害国家利益或者其他经营者的合法权益。”网约车市场的补贴行为涉嫌违反了《价格法》的相关规定,构成了低价倾销的不正当价格竞争。网约车之间、网约车与传统的出租车(以下简称巡游出租车)都存在竞争关系。因为巡游出租车是由政府定价的公共行业,其最低成本是以政府定价为基础的行业成本价而不是企业成本价。在我国网约车合法化以前,网约车不但没有税费和“份子钱”,而且还可以得到高额补贴,导致司机和乘客的交易成本都低于出租车的行业平均成本,具有明显的竞争优势,挤压竞争对手抢占市场份额,严重冲击了巡游出租车行业的发展,也对其他不能进行补贴的网络租车公司构成了不正当竞争,客观上损害了公平的竞争秩序。

《中华人民共和国反垄断法》第17条规定:“禁止具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为:(二)没有正当理由,以低于成本的价格销售商品。”滴滴在网约车市场占据垄断地位,网约车的司机和乘客因为商业补贴,其交易成本低于出租车行业的行业成本,已构成了掠夺性定价的价格垄断。掠夺性低价指经营者滥用市场优势地位,以低于成本价排挤竞争对手获取市场份额,进而操纵市场获取垄断利润。滴滴网约车的商业补贴可能涉嫌掠夺性定价,其目的就是利用市场优势地位先通过低于成本价来排挤竞争对手占领市场,进而操纵市场价格,通过垄断高价获取垄断利润。2016年8月1日滴滴与Uber宣布合并之后,市场调查显示,滴滴和优步给司机的补贴在减少,而乘客的车费在上升。滴滴优步利用其垄断地位,通过掠夺性定价最后获取垄断利润,损害了消费者的福利。

《暂行规定》第21条规定“网约车平台公司不

得妨碍市场公平竞争,不得侵害乘客合法权益和社会公共利益。网约车平台公司不得有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,损害国家利益或者其他经营者合法权益等不正当价格行为,不得有价格违法行为。”但并未规定相应违法责任,如果需要追究违法者的相关法律责任,需要适用其他法律的相关规定,客观上导致《暂行办法》实际上对网约车的反竞争行为缺乏规制效力。

商业补贴主观上具有不公平竞争的恶意,是一种反竞争行为,可能构成不正当竞争的低价倾销或限制竞争的掠夺性定价。更重要的是,这种定价手段不仅损害了竞争对手和消费者的利益,而且对行业的创新和可持续发展,特别是公平自由的竞争秩序都是破坏性的,从根本上就应该禁止。网约车作为新兴行业需要政策的扶持,但并不意味着产业政策可以突破法律的底线。这种反竞争的商业营销模式应该被禁止,否则不利于行业的健康发展。任何企业都应该是以盈利为目标,但如果仅有销量或市场份额而不考虑利润,巨大的沉没成本能否最终通过垄断利润得到补偿值得商榷。这种商业补贴的低价倾销打造的市场其实就是一种泡沫经济,无利可图的商业模式绝对是非理性的。如果掠夺性定价的经济补偿能成功,那也是建立在垄断价格的基础上,是对消费者福利的侵蚀,反垄断法必须禁止。反垄断法应维护的是社会正义或社会效率,而不是个体正义和效率。我国对网约车市场商业补贴的纵容,突显了我国在价格竞争法制和法治上的困境。但为了保护经营者的自由定价权,对商业补贴行为的认定应依法进行,避免权力的滥用,可以根据补贴行为的主观恶性,对消费者利益和市场竞争秩序的危害性,以及对行业发展的影响等多种因素综合评估来合理认定。市场经济是法治经济,任何创新的商业模式都应遵守现行的法律制度和商业道德,才能确保公平的市场竞争秩序和行业健康稳定的可持续发展。

