

春运火车票该涨价吗？

□莫凡

每年春运期间，火车票“一票难求”的话题总要成为舆论的焦点。经济学家茅于軾日前抛出了一个不算新的观点：从经济学角度分析，火车票价上涨虽然不能增加供给，但是却能够减少需求。涨价后，原本乘火车回家过年的人或更换交通工具、或调整返乡时间，最后达到疏散春运人流的效果。之所以说不算新，因为他在最近几年已经重申过好几次这样的观点。从反响上看，这番言论几乎收到了清一色的负面评价，尤其是许多本来就认为票价过高的网友。

春运火车票该涨价吗？不妨从供求角度分析一下。

首先看需求，经济学告诉我们，由于需求规律的作用，价格和需求量是呈相反方向变化的，价格下跌，需求量增加；价格上升，需求量减少。这里还涉及到一个价格需求弹性的问题，有一些商品的价格需求比较缺乏弹性，也就是当价格变化的时候，需求不会产生明显的变化，这往往就是我们所说的“刚需”商品，比如婚房、学区房、春运时期的火车票、饥荒时期的粮食，等等。假设回家火车票平常价格是100元，坐车的人数是100个，如果春节期间调整成120元，坐车的人数可能仅仅减少了10个，但这样一来，作为卖方的铁道部门销售额却可以从10000元提高到10800元。对于需求缺乏弹性的商品，价格上涨往往能带来总收益的增加，而价格下跌则带来总收益的减少。的确，改变一种商品需求弹性的因素有很多，比

如替代品的多少，春运期间，人们可以通过长途大巴、飞机、自驾等替代方式回家，但是要考虑到替代物之间的差异。如果替代物之间差异很大，比如成本相差太多，那需求弹性就小，在春运期间，许多人之所以都将坐火车作为第一选择，无疑是因为性价比高。影响需求弹性的还取决于是必需品还是奢侈品，许多人抱着春节一定要回家的信念，那火车票就是必需品，需求弹性就小；如果火车票涨到像飞机票一样高，那回家就变成了奢侈的事情，人们就会转向其他选择，此时火车票的需求弹性就变大了。另外，商品占消费者的收入比重对需求弹性也有影响，对于富人，价格涨跌影响微乎其微，需求弹性也就小，但对于穷人，提价意味着占收入比重的增加，从现实角度考虑，的确会影响选择。

综合起来，中国人回家过年的传统习惯，在规模庞大的返乡人群面前，铁路部门运力紧张、供给不足的问题被放大，使春运期间的火车票成为一种需求弹性几乎为0的商品。价格上涨的幅度如果不是特别大，比如把火车票涨到和机票一样，对购票人的影响是不大的，这也就是在2007年之前春运车票涨价起不到分流人群效果的原因。只要能买到票，涨价还是要回去，而提价只能使铁路部门获取更多的收益。

再说供给，虽然现在铁道部已经撤销，成立了中铁总公司负责运输，但这仍是个具有垄断地位的企业。虽然每年春运期间，公路、民航方面也会上调价格，但为何人们对此诟病甚少？

归根结底还是因为这些行业存在多个供应主体，竞争相对充分。而享有垄断地位的企业如何定价，如何才是合理的市场价格，是很难说清楚的。只要市场不开放，那企业的运营成本很难下降，价格的合理边界也很难确定。此前，曾有学者呼吁放开火车票的价格管制，实行像机票一样的浮动定价体系，运力空闲时打折，运力紧张时全价，但是笔者觉得他们还是忽略了这样一个前提，相比民航、公路，铁路是个更加封闭的行业。

另外，有学者提到可以通过发放价格补贴的办法让这部分涨价的成本消化掉，而且他们都提到的补贴对象是农民工群体、穷人。笔者以为，首先，发放补贴的可操作性是很差的，如何界定哪些人符合补贴条件，又如何发放，再加上发放补贴本身的成本，可以说这个建议能实现的可能性是微乎其微的。其次，发放补贴办法本身恰好是反市场的，补贴很多时候不仅不能提高效率，反而容易养懒汉，我们可以想象，不管发放20亿还是40亿补贴，这部分涨价的钱最终流向的是铁道部门，拿到补贴的企业恐怕更加没有市场化改革的积极性，由于缺乏竞争对手，只怕节日涨价容易，空闲时打折却难。第三，对于没有享受到补贴的人是一种隐形的歧视，因为毕竟动用的是全体纳税人的钱。作为一项公共政策，这样的后果肯定是决策者不愿意看到的。所以，发放补贴的提议，最终也只能是从“经济学的角度分析”，看上去很美。□

责任编辑 廖朝明