

破“内卷”困局 网约车行业开启“深调整”

“部分网约车车内环境不佳，异味严重”“炎热天气下开启空调还需额外付费”“司机驾驶疲劳，甚至在开车时出现瞌睡的情况”……近期，不少消费者在日常打车时频频遭遇“体验困境”，相关投诉在社交平台与市民热线中持续涌现。

家住北京的刘莉莉最近就遇到了类似的情况。“有一次坐网约车时车内太闷热，我和司机说开一下空调，结果他却说‘空调坏了，只能开窗’。还有几次司机接单后原地不动，不来接我，我用软件和电话都联系不上司机，只能取消订单重新叫车，导致上班都迟到了。”

事实上，上述这些看似不起眼的网约车出行纠纷，实则是当前司乘矛盾易发的缩影。“其中，大部分矛盾的根源，往往与网约车司机群体普遍面临的收入压力有关。”汽车行业独立分析师曾科对记者说，“改进网约车出行体验，规范网约车行业的市场环境，彻底破解‘内卷’和‘价格战’困局，已成为当前全行业共同面临的挑战。”

“抽佣比例下调”释放积极信号

“平台抽成比例确实偏高，为了维持生计，我们每天至少要工作10—12个小时，有时干脆在车上过夜。”“车辆保养、保险、折旧等样样都需要花钱，如果再算上违章、顾客投诉等，基本就无利可图了”……在近1个月的走访调查过程中，多位网约车司机向记者表示，网约车这行不好干，尤其是平台高额的抽佣比，不仅让司机赚不到钱，也让乘客多花钱。

与此同时，由于市场竞争日趋激烈，“一口价”“特惠单”的出现，使一些网约车司机不得不通过延长工时提高收入，有些网约车司机甚至准备了两三台手机在多个平台同时抢单。整个行业似乎陷入了一种恶性循环——司机数量越来越多，整体日单量和收入却不断减少，平台之间的“价格战”进一步加剧了这一情况的发生。

中国城市公共交通协会



·资料图片

网约车分会发布的《2024年全国网约车市场年报》(以下简称《网约车市场年报》)显示，2024年(1—10月)网约车办证车辆从279.2万辆增长至320.6万辆，增加41.4万辆，同比下降29.6%；2024年(1—10月)驾驶员办证数从657.2万增长至748.3万，增加91.1万，同比下降26.8%。

《网约车市场年报》指出，总体来看，尽管“车证”和“人证”增长速度均有下降，但网约车行业仍呈现出市场趋于饱和、从业者信心减弱的趋势。另外，根据抽样调查结果显示，2024年全国网约车司机小时收入平均为27元，较2023年的31元下降约12.9%。部分地区如无锡市等，网约车司机时薪出现季节性波动，表明司机收入不稳定，从业压力加大。

针对上述情况，多地政府纷纷出手，尝试通过多种手段为市场“降温”。2023年以来，济南、珠海、东莞、深圳等地发布了网约车行业风险预警，提示当地网约车市场运力趋于饱和，建议人们谨慎入行；三亚、长沙和乌鲁木齐等城市则在一段时间内暂停了网约车经营许可和运输证核发业务。

与此同时，多家网约车平台开始陆续降低抽佣比例。其中，T3出行发布公告称，平台订单抽成比例最高不超过27%，2025年年底前将抽成比例26%—27%的订单数量占比从21%降至17%；曹操出行则表示，曹操出行APP、小程序订单的抽成比例上限将由原来的22.7%下调至22.5%，主动将发展红利更多分享给司机；高德打车也联合网约车平台合作伙伴，推动不少于80家

合作网约车平台将抽成比例上限设定为“不超过27%”(其中包含高德平台向合作网约车平台收取的信息服务费)。

高德打车相关负责人强调，高德打车信息服务费上限将全部降至9%，并通过减免佣活动、专项奖励等方式推动合作平台综合成本降低2%。此外，高德打车还将督促合作网约车平台落实抽成上限的相关承诺，以此保障网约车司机和乘客的权益。

“当前网约车行业面临的挑战主要源于出行服务自身利润有限，与此同时由于市场规模快速扩张，企业经营压力进一步增大。”谈及这一话题时，曾科分析说，“未来，网约车平台亟需开拓新的增长空间，例如布局海外市场或深耕细分出行场景等，以此摆脱单纯依赖国内网约车市场存量竞争的困境。”