## 二、网约车经营者集中的反垄断分析

(一)滴滴与快的合并之“单边效应”的反垄断分析

企业并购的反竞争效应包括单边效应和协调效应两种。研究表明企业横向并购的单边效应对消费者福利和有效竞争损害较为明显。根据美国《横向并购指南》第6章及第10章规定,单边效应(Unilateral Effects)指企业并购仅仅通过消除并购实体之间的竞争就可以增强市场势力。即兼并可

能促使兼并后的企业无须与非兼并企业协调就能独自提高其产品的价格或缩减其产量,即使并购没有妨碍其他厂商的行为,这种并购对竞争的不利影响被称作“单边效应”。在实践中,各国对经营者集中的反垄断审查,主要通过市场结构分析并购后的单边效应。如果并购使相关市场的集中度显著提高,就推定该项并购可能是反竞争的并予以禁止。<sup>[5]</sup>根据国务院《关于经营者集中申报标准的规定》(以下简称《规定》)第3条规定,参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过20亿元人民币,并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过4亿元人民币。经营者应当事先向国务院商务主管部门申报,未申报的不得实施集中。根据易观国际发布的《中国打车APP季度监测报告2014年第4季度》数据显示,截至2014年12月,中国打车APP累计账户规模达1.72亿,其中快的打车市场份额为56.5%,滴滴打车为43.3%。<sup>[6]</sup>2015年2月14日,滴滴和快的宣布合并。合并后滴滴与快的估值高达60亿美元,占网约车90%以上的市场份额。

2015年2月16日,易到用车宣布向中国商务部反垄断局等部门举报上述两家公司,认为两家公司合并后在相关市场上的市场份额超过90%,构成了网约车的寡头垄断,将排除和限制行业的市场竞争,严重损害消费者的利益。请求立案调查并禁止两家公司合并。针对易到用车的反垄断调查的举报,快的辩称滴滴快的提供的是免费服务,乘客和司机之间的交易流水,是司机和出租车公司的收入,和滴滴快的没有关系。<sup>[7]</sup>滴滴和快的虽然没有盈利但不等于其没有交易行为和营业额,营业额并不等于盈利额。司机和乘客的补贴收入正是来源于滴滴和快的商业支付,即营业额。截止2014年5月17日,滴滴称其对司机和乘客已补贴了14亿元;快的也称补贴超过10亿元。<sup>[8]</sup>滴滴与快的合并后90%以上的市场份额,共24亿元营业额,根据《规定》第3条相关规定,滴滴和快的合并应该向商务部反垄断局申报。就算不能达到《规定》第3条相关规定,《规定》第4条规定,如果经营者集中未达到本规定第三条规定的申报标准,按照程序收集的事实和证据表明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的,国务院商务主管部门应当依法进行调查。尽管当事人未申报,根据《规定》第4条,商务部反垄断局也应依法进行调查。但商务部网公布的经营者集中的案件并没有滴滴和快的合并案的相关信息。滴滴和快的合并后在网

约车市场已形成了寡头垄断,其“单边效应”显而易见已限制了市场竞争,符合反垄断法经营者集中申报标准。

我国《反垄断法》实施7年来,从商务部公示的关于经营者集中审查的决定公告来看,我国反垄断执法部门对企业经营者集中“单边效应”的审查和评估侧重于定性材料,即合并后企业是否在规模上和市场份额上成为领先的市场参与者。<sup>[9]</sup>不过,滴滴与快的合并后90%以上的市场份额,24亿元营业额,商务部反垄断局对滴滴和快的合并案却置若罔闻令人费解。日本学者金泽良雄认为反垄断法的价值就在于对自由竞争经济秩序本身的维护和促进。<sup>[10]</sup>滴滴和快的合并加强了其在网约车市场的寡头垄断地位,是对自由竞争经济秩序的破坏。在没有理由证明其合并行为具有正当性应该被反垄断法豁免的情况下,就算网约车作为新兴行业需要扶持而豁免于反垄断审查,但滴滴和快的合并也应该依《反垄断法》的相关规定进行申报,遵守基本的程序正义。

