



厦门大学经济学院

# 暑期实践策划书

# 钦车孰路

六、团队介绍	29
(一) 指导老师介绍	30
(二) 团队成员	31



# 一、实践内容介绍

## (一) 实践背景及实践目的

### 1. 课题背景

#### (1) 专车软件介绍和专车服务市场发展现状

专车软件是专为高端商务出行人群提供优质服务，旨在满足出租车市场高品质，多元化，差异性需求的打车平台。基本流程与出租类似，可以电话预约信息，通过互联网平台路程估价并在服务结束时结算。所不同的是专车司机们穿着更加商务化，正规化，乘客还能按商务出行需要选择不同车型。

从2014年8月上线以来，各大专车软件受到消费者热捧，用户呈指数式增长。一项民意调查显示，66%网民愿意选择专车服务，其中56%的用户愿意乘坐滴滴专车出行，超过同行业竞争对手之。据一项调查显示，截止目前，滴滴专车市场份额已超过70%，占据中国专车服务领域老大地位。截止2014年底4个月，滴滴专车已覆盖北上广等一线城市和12个大型城市，日订单量突破15万份。

由于目前专车软件正处于市场培育和用户养成阶段，竞争白热化，优惠满天飞，凭借优惠活动普通用户以较少的费用享受服务，专车软件极大冲击着旧有出租车市场。2015年元旦前后，一些省会城市接连出现出租车司机要求政府取缔专车为由集体罢运事件。

虽然部分城市因此采取了直接禁止专车的一刀切政策，但目前交通运输部门及不少地方管理部门已正式表态，承认专车合法地位，认为引入竞争，可促进出租车行业改革。

#### (2) 国内传统出租车市场和汽车租赁行业

一直以来，政府为了方便监管，鼓励出租车行业企业化，规模化经营。一方面，出租行业几乎由国企垄断，国企手持政府特许经营牌照，向司机收取管理费（份子钱）。在垄断经营的市场环境下，虽然份子钱较高，司机收入仍为可观。另一方面，各地交通部门长期严控出租车总量，据早先交管部门公布数据，目前全国出租总数约为110万辆，仍有40%用户即1600万单出行需求没得到满足。以2014年北京交通委发布的数据为例，北京近十年内出租车数量几乎无增长，但城市人口净增700万，平均每332人一台出租车。与此同时，汽车租赁行业闲置率极高，据调查100辆车一个月只有10天能全部租出去。

## 2. 课题目的

在全球共享经济日渐流行的背景下，本课题旨在通过对福建省以滴滴专车为代表的专车软件使用群体调查与研究，分析福建省内专车软件的对目前传统出租车市场冲击，分析得出目前专车软件深受热捧的市场和社会原因，寻求专车服务市场目前存在的不足，给予专车软件公司行业自律和自我监管方面一定启示，同时比较分析出制约国内传统出租车行业结构优化的因素，最后根据实证结果，借鉴国外以Uber为代表的线上打车软件的管理经验，给地方管理部门在专车监管政策制定与完善和城市信息化治理方面提出一些建设性意见。

## 3. 课题意义

基于移动互联网时代和共享经济大潮，本课题对专车软件使用和监管进行系统性研究，以专车服务领域龙头滴滴专车为主要研究对象，具有以下课题意义：

- 1) 考察当前专车服务市场主要需求状况，考察专车服务市场计价标准和服务质量评估体系，有利于更清晰且精准地把握当前专车服务市场现状，给予专车软件公司运营和监管方面一定启示，提高专车公司服务质量，促进专车行业透明化定价和其市场健康有序发展。
- 2) 考察滴滴专车与传统出租车、Uber市场替代、竞争与互补性关系，为传统出租车公司与司机合理面对专车市场竞争提出对策，有助于传统出租市场结构优化与自我革新。
- 3) 在政府角度上，借助大数据平台和互联网创新理念，有利于充分调动社会运输闲散资源，推动政府城市治理现代化和信息化进程。为政府完善专车服务市场相关制度规范制定提供很好的参照，有助于政府未来探索各城市出租车管理制度创新。
- 4) 在改善社会民生方面，有助于提出缓解城市拥堵程度的意见，更好有效释放道路资源，提高社会居民出行效率。

## (二) 相关领域研究

专车兴起于2014年初，经过短时间内的“爆炸式”增长，目前已经初具规模。目前对于专车的研究主要是各大周刊的时事评论，还没有较为系统的学术

性研究成果出炉。各大周刊对于专车的讨论主要集中在一下几个方面：

## 1.专车的定位及运营模式

滴滴专车主要定位面向中高端商务人群，定价较之普通出租车也更为高昂，并通过统一服务标准、服务规范和完善的服务保障体系保证交易的成功率和满意度。专车的出现填补了市场的空隙，“与公共交通、出租汽车等传统客运行业错位服务，开拓细分市场，实施差异化经营”。

专车服务是一个多方关系，甲方是乘客、乙方是汽车租赁公司、丙方是劳务公司、丁方是专车软件公司。乘客与汽车租赁公司之间是汽车租赁关系，劳务公司派遣司机为乘客提供专业代驾服务，劳务公司与汽车租赁公司形成劳务派遣关系，专车软件为乘客、汽车租赁公司以及劳务公司提供信息沟通服务，专车软件与乘客、汽车租赁公司以及劳务公司形成信息服务关系。

简而言之，专车软件公司只是一个信息平台，负责提供租赁车辆和劳务公司驾驶员的相关信息，整合成一个客运服务，为社会提供有偿服务。

如同我们在淘宝上买东西一样，乘客坐车后，不必付钱给司机，而是付给交易平台，交易平台确认乘客满意后，再把资金转给司机。另外，乘客事后可以在网上对司机的服务进行评分，评分差的司机会逐渐被市场淘汰，从而保证专车服务的质量。

## 2.专车的合法性

### (1) 专车与“黑车”的区别

所谓的“黑车”是指那些没有在交通运输管理部门办理任何相关手续、没有领取营运牌证而以有偿服务实施非法运营的私人车辆。

而“专车”其实是商务车，属于汽车租赁公司，不在马路上巡游，只能通过电话或软件召车，提供点对点服务。是由企业自主运营，司机作为劳务公司员工，仅提供驾驶服务，交通部门负责发放营运证，并进行监管。因此虽然专车形式上与“黑车”较为相似，但是仍然有较大的区别。

### (2) 专车是否合法

由于目前没有明确的法律法规进行明确的界定，专车这一新兴市场一直游走在法律的空白地带。根据规定，私家车、挂靠车等非汽车租赁企业所属车辆，不得提供有偿汽车租赁经营。但是滴滴专车等打车软件属于一种移动出行的撮合平台，它们为租赁公司的车辆和乘客提供信息匹配，车辆是汽车租赁公司提供，司机是由劳务公司派遣，因此，专车服务并没有明确违反相关法律法规。

由于中国出租车牌照的管制，专车自推出以来一直饱受非议，加上各地频繁爆发的出租车司机抗议活动，自2015年1月以来，已经有近十个城市叫停了专车服务。但是，交通运输部于2014年11月27日、2015年1月8日两度表明态度，对专车业务将坚持“以人为本、鼓励创新、趋利避害、规范管理”的原则，

鼓励和包容市场创新。可以说，国家对于专车这一新兴事物还是持相对支持和鼓励的态度。

### 3.专车推出的积极意义

#### (1) 填补市场空隙

由于出租车牌照的管制，出租车的数量始终保持在较低的水平，难以满足日益增长的大中型城市中市民的出行需求。尤其是在上下班高峰期与节假日期间，打不到出租车已经是常态。并且在很多场合，传统出租车由于定位较低，难以满足一些高端商务人士的需求。专车的出现恰好填补这一市场空缺，与出租车实行差异化经营。

#### (2) 降低交易成本

滴滴专车等通过打车软件将消费者信息与专车司机信息匹配，实时调度最近的车辆前往，减少了消费者等待的时间成本，同时，专车只接受电召或者软件打车，不接受路面扬召，减少了司机在道路上巡游揽客的成本。并且，在传统的出租车行业中，出租车司机往往需要定期向牌照所有公司上交“份子钱”，专车司机则只需提供劳务服务，不需要缴纳额外费用。

#### (3) 优化交通市场资源配置

出租车管制造成了城市交通市场的供需不平衡，居民出行往往很难方便地打到出租车，而传统路面扬召的叫车方式很容易使出租车司机和需要打车的乘客擦肩而过。同时，汽车租赁公司也存在大量的闲置待租赁车辆。专车服务能够较为有效地优化资源配置，既满足市民出行需求，也充分利用了城市闲置运力。

#### (4) 基于大数据的商业地图构建促进智能交通的实现

专车服务主要通过线上的信息匹配完成交易，因此可以收集到大量的数据，并依此建立商业地图，通过大数据技术的挖掘、定位、匹配和优化作支撑，用互联网的创新理念改造传统交通行业，促进智能交通的实现。

