

一张火车票的蹒跚电商路

北京商报记者 卢亦杉 孙丽朝/文 李杰/制图

12306的市场化改造

在2014年春运即将启动之际，回家大军们接连得到重大利好——11月30日起，12306网站支持支付宝在线支付功能；12月2日，拉卡拉触屏智能终端机支持用户线下购票；12月6日，12306网站新版上线试运行，新添动态刷新、自动提交等服务；12月8日，铁路部门的官方手机购票客户端“铁路12306”上线试运行，可支持Android和iOS系统。这一连串的“福利”让年年来为回家发愁的消费者们一时有些反应不及，一向被诟病不断的12306，终于受到了消费者“好顶赞”的评价。

北京交通大学经管学院教授赵坚认为，铁总这一系列动作释放出商业化的信号。“这些措施对于铁总来说可谓是一举多得。在便民利民的同时，也将为其形象加分，最重要的是，销售渠道的便捷化也必将在一定程度上增加销售量。”

作为首个与铁路系统成功对接的第三方在线支付机构，支付宝方面认为，开通支付宝购买火车票是顺应消费者呼声的表现，此次联手体现出铁路系统对于支付宝的信任，支付宝将发挥在线支付的优势提高交易支付的效率。拉卡拉方面也表示，购票难是当前一个社会性难题，仅靠政府部门很难有效解决，拉卡拉愿意利用自身平台和技术优势分担难题，利用市场力量创造价值。

北京商报记者昨日体验发现，12306官网内的支付宝在线支付功能已经可以顺利使用，过程与普通网络购物无异，交易速度可快至五秒左右，且不收取任何手续费；但手机移动端的表现就差强人意，在3G环境下，其页面刷新速度不够流畅，购票体验效果不及网页订票。不过，值得注意的是，“铁路12306”的App在“更多功能”处设置了百度团购、搜狐新闻、折800等生活服务和网站导航栏目，这也是手机应用常见的广告支持方式。在业内人士看来，如此密集的升级举措，说明12306网站已开始了市场化改造，有意识地升级和完善自己的网购市场，实现网页、移动设备双端口齐头并进，这也说明由铁道相关部门开发的此款购票应用已经走向了商业化。

根据易观智库发布的《2013年三季度中国第三方支付市场季度监测》，在今年三季度，支付宝和拉卡拉的移动支付交易份额分别为64.4%和24.2%，也就是说目前12306的移动端已经覆盖了88.6%的市场，极大方便了消费者随时随地的购票需求。尽管这的确是12306的重大改进之一，但在业内人士看来，春运时购票潮带来的巨大流量有可能超过今年“双11”极值，第三方支付机构的承载分流与12306移动端购票通道的开通，是否能承载购票高高峰期的巨大流量还未可知，即将到来的春运将成为这些新增手段究竟能起到多少作用的最大试金石。而且，昨日被国内第三方漏洞报告平台“乌云”曝出存在“设计不当可导致用户信息泄露”的漏洞，也让新版12306的“春运首秀”蒙上一层阴影。数据显示，去年春节火车运送乘客数量达7亿人次，预计今年春节火车旅客将会有所增加。

电商行业人士也指出，支付宝、拉卡拉丰富了消费者的购票渠道，这一举动不仅顺应了铁路客票电子化的趋势，也有助于扩大两个第三方支付系统的市场份额，而且对提升铁路部门与合作企业的市场形象具有积极作用，是铁路部门、消费者、企业三方受益的体现。

屡败屡战的电商初尝试

在此前12306自上而下的市场化改造之前，市场嗅觉敏锐的电商企业早已将铁路客票作为增加流量的王牌之一。尽管在政策限制下，刚需品火车票一直都是众电商眼里可望而不可即的香饽饽，但事实上包括淘宝、京东、携程等电商企业都曾进行过火车票代购的尝试，甚至有企业在业务多次被叫停后，仍屡败屡战，冒险销售，只为博