## (二)滴滴出行与Uber交叉持股的反垄断分析

竞争法旨在禁止产生或可能产生实质性限制竞争和不公平竞争的任何安排。<sup>[11]</sup>2016年8月1日,滴滴出行收购优步中国,并和Uber全球相互持股,成为对方的少数股权股东。Uber全球将持有滴滴出行5.89%的股权,相当于17.7%的经济权益,优步中国的其余中国股东将获得合2.3%的经济权益,互持股后的滴滴优步占网约车市场份额达95%。<sup>[12]</sup>进一步加强了滴滴出行的寡头垄断地位,并购对竞争的影响是显而易见的。2016年11月17日,中国IT研究中心(CNIT-Research)发布《2016年中国专车市场研究报告》,报告显示,2016年三季度,滴滴出行专车活跃用户覆盖率占比达96.7%,订单量市场份额报94.6%,易到用车、神州专车的市场份额报为3.6%和1.7%。<sup>[13]</sup>合并后的滴滴优步在中国的网约车的市场格局处于绝对的垄断地位,并形成了滴滴优步、易到用车和神州专车的寡头垄断格局。虽然网约车采取与巡游出租车不同的揽客方式,但其竞争目标是一致的,都是竞争同一顾客群体,它们之间存在直接的竞争关系,在业务上可视为同一市场。滴滴优步的合并即使达不到《反垄断法》关于“经营者集中”的“控股标准”和《规定》第3条“市场份额”标准的相关规定,但该交叉持股行为明显会排除和限制网约车市场竞争,根据《规定》第4条,反垄断执法部门应当依法进行反垄断调查,确保网约车市场公平的竞争秩序。当

然,随着滴滴与 Uber 相互持股,竞争变为协作,更有利于滴滴滥用市场支配地位操纵市场,设置市场进入障碍,那就消除了竞争,对市场肯定有害无益的。

滴滴通过商业补贴烧钱清退其他公司,稳定市场份额后,开始操纵市场价格攫取垄断利润。滴滴和优步合并后,取消和减少对司机和乘客的商业补贴,且开始向司机按月收取 4000—5000 元的“份子钱”。原来的每个月保底工资 5000 元降到了 2000 元,剩下的收入还得交 20%—30% 的提成。<sup>[14]</sup>滴滴快车每公里车费由 1.5 元涨至 1.8 元,每分钟费用由 0.2 元涨至 0.3 元。<sup>[15]</sup>与此同时,神州专车、易道等网约车平台也皆有一定幅度的价格上扬。在广州地区,滴滴快车、Uber、神州专车都大约在 20%—30% 存在不同程度的涨幅。更重要的是在周围无车的情况下还必须加价 1.7 倍甚至 2 倍多才能打到车,或者打车者不提供附加小费,滴滴司机都不愿意接单,并且在周围无车的情况下打滴滴还需要加价翻倍才有车辆过来,也就是看见周围无车的情况下坐地涨价、动态加价、拍卖加价、高峰加价,各种五花八门的价格操纵使消费者打车成本增加。更糟糕的是,各种拒载、选择性载客等问题层出不穷。比如不足 5 公里的距离,系统显示附近有很多辆滴滴网约车但却没有司机愿意接单。

2016 年 4 月 3 日,据新浪科技报道,美国曼哈顿地区法院在 2016 年 3 月 31 日裁决,Uber 首席执行官特拉维斯·卡兰尼克(Travis Kalanick)面临着操纵专车价格的反垄断诉讼。法官还支持了其指控卡兰尼克的行为导致了 Sidecar 等竞争对手的失败,使得 Uber 最终占据了美国 80% 的移动应用约车市场。<sup>[16]</sup>滴滴快车兼并 Uber 后,更进一步加强了其在网约车市场的寡头垄断地位,其商业补贴涉嫌滥用市场支配地位的掠夺性定价。《反垄断法》第 17 条规定:“禁止具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为:(一)以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品。”滴滴通过商业补贴排挤竞争对手之后,开启了价格垄断或价格操纵序幕。开始削减消费者和司机的福利,除了减少或取消商业补贴之外,还变本加厉地对司机多收费少提成,并且还对司机的接单进行业务操纵,对乘客不仅收费增加,而且还在车少时必须加价,实行坐地涨价、拍卖价和议价等价格操纵行为,已涉嫌滥用市场支配地位的垄断行为。滴滴优步的商业补贴对市场竞争秩序的破坏,以及在垄断阶段对消费者福利的侵蚀是毋庸置疑的。我国网约