### 4.专车对于传统出租车市场的冲击

我国出租车市场长久以来的管制在方便政府监管的同时也造成了出租车行业较高的进入壁垒。我国的出租车行业主要由国企垄断，国企运营商手持政府发放的特许牌照，向出租车司机收取管理费（即份子钱）。

专车的出现打破了出租车公司在这一领域的垄断地位，对现有的出租车行业形成了较大的冲击。一方面，由于在滴滴专车等推广期间推出了大量的优惠补贴措施，使得传统出租车行业不仅在服务上远远比不上专车，在价格方面也不占优势。因此，传统出租车行业短时间内被抢夺了大量的客源。另一方面，面对发展迅猛的专车服务，传统出租车行业也不得不重新思索前进与改革的方向。

表面上看，是滴滴专车挤占了出租车的市场份额，引起传统出租车司机集体停运，实质上是出租车行业长期积累的深层次矛盾的爆发，依靠垄断优势建立起的盈利基础必然难以长久。

从专车的角度看，专车的定位是面向中高端商务人群，与传统出租车行业的定位有明显差异。大多数普通消费者几乎只有在打不到出租车的时候，才会选择专车服务。之所以专车在短期内对传统出租车市场形成较大冲击，是因为当前专车软件市场正处于市场培育、用户习惯养成阶段。这一阶段中，专车软件正值竞争白热化，各种优惠活动满天飞，导致本该服务中高端用户的专车，普通用户通过优惠活动用比较少的费用就可以享受到其服务，这抢夺了一些出租车用户，造成了一种冲击假象。在专车的优惠补贴期过去后，专车必然渐渐形成明确的定位，“与公共交通、出租汽车等传统客运行业错位服务，开拓细分市场，实施差异化经营”。而此次专车的冲击也是传统出租车市场改革的契机。

## 5.专车服务目前存在的问题

### (1) 车辆来源的合法性

尽管专车公司一再强调：车子是通过正规租赁公司租赁的，驾驶员是与第三方劳务公司签约提供的。但是由于专车行业的快速膨胀加之没有完善的监督机制，专车市场上依然存在私家车挂靠的现象，这是法规所明令禁止的，一律算作“黑车”。还有一些中小租赁公司的资质存在问题，车辆来源和安全性难以得到保障。

### (2) 潜在事故隐患，容易引起交通事故

为了保证业务连续性，减少停歇时间，大多数司机都会在运营途中继续接单，单手操作手机或智能设备，会分离精力，影响司机的正常操作，很容易发生交通事故。

### (3) 出现事故的责任认定问题

由于专车软件在专车服务中充当信息中介作用，汽车租赁公司提供车辆，劳务公司提供司机，从上述法律关系来看，乘客成为了车辆的实际承租人和使用者，不仅要承担租赁合同中承租方的法律责任，还可能依据《侵权责任法》，承担交通事故后机动车强制保险责任限额范围之外的赔偿责任。这让乘客承担了潜在法律风险。

## 6.如何完善对专车市场的监管

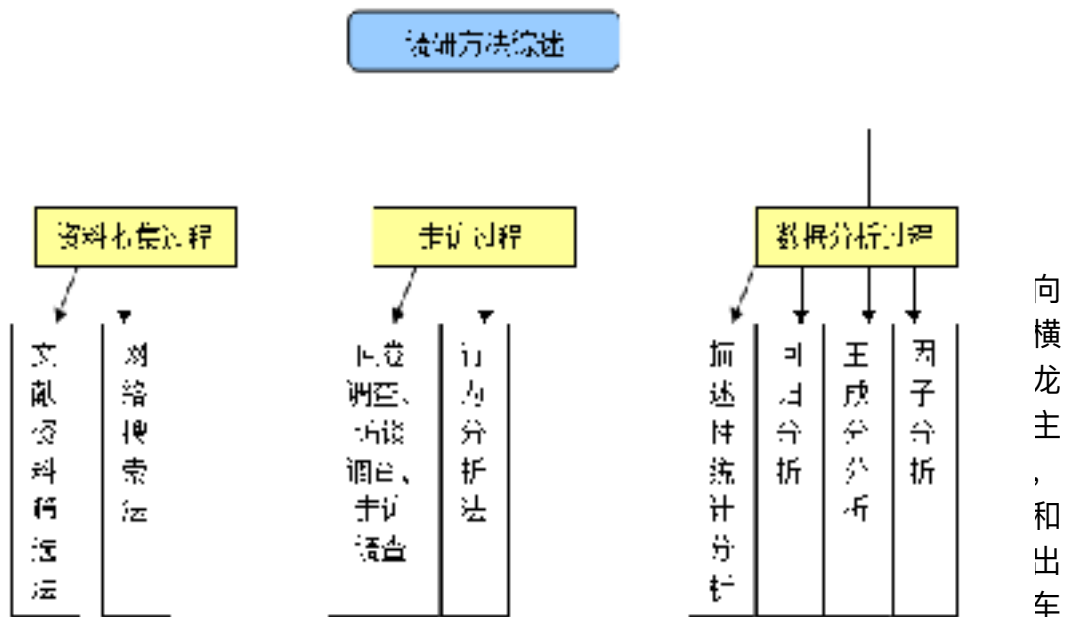
### (1) 建立严格的审核机制

通过严格的审核机制来保证车辆来源的合法性与安全性。所有驾驶员都要通过专业劳务公司提供并备案以保证安全驾驶，同时保证透明的价格体系。

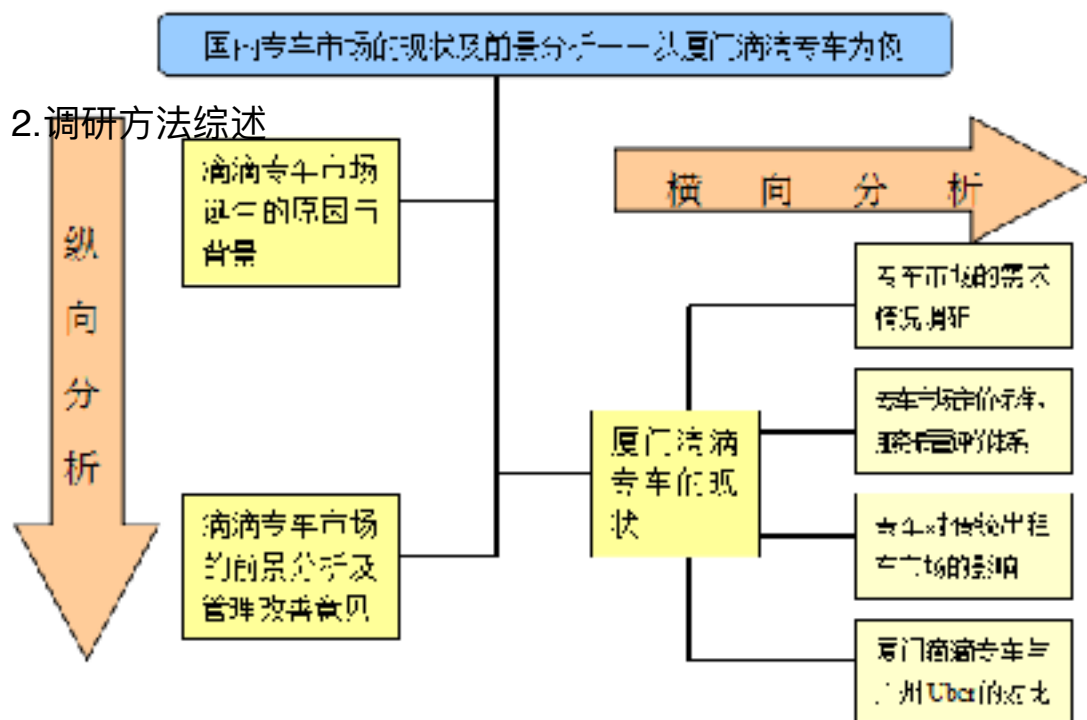
### (2) 完善相关法律法规，给专车“验明正身”

一个新兴市场的发展总是伴随着阵痛，如何完善专车服务市场的相关制度

规范，破除法律壁垒，让专车摒弃野蛮生长、回归理性，是我们必须面对的问题。



市场进行准实验调研。





总体上说，资料搜集过程中将文献资料筛选法、网络搜索法等相结合一获取二手资料。这些方法的共同特点就是在企业内部和外部搜集对项目研究有用的现成资料。企业内部资料的搜集涉及各个部门，如财务部门、人事部门、运营管理部门等；外部资料来源主要是图书馆、政府部门、统计机构、行业组织、新闻媒体等。走访过程中采取询问调查法和行为分析法以获取一手资料，询问调查法包括问卷调查、访谈调查和走访调查，其中问卷调查和访谈在数据收集方法中有相当高的使用率，是第一手数据收集中最常用、最基本的一种方法。行为分析法则是一种新型的调研方式，用于弥补问卷和访谈中凭借经验积累所做的直观判断的不足。数据处理与模型构建上将定性分析与定量分析相结合，基于所获数据的不同特征和研究目的采取不同分析方法，比如描述性统计分析（对变量的数据特征和观测量分布状况进行初步的基本分析），线性回归分析或logistic回归分析（对数据特征要求较高），偏最小二乘回归或非参数回归分析（改进上述回归更适用于市场调查），主成分分析和因子分析（用于数据具有较强相关性的大样本）等。

