视点
中国新闻奖名专栏

□ 本报记者 丁振乾

定制赛道上，道路客运“翻红”了

自2025年8月开通运行以来，乐山至成都便民快巴已成为当地乘客跨城出行的重要选择。（资料图片）

《中国定制客运发展报告（2025）》显示

截至2025年年底

全国共约3600家班车客运企业开展定制客运业务

开通定制客运服务线路总数 11350条

▲ 同比增幅约25%

投入运营车辆 —— 超7万辆

“十四五”期间

定制客运线路数量年均增长 36.9%

近年来，在高铁网络不断加密、私家车日益普及的潮流下，令人意外的是，曾被视为“夕阳产业”的道路客运正经历一场回暖。上车点不再是固定的客运站，地铁站、商圈旁、小区门口就能便利乘车。车型不再都是四五十座的大巴，7座到50座的车型均可选择。线路也不再固定不变，“门到门”“点到点”的接送服务更贴合个性化需求。

这种名为“定制客运”的道路运输新业态悄然走红。日前发布的《中国定制客运发展报告（2025）》显示，截至2025年年底，全国共约3600家班车客运企业开展定制客运业务，开通定制客运服务线路11350条，投入运营车辆超7万辆。一度“门前冷落车马稀”的道路客运何以借助定制服务实现“翻红”？定制客运较传统客运有哪些优势？

“点到点”填补供给空白

傍晚时分，成都地铁牛市口公交站，一辆印有“便民快巴”标识的橙色电动大巴缓缓停靠，待车辆停稳后，10余名乘客快步上车。“不用到高铁站检票候车，出了地铁就能坐上大巴，很方便。”前往重庆游玩的四川大学研究生郭伟告诉记者，“往返成渝的便民巴士单程仅需50元，比高铁便宜一大截。”

西部交通与经济社会发展研究中心研究员、重庆交通大学交通运输学院教授彭勇解释，所谓“定制客运”，是指已取得道路客运班线经营许可的经营者，依托电子商务平台发布道路客运班线起讫地等信息开展线上售票，按照旅客需求灵活确定发车时间、旅客上下车地点并提供运输服务的运营方式，本质是用数字化重构公路客运的新兴服务模式。

多年来，我国加快推进高速铁路、高速公路等标准化公共交通网络建设，畅通城际出行主干道。截至2025年年底，全国铁路营业里程达16.5万公里、高铁超5万公里；公路里程达557.89万公里，其中四级及以上等级公路里程占比超98%。与此同时，私家车、网约车等个性化交通方式蓬勃发展，成为旅客跨城出行的重要补充。

随着交通运输网络日渐完善、群众生活水平日趋提高，我国公路营业性客运量在过去10年间缩水近70%，但定制客运线路数却在“十四五”期间年均增长36.9%。在高速网越织越密、网约车触手可及的当下，为何越来越多的乘客选择“不赶时间、只图方便”的出行模式？

多位受访者表示，定制客运能够实现“点到点”出行，较其他出行方式减少了换乘环节、降低了出行成本。尤其在部分高铁尚未直达的县域地区，乘客经由铁路外出需先乘坐普通大巴到车站候车，再经由车站乘车外出。而“门到门”“点到点”的定制客运不仅承担着兜底作用，更匹配旅客“图方便”的心理。

在彭勇看来，定制客运绝非传统客运的权宜之计，而是新时代道路客运供给侧改革的创新业态。“定制客运承担着完善枢纽末端联通、提供差异化出行供给、盘活道路客运存量运力的功能，填补了高铁、班线公交等交通方式的供给空白。”

“熟人蜀路”规模化发展

四川省乐山市大渡河畔的肖坝旅游车站，隔江远眺乐山大佛。作为交通运输部公布的客运站转型典型，肖坝车站以“客运站+旅游服务中心”模式成为联动城际、串联景区的综合运输服务枢纽。

“我们结合客流数据分析和乘客出行需求，常态化开行6条旅游公交线路，直达峨眉山报国寺、苏稽古镇等景点。”乐山市道路运输服务中心副主任朱乐平介绍，乐山还升级改造周边12条便民快巴定制线路，累计服务群众超150万人次。目前，乐山已开行45条定制客运线路，覆盖全市11个区县及周边地市州。