车市场的商业补贴的掠夺性定价不论其经济合理性,还有其正当性都值得商榷。

### (三)对网约车市场反垄断的法律评析

自 2016 年 8 月 1 日滴滴与 Uber 宣布合并之后的市场调查显示,滴滴优步给司机的商业补贴在减少,而乘客的车费在上升。合并后的滴滴优步通过垄断高价获取垄断利润,损害消费者的利益。因此,在合法化网约车的同时,应该加强对其的监管,市场化不等于完全自由化。滴滴虽然成功地通过低价倾销排挤了竞争对手占领了市场,但其能否通过价格垄断和价格操纵成功获取垄断利润值得商榷。当乘客车费不停上涨,司机的收入不断减少时,这种掠夺性定价的商业模式就会被乘客和司机通过用脚投票而抛弃。滴滴优步合并减少商业补贴后,冲着商业补贴去的司机和乘客的日常行车和乘车的成本增加。如果滴滴企图通过垄断高价来获得补偿,这种靠大量烧钱获取的市场份额,没有了商业补贴,能留住多少司机和消费者是不得而知的,其前期形成的沉没成本能否得到“补偿”,这是滴滴疯狂烧钱后必须去面对和思考的问题。网约车设置的初衷是为了“方便顾客”和提供“优质服务”,与传统“巡游出租车”形成差异化服务竞争,但现在却不择手段地想法剥削顾客,其合法性和正当性值得商榷。因为网约车市场的价格变化发展过程很快,就目前我国相关规定,其市场进入和发展都不会太难,如果滴滴不能扩大和维持其市场份额,不能通过提高产品价格的措施弥补损失,垄断高价很快就会因其他企业进入该行业而回到原来未降价时的价格水平,其之前的降价的损失并没有得到更多的补偿。如果继续通过进一步降价来巩固市场份额,又必须重启新一轮价格战的恶性循环。滴滴在与 Uber 未合并前就是陷入了这种恶性循环的价格战中。

受市场定价自由思潮的影响,我国忽略了对低价竞争的制度构建,制度的缺陷必然制约其功能的发挥。以至于在法律实践中,抵制低价倾销和掠夺性定价的亏本贱卖的法律规则形同虚设,各行各业都走不出低价竞争价格战的陷阱,市场价格竞争机制被严重扭曲,价格不能反应价值,也不反应供需关系,不能充分发挥其调节资源的功能,反而价格的杠杆功能被无限放大,导致经济泡沫。特别当风险投资肆无忌惮进入创业企业后,投资者和创业者想通过大规模资本介入,企图在短期内以低价恶性补贴挤掉竞争对手,然后获取垄断利润,这种投机行为不仅违反商业道德,而且可能违反法律,更重

要的是制约了企业的发展。滴滴等网约车能走多远,通过商业补贴或是亏本贱卖的掠夺性定价获得的市场能否维持值得深思。市场机制运行的过程表明,在完全竞争市场条件下,试图简单地以降价手段谋求更多的市场份额,背违了市场价值规律和价格机制,将会受到经济规律的惩罚。