### （三）子课题简介

#### 1. 子课题一：专车市场的需求情况调研

##### （1）子课题背景与意义

厦门作为经济特区和计划单列市，定位为区域性国际航运中心和商务中心，21世纪以来城市规模与人口总量都有极大程度和较快速度的增长，对城市交通运输的效率也提出了新标准和高要求。尽管厦门公共交通运输系统日臻完善，出租车以单个服务的灵活经营特点作为城市交通的不可或缺的组成部分，弥补了公共交通“点对点”和“最后一公里”的局限。然而国内出租车行业发展的政府管制和垄断经营模式决定了长期以来市场上极大的供给短缺，厦门当地普遍存在等车时间过长和空车数量过少的现象。另外，厦门作为旅游中心每年吸引大批游客入岛，极大的旅游客流量和景点之间、车站机场之间客运需求量十分可观，游客出行在合理的收费下，相比公共交通更倾向于选择快捷的、专属的出租车作为交通方式。出租车市场的供需缺口可见一斑。

自2014年以来，北京、上海、广州、深圳、杭州、厦门等一线城市兴起的“滴滴专车”引起社会各界的广泛关注。作为为高端商务出行人群提供优质服务的产品，也是传统出租车行业现状而催生的滴滴专车，对满足运输市场高品质、多样化、差异性需求具有积极作用。消费者在使用专车服务时可以以电话预约信息，按商务出行需要选择不同车型，通过互联网平台路程估价并在服务结束

时结算，而且专车司机们穿着更加商务化、正规化，服务更加人性化、优质化。

考虑到当前滴滴专车服务市场的主要消费人群为中高端消费者（如商务人群、众多游客），专车服务建立在互联网、手机客户端的使用基础上，限制了目标消费者必须具有一定的操作能力。可以在理论上认为专车的需求规模不等同于出租车的需求规模，还很有可能前者小于后者，但专车对出租车替代作用和互补效应使得对出租车的需求一定程度上反映了对专车的需求。

在时间和空间两个维度上，城市交通运输都受到季节因素和地理因素的影响。季节因素是指在一年内特定月份，或者扩展到一天内特定时间段，对出租车的需求量出现有规律的明显上升或下降现象，如各种节假日游客量相比工作日明显增多，上下班高峰期用车需求增加等。一方面，厦门的大部分出租车公司为了兼顾白班和夜班司机的利益公平，多年来约定俗成形成了高峰时段交接班的习惯，造成高峰时段有效运营车辆相对减少，市民出行需求上升而有效供应却在下降另一方面，高峰时段道路常常拥堵，出租车司机考虑自身利益，不愿去拥堵路段，市民出行需求上升而有效补充却无法持续。地理因素是指热门上车点和目的地的地点变迁使某区域出租车的需求发生突然性和短期或长期的变化，比如随着城市建设步伐加快，部分道路施工改造出租车的营运范围受到了极大的限制。厦门地铁修建过程中道路封堵对该封堵地区出租车需求的突然性和短期影响，鼓浪屿轮渡码头与东渡码头对市民和游客的分流引起两区域出租车需求的长期改变，未来岛内火车站的全面投入使用对出岛出行服务的出租车需求的影响等，也都暗示出对专车需求的刺激或抑制作用。

## (2) 分析方法

### a. 计量分析：

运用Eviews、SPSS、stata等经济分析软件，对目前专车需求量与传统出租车数量、价格水平、平均客运里程数、时间段、地理位置等变量之间的关系进行回归分析，对目标消费者选择专车服务的影响因素根据贡献大小进行排序。判断并检验模型的拟合性和实用性，根据相应理论与方法修正模型，最后给出一定置信水平下对未来专车需求量的预测区间。

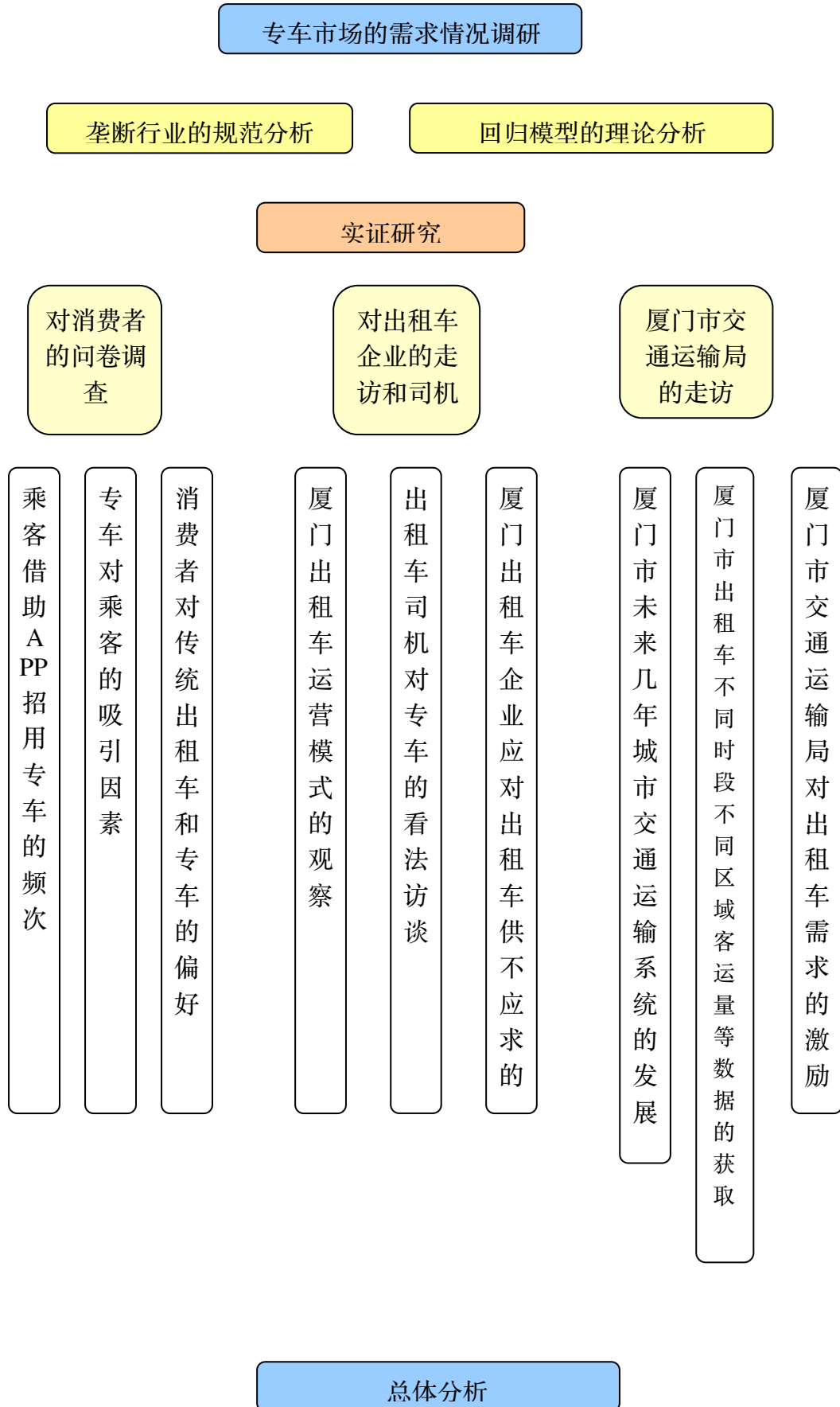
### b. 定量分析的原因与目的：

对垄断市场造成的供应短缺与出行要求产生的需求增长之间的缺口进行定量分析可以直观给出专车需求的市场驱动力，预测未来专车需求量的多少有助于引导专车与传统出租车的市场的共同发展。

### c. 消费者行为分析：

行为分析法是利用数据挖掘技术，有效地帮助调查者透过表面上无关联的消费者的数据层，发现数据之间的内在的有意义的联系，从而不仅把握消费者已经形成并表现的需求偏好，而且对其需求也能进行有效的预期。滴滴专车的使用建立在打车软件的使用基础上，乘客背景及乘坐的所有信息如上车点、行驶里程数、乘坐费用、等待时间等在使用软件的同时即被记录并储存在数据库里。在上述消费者数据库的支持下，利用现代数据挖掘或分析技术，我们可以归纳消费者在过去时段里的消费习性，还可以估计未来某一时段某一区域的需求预期。

(3) 研究思路框架



#### (4) 调研思路与内容

打车软件的普及逐步打开人工电话召车、手机软件召车、网络约车召车等多种召车方式并行的局面，使得需求信息通过统一的城市出租汽车电召服务平台推送至统一车载终端。像在此行业发展得风生水起的滴滴、快的两家公司都公开表示，打车软件厂商和交通部门都是为了给用户出行提供便利。我们应能感受到手机召车服务技术的先进性，它搭建了平台、统一收口，同时对厂商来说也是利好。手机作为通用设备，其软硬件更新速度快的特点更适合服务司机和乘客，而车载终端更适合作为行业管理工具。