如今，便民快巴、景区直通车、机场专线等定制客运线路，已成为四川民众出行的重要选择。截至2025年年底，四川省发展定制客运线路2100余条、车辆7100余辆，完成旅客运输量2812.5万人次，同比增长11.9%，定制客运发展规模位居全国第一。

“四川在定制客运赛道上领跑并非偶然，而是政策敏锐度与经营主体敢为人先共同塑造的典范。”西南交通大学交通运输与物流学院教授刘昱岗认为，四川省丰富的旅游资源、庞大的市场需求及成熟的服务体系，助力当地定制客运稳步发展。

制度破局，为四川定制客运奠定了坚实基础。2018年，四川印发文件试点发展定制客运，探索道路客运发展新路径。2020年，四川率先将定制客运作为专门条款写入《四川省道路旅客运输管理办法》，从法规层面有效保障定制客运发展。2023年，四川出台定制客运备案新政策，允许线路经营者超出原有许可车辆数量新增备案。“通过开展系列探索性举措，我省定制客运在稳定客运基本盘、保障群众便捷出行方面发挥了支撑作用，为道路运输行业转型积累了经验。”四川省交通运输厅道路运输管理局客运处相关负责人说。

在政策引导下，运输企业的内生动力被充分激发出来。四川富临运业集团股份有限公司是四川省内较早探索道路运输业务转型的企业。“早在2016年，公司便率先切入定制客运赛道，自主研发推出‘天府行’线上出行平台，围绕乘客的出行需求组织运力。”富临运业副总经理李明远告诉记者，定制客运具有站点布设灵活、班次高频准点、票价普惠亲民等特征，能够有效锚定市场需求，成为企业利润增长点。

政企两端的同频共振，推动四川定制客运从零散探索走向规模化、规范化发展。2025年，四川省交通运输厅牵头组建四川省客运联盟，整合线路、运力等资源，培树“熟人蜀路”定制客运服务品牌，推动定制客运集约化、公交化发展。截至目前，“熟人蜀路”服务平台已入驻14家定制客运出行平台、上线定制客运企业22家及400余条线路，月均运送旅客20余万人次。

柔性出行聚焦多元场景

定制客运被看好，其本质是乘客希望以更低成本收获更便捷的出行体验。传统客运是“车进站、人归点”，线路、站点、票价皆受严格约束。定制客运则把站点的设置权交给乘客、把班次的安排权交给数据、把车型的选择权交给需求。场站从大楼缩为路边标识，线路从固定变为柔性，定价从政府指导变为市场调节，旅客的出行体验也迎来显著改善。

彭勇认为，随着综合交通一体化、城乡融合与老龄化社会的发展，旅客对“无缝换乘、减少步行折腾、安全放心”的依赖度会不断提升，定制客运行业也将呈现“总量稳、结构优、场景深”的发展态势。

定制客运发展前景稳健，但仍面临不少隐忧与挑战。停靠点设置在路边，使得原有依托客运站落实的安全管理体系需重新建构；低票价策略与客流波动间的矛盾，让行业持续性发展存疑；不同出行平台各自为政，加剧着同质化竞争、碎片化内耗的风险……“这些问题是新业态走向精细化的必经阶段。”彭勇说。

面向未来，彭勇建议经营主体依据市场多样化需求推出精细化产品。成都、重庆等中心城市的定制客运须顺应市场变化、深挖乘客需求，顺势推出景区直通车、文旅赛事专线、研学专车等多场景运输服务产品，从单一运输服务商转向综合出行解决方案提供商，构建多元盈利结构。

对于非中心城市的市场而言，不必盲目效仿大城市搞高端商务车，而是要立足需求打造“出行专线体系”，如就医专线、上学专线、返乡专线等，让定制客运变成群众能依赖的出行方式。近年来，乐山重点发展“大容量、高频次、低票价”的站点巴士定制线路，聚焦通勤、上学等刚需场景，为乘客提供便捷舒适、高性价比的出行服务。朱乐平介绍，站点巴士改造投运以来，乐山客运市场实现便民出行与企业可持续运营的双赢局面，并借助正规运营、低票价、多班次等优质服务，有效净化客运市场环境。

刘昱岗建议，客运企业等主体要主动布局数字化转型升级，加强同头部互联网平台的合作力度，依托出行大数据优化车型供给、线路布局、站点设置、运力调度等，提升数智化服务效能。