### 三、网约车新政下的不公平竞争

巡游车与网约车都提供出租车服务,存在直接竞争关系,但《暂行办法》等相关规定对两者采取不同的监管标准,一定程度上设置了不同的竞争标准,导致出租车行业的不公平竞争。

#### (一)市场准入标准上的不公平

不管巡游车还是网约车,都是提供租车服务,涉及到乘客和公共交通安全问题,对车辆和司机的“专业化”和“标准化”管理是必须的。政府管制下的巡游车和市场调节下的网约车都是出租车行业的一部份,存在直接竞争关系,不能为了所谓的错位竞争、差异化服务而人为设置不公平的竞争限制,特别是忽略“出租车”作为“公共交通的补充”的本质特性。网络平台作为信息服务提供者,其是否有能力对网约车司机和车辆进行“专业化”和“标准化”管理值得商榷。根据《服务管理规定》第8条、第9条的相关规定,巡游车经营者应该符合一系列的“出租车”相关的经营条件才可以从事租车服务。同样是经营“出租车”服务,网约车平台可以无条件就获得相关的经营资格,而巡游车经营者至少要符合“6”个条件才有“出租车”的经营资格。

巡游车和网约车的“差异化”应该体现在“服务”上而不是“资质”上的差异。因为“资质”代表的是能力和行业准入的标准,对于“出租车”行业,这个“资质”关乎乘客和公共交通安全,应该严格审慎监管。互联网只不过是一种信息工具,应该对其合理地定位,不能神化“互联网+”经济模式的功能,“特权化”网约车平台,立法授予其完全不同于巡游车出租车公司的特权,但却忽略了出租车作为一种公共交通工具本应受到严格管制,“专业化”和“标准化”是其行业的基本要求。《暂行规定》对网约车从“宽”的市场化规定,对巡游车从“严”的政府管制规定,设置了不同的竞争标准。网约车“非专业化”的低标准的准入和放任自由的监管不仅会降低其服务的质量,不利于维护乘客利益,甚至危害公共交通安全,而且低准入标准降低了网约车的经营成本,与巡游出租车形成不公平竞争。

#### (二)价格竞争机制上的不公平

《暂行规定》规定“网约车运营实行市场调节

价”,《服务管理》规定巡游车“安装符合规定的计程计价设备”,实行固定价。同样提供出租车服务,特别是关于核心竞争力的价格机制,巡游车的政府固定价难与网约车的市场调节价展开竞争,目前存在的巡游车对网约车的各种抵制将进一步恶化,行业矛盾加深,不利于整体行业的健康发展。虽然对“网约车”的定位是提供“差异化”服务,但这种差异化不能人为设计一些不公平的条件限制,除非这种不公平是为了达到平衡双方的利益实现实质公平。《暂行规定》对网约车从“宽”的市场化规定,而《服务管理》对巡游车从“严”的政府管制规定,设置了不同的竞争标准。如果政府管制下的巡游车未进行相应的改革和调整,继续沿用旧的管理机制,网约车的市场化运营势必会进一步激化与政府管制下的巡游车的竞争矛盾。

随着我网约车市场合法化的进一步落实,滴滴依靠商业补贴获得的市场垄断地位将进一步合法化,特别是其享有的市场定价权,比由政府定价的巡游出租车更具有价格上的竞争优势。根据《暂行办法》第3条规定:“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。”该规定为滴滴优步利用垄断地位操纵价格排除了法律监管和行政干预的障碍,有利于其通过低价来排挤竞争对手,再通过高价获取垄断利润,从而损害消费者的利益。

### 四、结 语

竞争法的正当性在于维护一个有活力和效率的竞争秩序,不是通过公平竞争而获取的利益都是不正当的。我国目前的网约车对司机和乘客的补贴,反竞争的合并行为是破坏性的发展模式,不利于我国网约车行业的健康发展。当市场行为破坏了市场活力和均衡时,需要对反竞争行为进行规制,以维护有效的公平竞争秩序,建立充满活力的公正的制度框架。对于滴滴快的反竞争行为,相关的行政监管部门应当依法介入,构建公平自由的网约车的竞争秩序是出租车行业发展的法治路径。