##### a. 基层调研

a) 走访传统出租车行业司机和使用打车软件的司机以及消费者：通过采用向这三者发放问卷，口头采访的形式，实地调研收集所需数据，获得最真实的信息。

b) 走访政府部门：从当地交通管理局，统计局等相关部门收集二手资料，力图保证数据信息的完整性、准确性、客观性。

##### b. 全面调查为主，抽样调查及重点调查为辅的调查方式

对于像类似厦门市思明区这些城市中心地带，其交通运力较为发达，可采用重点调查的方式。对于问卷调查的设计，应本着简洁易答的原则（因为我们发放问卷的调查对象是匆匆赶路或者正在等车的行人），将抽样方法、问题设计和访谈技术三个基本面有机联系在一起，形成高质量的调研设计，并且力求让所得答案真实客观。在调查员方面，进行统一的调查前培训。在问题设计上，参考有关文献，确定要列入问卷中的内容有较大的信度和效度。最后将民意调查问卷卷中的数据收集整理，整合分析后列表或以图形的形式展示。

在对传统出租车行业司机的口头采访调查中，我们预计以海峡、联亿、坤驰等几家大型出租车公司为重点调查对象，考察当前专车服务市场的主要消费人群，用户活跃度和使用频次，以便初步了解出租车市场的基本情况，从而为战略分析奠定基础。

## 2. 子课题二：专车市场定价标准、服务质量评价体系

### (1) 子课题背景

城市交通运输工具的价格是分配城市客运交通资源的重要手段，合理的客运出租车价格可以通过改变出行者出行需求的弹性和出行机会成本，影响出行者的决策行为，使出行需求在交通方式和时空范围等方面得到平衡。

在收费标准上，根据厦门市物价局厦价商[2012]8号文，厦门市于2013年6月核定岛外出租车与岛内统一运价标准，各种车型起步价统一核定为8元/3公里，超过3公里起步里程后运价为2元/公里；单次营运里程超过8公里以上部分

加收50%回空补贴；每日23点至次日5点加收20%夜间补贴；等候费计费时间为每5分钟按车公里运价计算，第一个5分钟免费；燃油附加费按照厦价商[2007]35号文执行。此外，岛外出租车实行区域经营制度，可在岛外各区跨区营运，但禁止在岛内营运。也就是说，传统出租车定价是以运输成本（固定成本：准入资质的租价、车辆保险费、检测费；可变成本：驾驶员工资、燃油费、车辆维修保养费）为基础，以价值规律（反映各市场的供求关系）为导向，受相关政策影响。

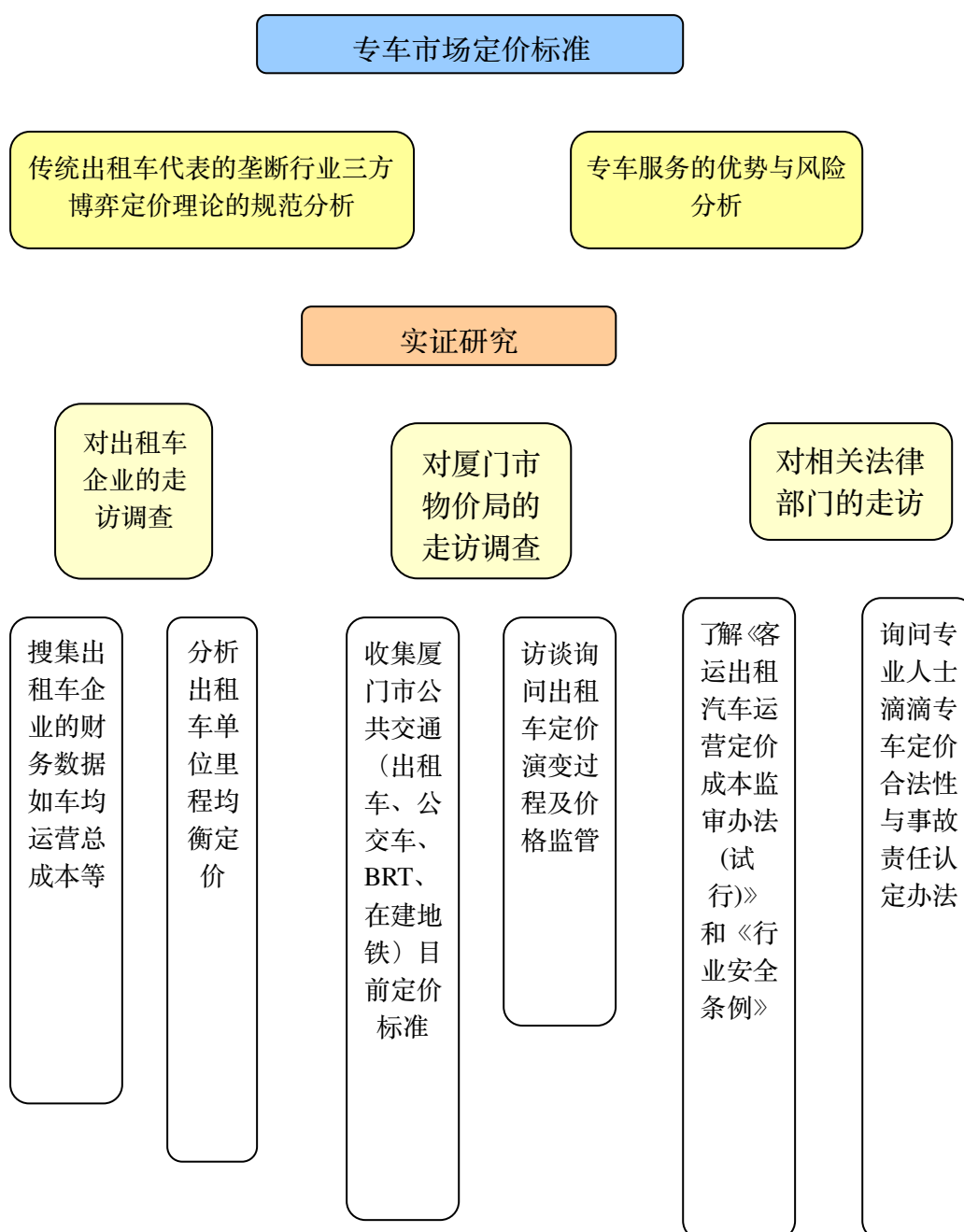
而滴滴专车尚未统一收费标准。据悉，滴滴专车推出时的计价规则是17元起步费，加上每公里3.7元和每分钟1元的等候时间费用（车速低于每小时12公里时为等候时间）。问题在于，滴滴专车的价格制定及收取并不是按照《客运出租汽车运营定价成本监审办法(试行)》、《出租汽车经营服务管理规定》的相关规定制定价格，仅仅是依据滴滴公司单方面制定的价格收取办法，未受到任何有关部门的核准与监管。尤其是其中不同于传统出租车使用计价器进行里程核算，滴滴专车利用处于联网状态下的手机自身GPS卫星定位功能来计算手机的行驶里程，这种计算方法有明显的不足，当手机网络信号不良时，很难准确计算行驶里程，加之，市场上各种品牌手机的卫星定位跟踪系统的准确性各不相同，如果在使用过程中手机定位出现小“漂移”的情形，会造成消费者车费的大“跨越”。此外还存在滴滴专车在进行推广和宣传时，联合微信支付等移动支付平台推出的红包、补贴等优惠项，各地收费与优惠标准不统一，有些出现了各种名号的费用征收，比如服务费、低速费等，加之专车收费一般不进行现金支付，而是同样通过移动平台，也不开据发票。可以说，现在滴滴专车存在严重的价格乱象。在2014年11月，滴滴专车在全国范围内统一降价，降价之后，起步费为12元，每公里2.6元，每分钟0.4-0.8元的等候时间费用（上午7点到10点和傍晚5点到7点为最高价），体现了滴滴公司价格战的发展战略。

## (2) 分析方法

运用主成分分析法构建定价模型，考虑到专车与传统出租车服务水平上的差异，观察市场是否允许专车定价高于传统出租车，并对影响专车价格的因素

进行指标化、变量化，同样基于以运输成本为基础，以价值规律为导向构建专车定价模型，辅以专车服务质量评价体系，将专车服务质量这一主观指标纳入模型，给出一定可信度下的专车市场均衡定价，分析目前市场价格与合理价位的拟合程度并给出建议。

### (3) 研究思路及框架



### (4) 调研思路与内容

#### a. 调查方式：横向对比

本次调查中课题组预计采用横向调查的方式。我们希望通过采访相关

政府部门比如交通运输管理局和一些出租车司机，得到大致资料如政策落实、主营业务、年利润额等有效信息，再将它们与专车服务行业进行横向对比，得到整个市场的大致价格水平。