一张火车票，牵出了电商平台和铁路总公司（以下简称“铁总”）对每年近20亿铁路客票市场的纠结与博弈。在淘宝、京东、携程等电商平台前赴后继地扑向火车票代购业务又屡屡被叫停后，电商期待的铁路购票市场化终于在支付端首先拉开一个口子。在过去的两年中，电商平台为了争取到销售火车票的资格绞尽脑汁，步履蹒跚。今天，铁路总公司摘下了横眉立目的面具，做出了敞开怀抱拥抱市场化的姿态。这或许意味着电商平台梦想中的铁路客票蛋糕已经不远了。



得用户关注，增加流量和曝光度。

早在去年3月底，京东就悄然上线火车票预订和代购业务，但12306官方网站发布公告称没有授权或委托任何其他网站开展火车票发售或代购业务，致京东的火车票代购业务最终流产。今年7月，京东与第三方火车票代购网站米老鸭合作又重启火车票预订业务，但不到半个月时间该业务再次下线。淘宝网的“淘宝旅行”也曾于今年10月上线火车票订购业务，有网友反映整个购票流程顺利，但该业务仅上线36小时就被迫停止。淘宝相关负责人回应称淘宝的火车票订购业务只是一次测试，所有订购、出售均由合作伙伴“赶火车网”完成，淘宝本身作为在线交易平台并不售卖火车票。

值得一提的是，利用“合作伙伴”提供火车票预订服务是大型电商平台的惯用方式，这样可以规避电商企业与铁路部门的正面冲突，减少电商企业的运营风险。但即使在这样的操作下，铁路总公司的前身铁道部也没有将机会留给电商平台。不过，在铁道部变为铁路总公司后，其对电商平台代销火车票的管制就不像此前那么严苛了。北京商报记者了解到，就在铁路总公司宣布成立的第二天，国内最大的在线旅游平台之一携程网就巧合似地宣布提供高铁及动车组火车票的在线订购业务，3月18日起开放所有类别的火车票的预订服务，携程凭火车票上位的速度可谓电商之首。不过，所有通过携程网PC端和移动App购票的消费者，都必须绑定10~20元的交通意外险。有业界人士表示，通过搭售交通意外险可以让电商企业从保险公司获得部分雇佣提成而达到盈利，不收任何手续费仅售卖火车票的第三方电商企业相当于免费为官方售票系统“跑腿儿”。

但这样的捆绑销售也招致消费者的不满。今年7月30日，中国消费者协会明确表示，网上代购代办火车票强制搭售交通意外险属违法行为，携程的代销火车票业务再遇风波。北京商报记者昨日登录携程网发现，其网页版仍推行该产品组合，消费者如果选择“不绑定交通意外保险”，就必须排队等候，昨日晚间7时许，网页显示购买北京至上海火车票还需等待两小时，前方排队人数为1950人。尽管本质并无太大差异，不过通过这样的妥协，携程将强制化的捆绑销售洗白为提升用户体验的自主选择。

市场期待电商售票渠道完全开放

2012年，全国铁路旅客发送量完成18.93亿人，也就意味着，铁总每年销售的火车票数量达到了18.93亿张。这一巨大的蛋糕让各路电商垂涎欲滴。

尽管铁总一直在转变，但当前在购票上仅是最终的支付环节与其他电商或企业合作，民众期待的多渠道售票尚未实现，各家电商积极争取的兜售火车票资格也没有获得。

有接近携程的相关人士向北京商报记者表示，从携程销售出的火车票数量在火车总票数中的占比微乎其微。“尽管是以提供订票业务为主的网站，也没有大型电商企业敢在火车票业务上押宝。而且目前，企业并不能以主营火车票为生，只能依靠其吸引流量，增加交易额，以提高市场份额。”

铁路和航空作为公众出行的两种主要方式，后者已经处于高度开放和竞争的市场中，而前者依然处于垄断

状态。正是竞争的环境才让航空客票体系从航空公司的服务、机票价格的波动到机票销售的渠道创新走上良性发展轨道。有数据显示，目前机票的线上销售量已经占到整体出票率的20%左右。反观铁路客票体系，目前的支付放开仅是市场化改造的第一步。