定制客运不是一时的“风口泡沫”，而是长期的“确定性刚需”。当出行不再只有“最快”和“最便宜”两个可选项，契合大多数人真实需求的道路客运将迎来第二春。

热评

驾培

崔 浩

刚刚过去的暑期，本应是培训旺季的驾校，却和往常不太一样。有媒体报道称，今年暑期，济南一家驾校15辆训练车仅有4辆投入教学，“旺季不旺”成为不少驾校和教练员的共同感受。

驾培行业遇“冷”，并非简单的季节性波动，而是需求变化的折射。近年来，随着全国汽车产销的迅猛增长，驾培行业迎来发展黄金期。然而，时至今日，“人手一证”的红利基本兑现。公安部数据显示，2025年新领证驾驶人2051万名，较2015年减少43%，年度新证量10年缩减超1500万本。有学车意愿的中青年大多早已持证，驾培市场正不可避免地告别存量红利。

而在增量方面，以“00后”为代表的年轻群体，出行观念也在发生变化。过去，会开车是成年人生活中的“必备技能”。如今，随着公共交通体系不断完善、网约车日益普及，人们对“自己开车”的依赖逐步降低。尤其对年轻人而言，网约车随叫随走，既省去了购车、停车、保险等养车成本，也不影响日常出行的便利性。

面对需求萎缩，一些驾校打起了“价格战”。有的套餐价格难以覆盖油费和人工成本，便靠隐性收费、二次收费来填补“窟窿”；有的压不下去成本，就变相降低服务品质；有的教练员吃拿卡要，导致学员体验大打折扣。这些行为都让驾校陷入恶性循环，非但无法解决经营困境，反而流失更多客源。

驾培行业要想实现持续发展，关键还要练好内功、主动创新，推动经营模式从追求招生数量向提升服务品质转变。

做优服务，提升学车体验。驾校要把学车过程中的“麻烦事”变成服务提升的新空间。比如，有的驾校提供“一人一车”、免费接送等便利服务，为学员解除学车的后顾之忧；有的则针对年轻人工作、学习时间碎片化的特点，推行分时段、错峰练车服务，提供周末、晚间等灵活预约时段，尽可能降低学员的时间成本。把服务做细、把体验做实，让学员学得更省心、更舒心，才能在口碑竞争中赢得更多学员。

做新教学，摆脱同质化竞争。驾校不能只满足于“教会开车”，而应围绕不同群体的实际用车需求，丰富培训内容和服务方式。比如，针对新手司机开设防御性驾驶、节能驾驶等进阶课程；针对老年学员、网约车司机群体推出适老化训练、职业定制培训等个性化服务内容。同时，还可盘活现有场地和教练资源，拓展无人机飞手培训、摩托车驾照等业务，不断拓宽经营边界，为驾校寻找新的增长点。

做实监管，引导行业良性出清。行业协会和监管部门应进一步强化常态化监管，完善驾校和教练员服务质量评价机制，通过发布服务质量排名、加强教练员动态管理等方式，让优胜劣汰落到实处。对服务质量不达标、违规经营的驾校和教练员，要及时规范、清退，倒逼驾校告别“低价揽客”的粗放竞争，把更多精力放到提升服务、改善教学质量方面。

随着驾培行业从“卖方市场”转入“买方市场”，驾校唯有以服务为本，在提质升级中重塑竞争力，才能在市场洗牌中站稳脚跟，让学车之路成为安全驾驶的新起点。

本版编辑 李 瞳 康琼艳 美 编 高 妍
来稿邮箱 jjrbgzb@163.com

六大平台承诺不搞“全网最低价”“独家合作”——

中秋国庆酒店价格将成试金石

本报记者 余 颖

9月15日，市场监管总局会同文化和旅游部召开在线酒店预订平台服务行业行政指导会。随后，参会“被指导”的美团、抖音、京东、携程、同程、飞猪六大在线酒店预订平台同时发声，公开承诺不搞“独家合作”“全网最低价”。