#### b. 数据搜集方式

由于打车软件是随着近一两年来网上支付方式的普及和其他APP使用人数的增加应运而生的，所以在数据采集上，我们在截面数据、时间序列数据和面板数据中，根据现实的需要，合理地采用了截面数据：即在变化相对不大的同一时间段内对多个个体采样。本次实践活动将从传统出租车行业司机、在线上平台跻身打车软件行业的“新生代”司机和消费者三个维度，分别以广州和厦门为代表的不同城市类型为截面，开展数据搜集。

### 3. 子课题三：专车对传统出租车市场的影响

#### (1) 子课题背景

近年来，国内出租车行业备受争议，各地出租车行业普遍存在汽车总量规划、经营资质核准、市场准入门槛、租价管理等制度，导致行业利润在政府、出租车经营企业和出租车司机之间的畸形分配，出租车经营企业取得了垄断利益。

根据厦门市交通运输局2013年数据，厦门市出租汽车企业共有12家，其中岛内市场份额较大的有：厦门海峡出租汽车股份有限公司（成立于1997年9月，是厦门市交通委系统所属的七家国有、集体运输企业。目前拥有出租车数量886台，员工近2000人，是厦门市乃至福建省出租车资产最大的专业化经营公司）；厦门市坤驰联合出租汽车有限公司（成立于2005年5月，主营出租客运业务，具有厦门市汽车租赁资质，拥有厦门市道路运输管理处颁发的《道路运输经营许可证》。目前拥有出租汽车754辆，公司从业人员1900名，其中驾

驶员1860名)。尽管目前多家企业进行股份改制,但厦门出租车行业仍具有垄断特征。

滴滴专车不仅具有传统出租车的分散性服务的优点,而且体现出出租车不具有的特征,集中体现在填补市场空隙、提高城市运力和打破垄断模式、促进制度改革两个方面。尽管滴滴专车目前的管理运营模式并不完善,还存在安全风险和法律监管漏洞,但滴滴专车的诞生与发展积极调动了各地方城市出租车管理制度创新的积极性,对于探索和促进出租车行业管理制度的完善具有重要意义。

## (2) 2.分析方法

### a. SWOT 分析法:

SWOT 是由英文中的优势 (Strengths)、劣势 (Weaknesses)、机会 (Opportunities)、威胁 (Threats) 四个单词的第一个英文字母构成,这种经营战略环境的分析方法,在国外普遍使用。优劣势分析主要是着眼于企业的自身实力及与其竞争对手的比较,而机会和威胁分析则将注意力放在外部环境的变化及其对企业的可能影响上。SWOT 分析的主要思想就是:抓住机遇,强化优势,避免威胁,克服劣势。SWOT 分析的目的是进一步考察这些公司是否符合整个行业的经营,是否能够建立长期持久的竞争优势。运用SWOT分析法将滴滴专车运营企业和传统出租车运营企业的优劣势进行对比,着重分析滴滴专车的优势对传统出租车行业的影响。

### b. PEST分析法:

PEST是由英文中政治 (Political)、经济 (Economic)、社会 (Social) 和技术 (Technological) 四个单词的第一个英文字母构成。PEST分析是指宏观环境的分析,对一切影响行业和企业的宏观因素进行剖析。对宏观环境因素作分析,不同行业和企业根据自身特点和经营需要,分析的具体内容会有差异,但一般都针对政策动向、经济环境、社会背景和技术水平这四大类影响企业的主要外部环境因素进行分析。在经济发展进入“新常态”的大背景下,国企改革等政策大方向导出了对国有垄断的打破趋势,再加上互联网技术的发展,“互联



网+”效应越来越体现在日常生活中。滴滴专车在互联网金融中诞生与发展，前景较为广阔，但也面临法律上的监管与限制；传统出租车在经济体制改革中面临机遇与挑战。运用PEST分析可以比较二者在当前与今后发展的差异。

### (3) 研究思路及框架

## 专车对传统出租车市场的影响

### 替代效应的理论分析

### 互补效应的理论分析

### 实证研究

对厦门重点出租车企业走访调查

调研滴滴专车运营公司

专车与出租车的替代互补分析

出租车行业当前市场状况

企业自身发展当前亟需改革的地方

企业未来短期、中期、长期发展规划

滴滴专车的优势与特点

滴滴专车目前主要占有的消费人群和市场需求类型

滴滴专车的未来发展战略

专车在城市短途客运上的替代效应对出租车的影响

专车在个性服务和紧急需求上的互补效应对出租车的影响

替代效应与互补效应的共同作用下专车对出租车市场的影响

### 总体分析

#### (4) 调研思路与内容

走访传统出租车企业，了解其当前市场状况和企业亟需改革的地方，进一步调查其未来短期、中期、长期的发展规划。

联系滴滴专车运营公司，或实地走访或电话访谈，调查其发展战略。

#### 4. 子课题四：厦门滴滴专车与广州Uber的对比

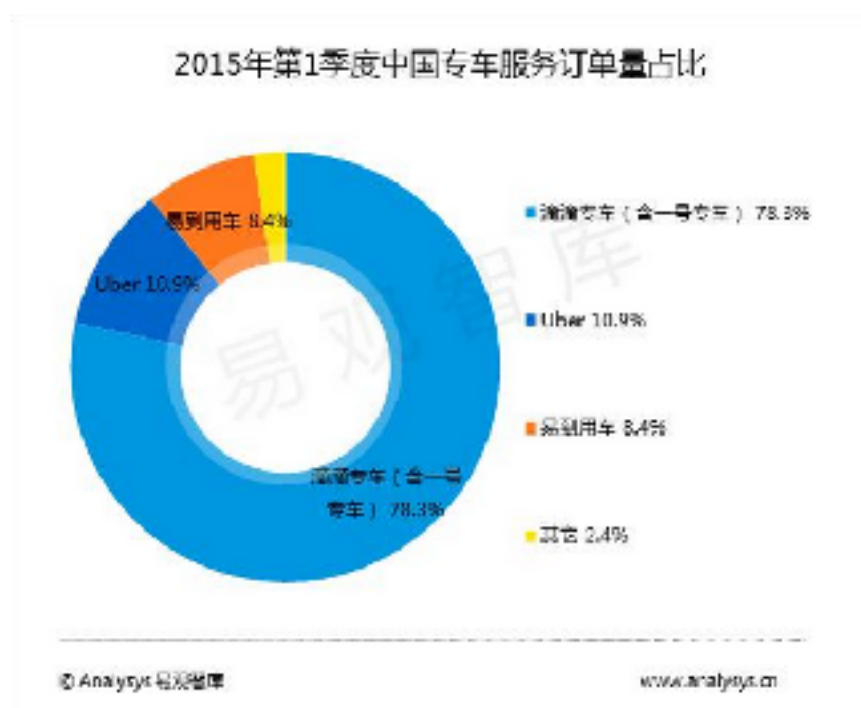
##### (1) 子课题背景

Uber 是一款从美国兴起的智能手机平台软件，最早是在2009年由特拉维斯·卡兰尼克和格雷特·坎普成立，起初名为“UberCab”。据Uber方面介绍，其对自己的定位不仅仅是一款打车应用，而是“为乘客提供一种高端和更私人的出行方案”。在美国，用户可以通过走优质服务路线的Uber black服务订到像加长林肯、凯迪拉克、宝马、奔驰等豪华私家车，司机会带着白手套彬彬有礼地提供服务，让乘客享受到“私家车”的服务感受，感觉到自己多花的资费是值得的，同时也可以通过UberX服务订到丰田普锐斯和大众捷达这样的紧凑型轿车。值得一提的是，在服务结束之后，用户会收到一封邮件，写明了里程数和收费数目。最贴心的是在里面会附上你的行驶线路图，这样可以一目了然看到司机是否带你兜圈子。如果对于司机有不满的话，可以直接给Uber打电话投诉。不过，最大的亮点并不是这些，在美国 Uber 还可以提供送花、送快递、送蛋糕、送冰淇淋等个性化服务。不难看出，Uber 真正拼的并不是软件功能，而是创意服务，高端私人打车服务体验才是其成功吸引风投的原因所在。

Uber在2010年6月正式于旧金山推出服务。2012年4月，Uber在芝加哥测试了以较低价预约传统出租车的服务。2012年7月，其进入伦敦市场。2013年2月Uber进入新加坡市场标志着Uber开始全面开拓亚洲市场。2014年2月13日，Uber在短暂的试运营后正式登陆上海，并将于17日，18日登陆深圳和广州。为迎接中国的广大用户群体，Uber首先推出了自己的中文名“优步”，体现“穿越城市、无远弗届”的宗旨。其次Uber与支付宝展开合作，并在支付系统中增添了支付宝作为付款方式，对8亿中国用户敞开大门。而且与中国本土打车 App 不

同，Uber 的中国合作伙伴并不是大街上的出租车，而是豪华汽车租赁公司，为用户提供提供的都是配备司机的豪车，车型包括奔驰 S350、奔驰 E300、BMW5、奥迪 AQ6 和奥迪 A6 加长版等等。