对此，中国工程院院士、中国中铁隧道集团副总工程师王梦恕坦言，铁总对于完全放开火车票销售渠道是有所顾虑的。“现在网购本身就有许多问题，一旦放开肯定有许多网站一哄而上卖火车票，一旦出了造假、欺诈等问题，责任还是铁总的，所以它干脆就只认12306这一个官网。”在电商业内人士看来，火车票线上购买线下取票退票，实则是一个O2O模式。易观国际分析师尹晶雪认为，交通票务是电商界投入产出比较高的类别，实现O2O闭环也较为容易。由于火车票市场体量庞大，产品又具有高度标准化的特质，一旦火车票的售卖完全开放非常容易走向商业化道路，将会带动诸如火车旅游线路运营等多个领域的发展。如今飞机票早已步入了市场化轨道，打折后的机票甚至低于一张高铁票，从宏观来看火车票走向市场化也只是时间问题。尹晶雪同时强调，对火车票市场化而言，当前最大的问题就是如何打通各地的政府关系。

赵坚也表示，放开这些电商订票渠道并不是技术问题，当前主要还是从管理上来考虑的。他认为，未来这将是铁路市场化改革的一大方向，但具体实施进程要看铁总有多大的积极性。“如果这些网站代卖火车票还需要向铁总收钱，铁总肯定不愿意，如果电商能够给铁总带来实实在在的利益，铁总的积极性肯定高很多。”

铁总的转变：从封闭到半开放

2013年3月，在国务院机构改革和职能转变中，原铁道部被分为三，中国铁路迈上政企分开的市场化改革之路。3月17日，中国铁路总公司正式挂牌，按照国务院要求，铁总承担原铁道部的企业职责。

随后，铁总开始了系列的市场化改革措施。6月15日，中国铁路总公司宣布对铁路货运的受理方式、运输组织方式、货运收费和物流服务等进行大刀阔斧的改革，将铁路货运全面推向市场。改革近半年来，铁老大悄然转身，积极奔走于市场，在各种博览会四处“练摊”揽客；不少地方铁路部门都成立了专门的货运营销中心，专门负责去拉货运的客户；一改此前只注重大宗货物的作风，大至万吨煤炭、钢材，小到一张身份证，通通照单全收。

改革不仅体现在货运上，在“政府定价”烙印颇深的铁路客运票价上，也开始出现了松动。今年6月21日，中国铁路总公司宣布，自7月10日~8月31日，京广、京沪高铁部分动车组列车的商务、特等和一等座票价按不同时段实行特惠。此后，高铁车票淡季打折惠民逐渐常态化。业界认为，高铁票价分时段特惠的模式，反映了铁路总公司正在适应市场需求，转变观念和经营机制。

在赵坚看来，铁总一系列改革措施都是在发挥自身的企业职能，越来越想按照市场规则来做事。“以前铁路是政府介入最多、干预最多、管制最多的行业，现在的铁总，企业职能在一点点扩大，政府的影子在逐步消失。”

赵坚认为，未来铁路总公司的市场化改革重点应该放在铁路货运价格和客运的票价改革上，只有在定价上完全让市场说话，才算真正的市场化。

但王梦恕对于铁路的完全市场化之路持保留意见。“货运的市场化改革进行得很顺利，这是因为货运本身是盈利的，在与公路、水路等竞争过程中，它必须融入社会大物流，其价格和运营体系按照市场化那套来是完全行得通的。但客运却不同，按照当前的票价，铁路客运根本不挣钱，且铁总当前还承担着许多公益性和服务性的客运职能，比如运送军队等，这就必须要国家补贴。”王梦恕还透露，当前铁总已经向政府申请了上百亿元的补贴，预计明年初将分批发放。

冬游长城

壮美金山岭

万里长城 金山独秀

世界文化遗产

全国重点文物保护单位

国家级风景名胜区

国家AAAAA级旅游景区

旅游热线: 010-84024627/28

景区热线: 0314-8830222/555

网址: www.jslcc.com