### [参 考 文 献]

- [1] 曹新明. 试论反不正当竞争法的价值取向[J]. 商法研究, 1996(4): 40.
- [2] 贺骏, 专车市场 Uber 份额不增反跌面临被神州专车反超[EB/OL]. [2017-11-14]. <http://m.jrj.com.cn/madapter/finance/2016/03/01165020631212.shtml>.
- [3] 贺璐, 郝帅. 滴滴优步烧钱时代欲去还留, 网约车新模式

- 式争夺战暗涌[EB/OL]. [2017-11-15]. [http://www.p5w.net/news/cjxw/201608/t20160809\\_1545153.htm](http://www.p5w.net/news/cjxw/201608/t20160809_1545153.htm).
- [4] 张司南. 滴滴快的合并市场份额超过90%引发垄断质疑[EB/OL]. [2018-03-10]. <http://finance.chinanews.com/it/2015/02-15/7064780.shtml>.
- [5] 余东华, 刘滔. 基于H-PCAIDS模型的横向并购的单边效应的模拟分析——以中国电冰箱行业为例[J]. 产业经济, 2014(11):44.
- [6] 中国打车APP市场季度监测报告2014年第4季度[EB/OL]. [2017-11-16]. <http://www.ebrun.com/20150203/123358.shtml>.
- [7] 如何计算“滴滴+快的”的市场份额[EB/OL]. [2017-11-10]. <http://it.chinairn.com/news/20150303/094944780.shtml>.
- [8] 滴滴快的补贴大战熄火被指烧24亿元仍无盈利模式[EB/OL]. [2017-11-12]. <http://finance.chinanews.com/it/2014/08-12/6482121.shtml>.
- [9] 黄勇, 王晓茹. 横向并购中单边效应的经济分析[J]. 价格理论与实践, 2013(10):28.
- [10] 金泽良雄. 当代经济法[M]. 刘瑞复译. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1988.
- [11] 刘满达. 论B2B交易的竞争法价值[J]. 浙江社会科学, 2005(5):55.
- [12] 刘菲菲. 滴滴优步在一起约占市场份额95%[EB/OL]. [2017-00-08]. [http://wb.sznews.com/html/2016-08/02/content\\_3585470.htm](http://wb.sznews.com/html/2016-08/02/content_3585470.htm).
- [13] CNIT发布网约车增长报告: 滴滴易到神州份额涨跌互现[EB/OL]. [2017-11-15]. <http://www.techweb.com.cn/news/2016-11-18/2435464.shtml>.
- [14] 宋立伟, 张鑫. 滴滴司机: 补贴少了专车也交“份儿钱”[EB/OL]. [2017-11-06]. <http://www.traveldaily.cn/article/88376>.
- [15] 罗伯特. 多家网约车平台悄然提价[EB/OL]. [2017-11-16]. <http://finance.china.com.cn/roll/20160805/3844952.shtml>.
- [16] 书聿. UberCEO卡兰尼克被控操纵专车价格[EB/OL]. [2018-03-06]. <http://news.cnfol.com/it/20160402/22510035.shtml>.

(责任编辑: 闫卫平)

## A Legal Interpretation of Network Car in Disorderly Competition

DONG Cheng-hui

(Guangdong Ocean University, Zhanjiang Guangdong 524009)

**Abstract:** Network Car is the new business model which uses network platform to provide network booking car rental service. With the investment of the two major Internet giant of Tencent and Alibaba on companies of DiDi and The Fast ride-hailing, the two becomes car company oligopoly by means of the low-cost dumping of the subsidy war, which wipes more than 40 companies in the original market. And then, the merging of Didi Dache, the Fast Ride-hailing and Uber strengthens the domestic network taxi market oligopoly. The subsidized wars and the “unilateral effect” of the merger of network operators violated the relevant provisions of the current price law and the antitrust law, undermining the competition order in the taxi market, damaging the interests of consumers. The New policy of Network Car leads to unfair competitions in the taxi industry.

**Key words:** Commercial subsidies; Network car; Unfair competition