然而，Uber在中国的本土化进程其实并不理想，中国与美国的市场环境存在非常大的差别，对于国内用户来说它的知名度显然不如它的竞争对手滴滴专车。数据显示，2015第1季度，滴滴专车服务订单量占据国内近 80% 的市场份额，在行业内处于绝对领先地位。



## 2.分析方法

### SWOT-PEST分析

#### (3) 研究思路及框架

滴滴专车与Uber的对比

Uber相关文献资料搜集

广州实地走访

对Uber在国外的诞生、发展和经营

对比分析

Uber在广州

Uber在美国的兴起

Uber在欧洲的推广与面临的问题

Uber的亚洲发展战略

滴滴专车的优势与特点

Uber的优势与特点

滴滴专车与Uber的竞争与模仿

Uber的中国本土化进程

Uber与其他用车软件的价格战

广州Uber与广州、厦门滴滴专车的对比

总体分析

(4) 调研方法及内容

由于打车软件的普及大多集中在经济发展迅速、交通运输业繁荣的一线城市以及旅游业服务业等第三产业较为发达的中小型城市，本次调研活动将在此基础上派遣调研员赴广州（经济较为发达）和厦门（旅游产业较为发达）以面对面口头提问和书面问卷填写等多种方式展开信息搜集。

a. 访谈：组织实践组成员与交通管理部门的相关负责人进行面对面访问。程序如下：

- a) 与交通管理部门联系沟通，说明调查意图，寻求配合。
- b) 与被访者联系，说明情况，约定访问时间和地点。
- c) 面对面问卷访问，严格按问卷提问并详细记录。

b. 问卷访问：将问卷留置给在等车的行人，讲解填写方式及注意事项后由被访者自行填写，然后回收具体程序如下：

- a) 与行人沟通，说明调查意图，寻求配合。
- b) 将问卷派发至各被访者，说明填写方法。
- c) 回收问卷，进行复核，对不合格问卷重访。

## （四）创新性分析

### 1. 调研方式

本次实践将通过问卷、访谈和走访相结合的方式，深入实地，通过对消费者发放问卷，访谈专车司机、出租车司机，走访政府部门，拿到第一手的资料和数据，并依此进行进一步分析。

### 2. 学术创新

本次实践队邀请到多位经验丰富，学术水平高超的老师作为指导老师。我们将从经济学的角度对专车市场的成因、发展与展望进行系统的分析与论证，最后形成较为完善的调研报告与课题论文，而不是仅仅停留在时事评论与观察的水

平上。

### 3. 国内外对比

专车模式起源于美国的Uber公司，我们将结合国内外的已有研究成果，从不同角度对国内滴滴专车和Uber模式进行对比分析，发现Uber在推广和本土化过程中存在的问题，同时对于中国滴滴专车的未来发展提供方向性的意见和建议。

#### (五) 预期结果

子课题一：专车市场的需求情况调研

##### 1.了解目前专车市场消费主力与原因

通过城市中心地带的问卷调查，具体了解目前专车软件主要消费人群，使用频次，明确专车对乘客的吸引力因素，对目前专车市场火爆的市场与社会原因有所认识。

##### 2.了解当前出租车市场需求状况

通过重点出租车公司实地走访，口头访谈和交通部门出租车客流量相应数据搜集，明确当前出租车市场需求，是感性认识上升为理性认识，使我们能够充分认识到传统出租市场供求状况。

##### 3.明确政府对滴滴专车市场的态度与评价

通过获取相应的关于滴滴专车市场的资料以及对政府相关交通运输部门负责人采访，了解政府对专车企业态度和要求，为当地滴滴专车企业运营和自我监管提供思路。

##### 4.了解未来专车市场需求前景

通过走访相关交通运输部门，了解厦门未来几年城市交通规划，结合目前交通

运输局对传统出租车激励措施，分析其对未来专车市场需求前景，对企业的改革和运营提供建设性意见。

#### 子课题二：专车市场定价标准、服务质量评价体系

1. 通过实地调研和问卷调查，广泛搜集目前专车市场定价数据，了解当前专车市场定价状况，有利于之后开展市场合理价位拟合度探究。

#### 2. 了解专车市场合理价位

通过实地调研和政府相关部门采访，获取滴滴专车企业和出租车行业相关经营数据，收集公共交通目前定价标准，并从横向上对比了解到得出目前专车市场运营成本，为政府专车市场价格监管和制度规范制定提供良好参照。

#### 子课题三：专车对传统出租市场的影响

#### 1. 了解当前传统出租市场概况

通过实地走访厦门重点出租车企业，调研传统出租市场未来长短期发展规划，有助于未来探索各城市出租车管理制度创新。

#### 2. 了解专车市场对传统出租市场影响

通过大量数据搜集和定性定量分析，了解专车市场与传统出租市场目前和长期的竞争性、互补性和替代性效应，为政府完善出租市场政策制定，释放道路资源，提高居民出行效率建言献策。

#### 子课题四：厦门滴滴专车与广州Uber对比

1. 通过文献搜集，了解Uber在国外的诞生、发展和经营现状。

#### 2. 了解目前专车市场内部竞争状况

通过实地走访搜集数据，对比剖析Uber与滴滴专车各自市场规模和竞争优势，为国内专车行业在企业运营和市场合理健康竞争方面提供相应参照，并为政府专车服务市场竞争管理方面的相关制度规范制定提供一定建设性建议和意见。



## 二、可行性分析

### (一) 优势

#### 1. 实践课题开展

(1) 滴滴专车业务在厦门于2014年10月逐渐展开。相较于其他城市，厦门属于较早出现滴滴专车服务的城市。经过几个月的发展与适应，滴滴专车在厦门已具有一定的规模；通过线上推广以及与微信平台的合作，其在厦门的影响力与知名度逐渐扩大，用户日益增多。这些都为本次实践调研活动的开展提供了有利条件，便于我们广泛收集数据与进行全方位、多层次、多角度的调查。

(2) 作为一个著名的旅游城市，厦门每天都会有大量游客涌入，尤其到了节假日游客人数更多。尽管厦门的公共交通行业发展已经较为成熟，然而面对众多游客以及本地市民的出行要求，公共交通运输的供给与需求之间存在很大缺口；再加上出租车行业屡禁不止的拒载现象，更是将这一缺口拉大。因此滴滴专车的出现以及其对厦门当地交通运输业的影响已成为许多人关注的焦点，本次实践活动具有很大的社会意义以及调研价值。

(3) 本次实践活动在小学期以及暑假开展，调查地点初步定为厦门和广州。时间充裕，调查地点距离较近，便于活动深入开展。

(4) 作为厦门大学的学生，我们在学校的学习中掌握了基础知识和最新的社会信息。本实践队的同学来自不同专业，各有专长，能够有效实现知识与信息互补，为本次实践活动有效成功开展打下了坚实的基础。

(5) 厦门大学大学生社会实践活动有着非常完备的组织体系，在政府组织体系中有团中央、教育部、地方政府相关部门协调组织、政策支持和宏观管理，在高校组织中有学校团组织、教务和学生教育管理部门进行具体操作，充分体现了政府、高校和大学生多方面的重视和合力，促进实践项目的开展。

## 2. 实践调研

### (1) 滴滴专车供给市场数据的获取

滴滴专车的开发公司——北京小桔科技有限公司（简称“滴滴打车”）在厦门市设有分公司，我们可以与该分公司负责人取得联系，通过公司走访以及与负责人面谈的形式获取有用的信息。由于本次实践活动的调研包括对滴滴专车未来前景发展的分析与可能遇到问题的解决方法的探究，因此我们的调研活动对滴滴打车的发展具有一定的积极意义与参考借鉴程度，所以该分公司有很大的可能性愿意协助我们实践活动的开展，并提供我们需要的大量有用数据。

### (2) 滴滴专车需求市场数据的获取

考虑到滴滴专车在厦门已有一定的存在时间，民众对其已经有所了解，所以本次问卷调查不存在发放数量不够的问题，且极大部分问卷可以获得有效数据。

### (3) 与滴滴专车相关联的其他交通运输市场的调查

考虑到滴滴专车对传统出租车行业的冲击，有必要对传统出租车行业进行调查。同时我们了解到国外一家与滴滴专车提供相同服务的公司，Uber，也已进入中国市场，且该公司在国外发展时间较长，各方面比较完善，该公司的发展模式对滴滴专车的影响等也是我们调查的一个方面。我们决定采用访谈的方式对传统出租车司机以及Uber司机进行调查。大部分的访谈会在车上进行，不会占用司机的额外时间；并且传统出租车司机深刻体会到滴滴专车的出现与发展对他们自身的利益造成不可忽视的影响，他们对滴滴专车的现状也会有所了解，因此他们会乐于与我们交谈，所以我们有充分的时间和大量的途径以获得所需要的信息。

### (4) 政府相关部门的走访

滴滴专车作为一个新兴事物，政府会对其进行关注。我们作为一个从厦门大学走出来的社会实践队，充分了解社会现象，关注民生，并且致力于对社会热点现象未来发展道路的探索与问题解决的探究，为市民更好的生活建言献策。