这是继今年7月携程集团因滥用市场支配地位被罚后，在线酒店预订平台服务市场的又一次震动。与携程相比，其余5家平台并没有那么大的市场份额，为什么也成了监管目标？

中国政法大学民商经济法学院教授焦海涛分析，从市场效果看，携程案将“独家合作”“全网最低价”认定为滥用市场支配地位行为，即便其他企业尚未取得市场支配地位，实行“独家合作”“全网最低价”等行为同样可能产生实质性竞争损害。“这类安排直接限制了商家的跨平台经营权与自主定价权，不仅削弱了商家的竞争能力，也使得不同平台无法形成差异化竞争，最终极易助推行业陷入低价‘内卷’，”焦海涛说，“低价竞争短期看可能会使部分消费者获益，但长期持续将会挤压商家利润空间，导致服务品质下降，反而损害消费者长远和整体利益。”这正是监管希望遏制的问题。

这次行政指导有明确的法律依据。关于“全网最低价”，《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第七条明确规定，“平台经营者要求平台内经营者在商品价格、数量等方面向其提供等于或者优于其他竞争性平台的交易条件的行为可能构成垄断协议，也可能构成滥用市场支配地位行为”。全球范围内的反垄断执法实践也印证了这一点，Booking.com、Expedia等大型在线旅游平台均因对商家施加与我国“全网最低价”类似的最惠国条款而受到多个辖区反垄断调查。独家合作的排他性安排也有类似属性，在大多数国家的反垄断法中既可能构成滥用市场支配地位，也可能构成纵向垄断协议。

焦海涛认为，其余5家不具有市场支配地位的平台实施独家合作、“全网最低价”等行为，仍具有较高的垄断风险。针对全行业主流平台开展行政指导，有助于及早发现、预防与控制垄断风险。

携程案为在线酒店预订行业划定了清晰的竞争红线，而此次行政指导会则将个案的警示效应延伸至全行业。

另一个与携程案的不同之处在于，此次行政指导会由市场监管总局会同文化和旅游部共同开展，相关属地监管部门参加。焦海涛认为，多部门联合参与行政指导，既折射出独家合作与“全网最低价”行为可能面临的多维度法律风险，也反映出多部门协同治理对解决平台经济领域问题的重要性，有助于将监管部门提出的竞争合规要求全面融入日常监管活动之中。

相较于其他行政处罚形式，行政指导更多是监管层面的前置性风险提示。企业主动响应监管要求、落实自查自纠，能够有效规避后续风险。

从会后六大平台发布的声明来看，各企业均表示坚决反对“内卷式”的恶性竞争，坚决抵制“排他性独家合作”“全网最低价”等不正当竞争行为。多个平台还提出推动实体经济和行业高质量发展的更高目标。

需要提醒的是，行政指导不具备强制效力，平台的公开承诺能否转化为实际的规则调整和算法修改，仍需观察。

焦海涛认为，平台要检视合作协议与平台规则，清理各类变相条款，区分正常商业优惠与具有排除、限制竞争效果的不合理限制行为；同时也要厘清算法、技术工具的使用边界，不应借助比价系统、流量调控等技术手段强制干预商家定价。此外，平台企业也应完善内部合规机制，将反垄断合规审查前置到业务规则设计、算法开发等前端环节，实现从被动应对监管向主动自我规制的转变。

对消费者来说，虽然失去了表面上的“全网最低价”，但取消“独家合作”后，消费者有望享受更丰富的酒店选择。不过，商家节省的佣金和投流成本、服务费等，能否以更合理的形式回报给消费者，仍有待市场检验。

今年，酒店行业竞争格外激烈。据迈点研究院不完全统计，2026年上半年全国新增超过3500家酒店，新增总客房超过31.6万间。另据中国饭店协会发布的报告，7月住宿业在线预订指数同比增长10.1%，平均房价指数却同比下降5.9%，入住率指数下降1.3%。在需求旺但供给更旺、价格又在降的背景下，平台和酒店以取消“全网最低价”为借口上调价格的空间较小。不过，即将到来的中秋、国庆假期将迎来一波客流高峰，平台和酒店如何处理旺季价格，将成为整改后检验平台诚意的第一道关口。

9月15日，江苏省苏州港张家港港区集装箱码头车来船往，货物装卸作业繁忙有序。最新统计数据显示，今年前8个月，苏州市外贸进出口2.6万亿元，同比增长47.9%，稳居江苏省第一位、全国主要外贸城市第三位。 施柏荣摄（中经视觉）