“逐步降低平台抽成比例，虽不能彻底解决网约车司机的收入问题，但可作为规范市场竞争秩序的重要一步，推动行业走向更健康的发展轨道。有关部门可以出台相应政策遏制低价竞争，引导企业专注优化服务体验。”曾科补充说，“改善司机体验、保障司机权益是一项长期而系统的工作。无论是自营平台还是聚合平台，只有持续聆听司机建议和反馈，不断优化平台规则与服务流程，探索推出更多惠及司机的举措，才能为司乘双方创造一个公平、透明、安全的运营环境。”

整顿市场秩序仍需多方协作

尽管网约车平台降低抽佣比例在一定程度上增加了司机收入，但当前网约车市场中出现的“一口价”“特

惠单”等低价营销和恶性竞争，仍严重扰乱市场秩序，让网约车行业的“内卷”现象愈演愈烈。

据了解，“一口价”“特惠单”是网约车平台为吸引乘客推出的一种计价模式。乘客输入行程信息后，系统会给出固定价格，无论实际路况如何、等待时间多长，订单价格均保持不变。

对于价格敏感、关注花费的消费者而言，这类订单一度是出行的首选。“白天非高峰期使用‘一口价’服务，比正常打表计价的价格低不少。”北京市民姚先生告诉记者，“与此同时，‘一口价’也免去了‘司机绕路’带来的担忧。”

不过也有不少消费者向记者反映，部分司机在接“一口价”“特惠车”订单时为节省成本而开快车甚至违规驾驶。“可能是因为无论开多快，收入都固定不变，我明显感觉有些司机在接到‘一口价’订单后开车更急躁了。”天津市民王先生说。

对司机而言，“一口价”“特惠车”订单在某种程度上意味着收入损失，是“不得已而为之”的无奈选择。记者调查发现，这类订单的价格往往仅接近甚至低于司机的运营成本。更令司机困扰的是，即便他们在司机端关闭了“特惠单”等选项，仍可能会被平台强制派发此类订单。一旦拒接，就会面临扣分、罚款甚至减少后续派单等处罚，严重影响自身工作积极性和收入水平。

如今，“一口价”“特惠单”模式正面临全面整顿。6月27日，十四届全国人大常委会第十六次会议审议通过并于10月15日起正式施行的新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》明确规定：平台经营者不得强制或变相强制平台内经营者以低于成本的价格销售商品，扰乱市场竞争秩序。这一条款被视为解决网约车“一口价”问题的法律利器。

随后，多地纷纷叫停或整改“一口价”模式。前不久，西安市交通运输局发布《关于规范网约车平台经营价格行为的通知》(以下简称《通知》)，《通知》要求“全面暂停‘一口价’‘特惠单’等低

价营销活动，严禁任何形式的价格欺诈、恶意压价行为”。

《通知》强调，运价调整必须提前征求驾驶员意见，向行业管理部门报备并公示后方可实施。《通知》还指出，近期出租汽车驾驶员集中投诉网约车平台和聚合平台企业通过“一口价”等方式实施低价营销和恶性竞争，这些行为严重扰乱市场秩序，破坏公平竞争环境，侵害从业人员合法权益。

不过，在浙江大学跨学科中心特约研究员贾拥民看来，“网约车市场确实存在一些乱象，但直接禁止‘一口价’的‘一刀切’方法绝非上策”。贾拥民认为，网约车司机收入本质上是由市场供需决定的，而“一口价”“特惠车”等模式既能帮助乘客节约出行成本，提供价格确定性，也能降低平台管理成本，提高运营效率。

“直接禁止‘一口价’，既减少了乘客的选择权，也限制了部分司机的自主权。转变监管思路，或许才是网约车行业反内卷的更好方式。”贾拥民分析说。

正如贾拥民所言，各地监管措施也正在探索非“一刀切”的方式方法。记者整理发现，江西鹰潭、河南开封等地交通部门主要关注聚合出行平台的恶性价格竞争——相比直接叫停“一口价”，这些地方的监管部门更关注平台是否强制司机接“一口价”订单或设置不合理收费行为。

在曾科看来，此次对“一口价”“特惠车”的规范整治，其影响可能超越网约车行业本身，为“平台经济监管”提供范式。“近年来，从外卖到电商，从在线旅游到社区团购，平台经济领域的低价竞争屡见不鲜。这次监管行动传递出明确信号：平台不能无限地利用资本优势进行低价扩张。”

“企业应该认识到，只有将更多资源投入到技术创新和服务提升上，而非简单的价格竞争，才能实现长久、可持续的发展。”曾科总结说，“这一过程或许充满挑战，但将是行业走向成熟的必经之路。”

(据《中国青年报》记者/王志远)