我们的调查具有正面影响与实践意义，因此容易获得政府有关部门的支持与帮助。

### 3. 分析方法的可操作性

先通过调查走访获取相关数据，对获得的数据进行偏差纠正。通过查阅相关文献借鉴经验以及老师的指导，建立可靠的回归模型进行分析。

## (二) 可能遇到的问题及解决思路

### 1. 可能遇到的问题

(1) 尽管我们有较大把握与北京小桔科技有限公司厦门分公司的相关人员取得联系，但还是要考虑到无法从他们那里获取数据的可能性。

(2) 在走访政府相关部门的过程中，由于存在政府保密机制等问题，部分文件我们可能难以查阅；并且由于政府资料的高度概括性，对于某些我们需要的资料，详细数据可能无从得到。

(3) 在对厦门市民进行问卷调查的过程中，可能会遇到一些老人不会说普通话，存在语言交流障碍。

(4) 由于是夏天进行调研，室外问卷填写可能会遭到拒绝。

### 2. 解决思路

(1) 针对可能无法获取供方数据这一问题，我们将采用间接调查的方法，通过间接数据的收集与分析来合理推测专车市场中我们所需要的数据。

(2) 针对这一问题，我们将主要通过查阅网络媒体、新闻报道、报刊反馈等相关资料作为补充。

(3) 针对语言沟通障碍这一问题，我们会在外出调查的时候带上厦门当地同

学。

(4) 夏天天气炎热，为避免街头发问卷遭到拒绝，可以采取在商场等人流量大且凉爽的地方进行调查。如果实在找不到合适的地方，就需要我们的调查人员耐心与市民沟通并取得他们的支持。

### 三、实践计划表及时间安排

时间	阶段	主要事项
2015年4月30日-6月19日	前期筹备	<p>4月30日-5月10日 组队，明确组内大致分工，确定大课题及子课题，联系指导老师</p> <p>5月11日-5月15日 深化完善课题，分工撰写初步策划</p> <p>5月16日-5月31日 与学术指导人、导师详细交流，继续细化课题，进行问卷设计</p> <p>6月1日-6月19日 联系北京小桔科技有限公司厦门分公司； 做好前往广州调研以及后期活动的详细策划及准备； 联系报社等宣传平台；</p>

<p>2015年6月20日-7月26日</p>	<p>实 地 调 研</p>	<p>6月20日-6月22日 前往广州实地调研，整理调研结果</p> <p>6月23日 前往厦门市少儿图书馆，开展公益宣传活动</p> <p>6月24日-6月25日 走访北京小桔科技有限公司厦门分公司</p> <p>6月26日-7月4日 对出租车司机、专车司机进行访谈</p> <p>7月5日-7月7日 走访厦门市交通运输局</p> <p>7月8日-7月26日 在厦大，重要交通枢纽（火车站、厦门北站、T4机场航站楼、梧村汽车站），重要商圈（万达广场、罗宾森城市广场、SM城市广场、阿罗海城市广场）面对面发放针对专车消费者调查问卷</p>
<p>2015年7月27日-9月13日</p>	<p>完 成 调 研 报 告</p>	<p>整理宣传资料，形成 DV，电子相册，电子杂志，队员心得集，散文集等形式</p> <p>进行数据整理分析，撰写实践论文、调研报告</p>
<p>2015年9月14日-9月21日</p>	<p>调 研 报 告 提 交</p>	<p>与指导老师当面沟通，完善调研报告，配合学校完成相关工作</p>

2015年9 月22 日-10月 18日	展示 收尾 工作	校内实践成果展示
-------------------------------	----------------	----------

## 四.宣传方案

### (一) 线上宣传

#### 1. 微信平台

创建实践队的专属微信平台，通过推送实践队的介绍、实践进程、开展的活动、交通知识等让大家更加了解我们的实践活动，扩大实践队的影响力；

#### 2. 群邮、微博、朋友圈等

转发与实践队有关的信息（微信平台的推送等）；

#### 3. 校内新媒体宣传

联系校内影响力较大的微信平台负责人（厦大青年、厦门大学学生会、经济学院学生会等官方微信平台），推送实践活动新闻稿，最好争取到他们对我们活动的现场采访报道。

### (二) 媒体宣传

联系报社、电视台等校外媒体对我们的实践活动进行报道宣传，尽量争取记者的跟踪报道，扩大实践队在社会的知名度和影响力



### (三) 线下活动

#### 1. 交通安全知识普及活动

在支教小学开展交通安全知识教育，通过课上讲解和交通安全知识有奖竞答的活动激励小学生积极参与（小礼品可以准备文具、课外书、汽车模型等），尽量将活动做大，借以联系媒体进行报道。

#### 2. 汽车模型义卖活动

联系少儿图书馆，招募愿意参与汽车模型手工制作的儿童（年龄稍大），在与家长取得联系确认后将报名的小朋友集中在一起（商场等人流量大的地方），进行现场教学，并将现场小朋友制作的以及实践队员提前做好的手工作品进行义卖，义卖所得捐给少儿图书馆，引起围观，争取报道。

#### 3. 摄影大赛

在学校内开展以车为主题的摄影大赛，通过海报、群邮、微信平台等广泛宣传，最后由投票决出比赛优胜作品。在三家村学生广场举行摄影展，将比赛的优秀作品进行展览，并通过一些趣味活动、小礼品等让更多人关注我们的微信平台。

## 五、财务预算

费用预算明细					
类别	科目	单价 (元)	数量	合计 (元)	备注
调研走访	长途交通	225*2	9	4050	
	的士费	-	-	990	
	公交费	-	-	210	
	住宿	300*2	4	2400	
	餐饮	40*3	9	1080	
宣传	问卷	0.1	1000	100	
	海报	30	2	60	
	成果制作费	-	-	70	
	宣传卡片	1	100	100	
	纸模	-	-	150	少儿图书馆 教小朋友制 作汽车模型 用
其他	常备药品	-	-	100	
	队服	60	9	540	
	紧急款	100	9	900	
合计	-	-	-	10750	

## 六、团队介绍

### (一) 指导老师介绍

#### 蔡宗武

男，美国北卡罗莱娜大学夏洛特校区数学与统计系和经济系教授，厦门大学王亚南经济研究院教授、副院长，福建省“统计科学重点实验室”主任，中央“千人计划”入选者，教育部“长江学者”经济学讲座教授，福建省“闽江学者”讲座教授，主要研究领域为计量经济学、金融统计、风险管理、非线性时间序列建模、非参数函数估计和检验、数据分析与建模等。其主要的研究工作与创新在于非常成功地把统计学与经济学以及金融学紧密地结合起来，并且做出了很多国际一流的研究成果，积极推动交叉学科的综合与发展。

#### 孙传旺

男，经济学院能源经济研究中心副教授。在《中国社会科学》、《金融研究》、《Energy Policy》等期刊上发表学术论文多篇。主持国家自然科学基金青年科学基金项目1项，教育部人文社会科学研究青年基金项目1项，同时参与国家、省部级课题多项。

### (二) 团队成员介绍

#### 学术指导人

#### 陈蕾

女，厦门大学经济学院2012级金融系投资学硕士。担任厦门大学第二十三届研究生会提案事务副秘书长，学生工作经验较丰富，有较强的沟通策划能力，多次获得学校奖学金，2012年获得浙江省优秀毕业生。为人热情开朗，做事认真负责，具有团队精神。

#### 队长

#### 张珩

女，厦门大学经济学院经济系2013级本科生。是经济学院实践中心副部长，经济系团学联实践部部长，大一担任经济学院宣传中心干事，是厦门大学爱心社

管理层成员。2015年5月荣获第五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛福建省一等奖，厦门大学赛区二等奖。2014年暑假赴英国牛津、剑桥大学参加暑期交流项目，在此期间组建海外实践队并担任队长，后荣获学校“暑期实践积极分子”称号。在组织队伍、建设团队文化方面具有一定经验。

## 副队长

### 李凡

男，厦门大学经济学院统计系2013级本科生。现任厦门大学经济学院团总支实践中心项目部部长，厦门大学国家基础人才培养基地《学经济》期刊编委会副执行主编。2014年参与经济学院“幸福中国”实践队，获得了第九届“华通杯”统计方案设计大赛二等奖，“海峡湾区杯”公共经济与政策论文大赛一等奖，校级优秀实践队，院十佳论文，十佳调研报告等奖项，有较为丰富的实践经验。性格活泼开朗，待人随和，做事认真细致，责任心较强。在本次实践中，希望能和大家一起合作，一同成长，在暑期社会实践中得到锻炼、开阔视野，不断完善自己，同时也能获得更多宝贵的友谊。

## 队员

### 陈维佳

女，厦门大学数学科学学院数学与应用数学系2012级本科生。做事勤奋努力，性格乐观开朗，有良好的人际沟通能力与组织协调能力。大一就读于软件学院，后转入数学科学学院，辅修数理金融双学位，英语水平良好，获得国家留学基金委2015-2016厦门大学与瑞典隆德大学工学院交流项目春季学期派出资格。拥有较强的数理逻辑思维和语言组织能力。曾获得过校级奖学金等奖项。

### 曹梦

女，厦门大学经济学院2013级金融系本科生。现任经济学院实践中心宣传部副部。金融系团总支学生会实践部副部，商海潮学社BCC部部长，具有一定的宣传经验和文字写作能力。荣获2014年度厦门大学国家级奖学金，2013年代表经济学院参加厦门大学第七届啦啦操锦标赛获第二名，2014年代表经济学院参加舞蹈大赛获第一名。同时也喜欢体育运动，2013年获牧羊犬杯定向越野赛团体二等奖。在2014年度暑期社会实践中积累了一些经验，坚定地想要来一场和实践的恋爱。性格是辣妹子的热情，头脑则是理性的高地。学习上踏实主动，在团队中则具有高度责任感和集体意识。不缺乏灵感和创意，时不时脑洞大开或招嫌弃，但又绝对能让伙伴们交心又放心。

### **许珂**

女，厦门大学经济学院金融系2013级本科生。现任经济学院实践中心财务负责人，金融系文体部副部长，2013级金融工程班学习委员。曾经参与2014年厦门大学暑期社会实践活动并获得“社会实践积极分子称号”。2013年代表经济学院参加厦门大学第七届啦啦操锦标赛并获得第二名。2014年代表经济学院参加厦门大学第六届舞蹈大赛并获得第一名。为人性格开朗又不失谨慎细心，做事条理清晰；热心于学生工作，积极参与组织院系活动；热爱读书、运动。

### **王惠**

女，厦门大学经济学院2014级本科生，现为经济学院实践中心项目部部员，经济学院外联部部员，性格开朗活泼，处事沉稳，擅长外联。目前成绩为经济学院前5%，已学专业课有政治经济学、经济学原理、高数、会计学原理、线性代数、微观经济学等，擅长外联交际，曾多次为学院活动与企业商讨合作事宜，并多次成功争取到赞助费用，参与“思源计划”选拔，在三家村组织了一次小型社会实践，取得热烈反响。同时，作为厦门市第一届“振鹭杯”大学生经济管理咨询案例分析大赛原始发起人，全程参与整个联络筹办过程，积累了丰富的组织策划能力。

### **孟安然**

女，厦门大学王亚南经济研究院国际化试点班2014级本科生。中国共青团员，经济学院辩论队成员，厦大易班Nova工作室见习产品经理和前端工程师。WISE经济学本科国际化试点班2014-2015学年秋季学期“院长提名奖”获得者。学习积极向上，有着很高的求知热情，性格开朗率真，拥有较强的团队合作意识。思维活跃，善于思考。

### **张果**

男，厦门大学王亚南经济研究院（WISE）经济学国际化试点班2014级本科生。现任WISE14级经济学国际化试点班班长，WISE15级双学位临时负责人，厦门大学社联会信息档案部网盘整理组组长。学生工作经验丰富，有较强的沟通策划能力。高中期间曾获得省科技创新大赛二等奖，有丰富的课题研究、论文写作经验。WISE经济学本科国际化试点班2014-2015学年秋季学期“院长提名奖”获得者。掌握PS、几何画板、Python、MATLAB、Mathematica等软件，有一定的编程基础。

### (三) 团队分工

组别	职能	人员
统筹组	1.统筹安排实践队活动进程，安排召开会议讨论实践队课题、调研内容、具体实践时间等各项内容	组长：张珩 李凡
	2.进行课题资料审核整理，对各阶段实践活动进行总结，确保实践有序进行	
	3.紧密联系组员，依据组员特点进行分工，组织团队文化建设	
	4.做好实践队安全保障	
学术组	1.进行课题背景资料搜集，确定调研意义主要负责撰写课题的调研内容	组长：陈维佳 李凡 曹梦（前期）
	2.积极与课题指导老师进行交流，联系学术指导人，进一步细化课题内容	
宣传技术组	1.撰写策划中的宣传方案，包括团队宣传、公益活动的策划	组长：曹梦 张果 孟安然
	2.会议记录整理总结，照片拍摄	
	3.联系报社等校内校外宣传平台，实践过程中撰写新闻稿、拍照	
	4.微博、微信平台管理	
	5.团队文化：队徽、队服的设计与制作	
外联组	1.联系当地政府（厦门交通运输管理局），商定采访时间地点	王惠
	2.联系调研公司（北京小桔科技有限公司厦门分公司），商定采访时间地点	
	3.进行实践地的行程安排	
	1.进行实践队的财务预算，合理分配财务经费	

财务组	2.实践过程中负责票务购买，各项票务的收集	许珂
	3.机动配合其他组工作	

#### (四) 团队文化建设

##### 1. 队名：钦车孰路

队名谐音“轻车熟路”，意即做事得心应手，这寄托我们实践队成员的愿望，在实践活动的开展中，通过全面的策划与周到的考虑使活动顺利进行。其中“钦”字有“专”之意，紧扣我们的实践调查对象“专车”。“孰”字也别有深意，“孰路”指谁的路，实践队对专车市场的现状及前景展开分析，目的就是展望将来公共交通运营业究竟是谁的道路。

##### 2. 队徽





## 七、实践队章程

### （一）团队纪律

为了保证暑期社会实践能够在团结向上的氛围中进行，队伍成立伊始，由团队成员共同商量制定了关于“钦车孰路”实践队所要遵守的六项纪律。

- 第一、 拿出我们的气势和决心来遵守这份协定。
- 第二、 队员之间和睦相处，发生矛盾时寻求其他队员帮助，即时解决，相互理解、相互体谅。对队员行为不满的地方可向队长反应以求协调，对队长有不满的地方，当面指出，有权要求其改正。
- 第三、 认真完成团队所安排的任务，如果遇到分工不合理的地方可以向队长或所在小组组长及时提出，大家相互监督，杜绝打酱油的事情发生。
- 第四、 不能在行程中擅自脱离队伍。如果中途有事要退出团队，要说明原因，征得大家的谅解和同意以后，可以退出。
- 第五、 本次实践要出远门，没出过远门的同志们一定要和家人商量好，绝对不能在家人不同意的情况下，私自决定。
- 第六、 遇到困难时我们一起解决，身体不适要及时提出，不要强忍不说。我们力求“安全第一，实践第二”。

### （二）安全注意事项

#### 1. 总则

（1）为强化我实践队在整个实践过程中的安全管理，增强每个队员的安全意识，确保每位实践队员的人身、财产安全和活动的顺利进行，根据实践安全要求制定本安全细则。该细则适用于“钦车孰路”实践队的每位队员。

（2）实践活动过程中采取“预防为主，安全第一”的安全管理方针，落实各项安全管理工作。

#### 2. 安全细则

##### （1）前期保证

a. 本次实践活动队长带领并组织队员提前计划，周密安排，经家长同意、院校批准后，方可实施。

b. 队长按规定签订《厦门大学经济学院2015年暑期社会实践队长责任书》；须保证所有队员已购买保险。

#### (2) 实践过程安全须知

- a. 活动期间必须以团队为单位，禁止任何形式的单独行动。不单独去陌生或偏僻的地方；夜间不单独出行，防范抢劫、诈骗等事故的发生；
- b. 队长保证队员不要在暴雨、高温等天气下进行长时间的户外活动，对实践行程合理安排。
- c. 保证在实践过程中，团队配备必备药物，身体出现不良反映时及时向队长说明情况。
- d. 出行在外时注意文明举止，了解并尊重实践地的风俗习惯，尽量避免与陌生人发生任何形式的冲突，以免带来不必要的麻烦；
- e. 严格遵守交通法规，杜绝交通意外的发生；
- f. 在乘车、乘船及外出时保管好自己的行李物品；
- g. 严禁在野外进行危险性活动；
- h. 确保饮食安全，不喝生水，不在小摊小贩处购买食品或就餐；
- i. 实践队员在实践活动结束后返回各地时尽量结伴而行，单独返回的同学应特别注意安全，抵达目的地后主动向队长汇报；

#### (3) 报告平安

- a. 队长每天向实践部部长报平安。
- b. 队员每天向家人报平安。

#### (4) 应急措施

- a. 实践过程中，如遇突发事件，队长要及时报告指导老师或学院相关负责人，不得擅自处理；
- b. 及时采取紧急救援等方式救助；
- c. 及时与队员家长取得联系，说明情况。

### 3.安全、急救措施

#### (1) 急救措施，小病防治

在实践队出发前，队长向每位队友发放一份“急救措施，小病防治”的安全、急救常识守则。

#### 2.行途安全

- a. 注意身体健康，切勿吃生食，光顾路边无牌照摊档，暴饮暴食。不抽烟，不喝酒。
- b. 搭车时请勿任意更换座位，头、手勿伸出窗外，上下车时请注意来车方向以免发生危险。
- c. 切勿在公共场所露财，购物时也勿当众清数钞票。
- d. 集体行动，队员间相互关心帮助，要有协作精神。

#### 4. 附则

- (1) 本细则最终解释权归“钦车孰路”实践队所有。
- (2) 本细则自2015年5月1日开始实施。