

针对平台抽成比例高等问题，8部门联合约谈10家网约车平台。

5月14日上午，交通运输部、中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、人力资源社会保障部、市场监管总局、国家信访局等交通运输新业态协同监管部际联席会议8家成员单位对滴滴出行、首汽约车、曹操出行、美团出行、T3出行、高德、嘀嗒出行、满帮、货拉拉、快狗打车等10家交通运输新业态平台公司进行联合约谈。

约谈指出，近期社会各界集中反映网约车平台公司抽成比例高、分配机制不公开透明、随意调整计价规则，以及互联网货运平台垄断货运信息、恶意压低运价、随意上涨会员费等问题，涉嫌侵害从业人员合法权益，引发社会广泛关注。

约谈要求，各平台公司要正视自身存在的问题，认真落实企业主体责任，立即开展整改。

14日晚间，据澎湃新闻报道，嘀嗒出行方面回应称：此次联合约谈提出的要求，将为交通运输新业态的健康、规范和可持续发展，提供更加坚实有力的保障，嘀嗒出行坚决拥护。

首汽约车对此回应称，将会认真对照约谈要求，对各项经营行为进行全面系统审视，认真履行企业主体责任，扎实做好整改工作，坚持依法合规开展经营，切实保障广大乘客和驾驶员的权益，实现健康持续的发展。

8部门联合约谈10家公司，要求立即整改

具体来看，8部门对10家交通运输新业态平台公司作出以下要求：

合理确定抽成比例和信息服务费水平。网约车平台公司要保障驾驶员的知情权和监督权，公开抽成比例，确保清晰透明易懂，通知司机乘客支付金额、司机劳动报酬、平台抽成比例等信息；平台公司要主动降低抽成比例，保障驾驶员劳动报酬。网络货运平台要合理设定并主动降低信息服务费、会员费水平，不得相互串通、操纵市场价格，严禁以回程货价格竞价。

整改侵害从业人员权益的经营行为。平台公司在制定或调整计价规则、抽成比例、派单规则、会员费、竞价规则等关系从业人员利益的经营策略时，要提前与从业人员充分沟通；要主动公开定价机制和计价规则，规范价格行为；要持续优化派单机制，科学确定从业人员工作时长和劳动强度，避免超时劳动和疲劳驾驶。

改善司机经营环境。要采取有效措施，保障从业人员就业、劳动安全、社会保险、职业培训等基本权益；要增强诚信意识，切实履行承诺，坚决避免侵害驾驶员权益的不诚信行为；要完善投诉机制，畅通驾驶员利益诉求渠道，及时回应合理诉求与关切，不得敷衍推诿。

坚守安全稳定底线。要落实企业主体责任，加快推进网约车合规化进程，严格落实驾驶员背景核查有关要求，清退不符合条件的人员和车辆，加强对驾驶员的内部管理和安全教育，强化用户个人信息保护，确保行业安全稳定发展。

发挥党建引领作用。要针对交通运输新业态从业人员群体特点，积极探索党建工作模式，努力推进党群组织和工作全覆盖，加强思想政治教育，更好发挥党组织战斗堡垒和党员先锋模范作用。约谈要求，各平台公司整改情况向社会公开。

随后，各平台公司表示，将按照约谈要求，举一反三，对平台经营行为进行全面系统审视，认真履行企业主体责任，扎实做好整改工作，依法合规开展经营，切实保障交通运输新业态从业人员合法权益，推动交通运输新业态规范健康持续发展。

嘀嗒出行回应：不用抽成机制

14日晚间，据澎湃新闻报道，嘀嗒出行对于被约谈一事回应称，“此次联合约谈提出的要求，将为交通运输新业态的健康、规范和可持续发展，提供更加坚实有力的保障，嘀嗒出行坚决拥护！嘀嗒出行将始终以合规和安全为底线，以赋能、和谐与共赢的发展思路为引领，与政府主管部门相向而行。”

嘀嗒出行称，公司主营巡游出租汽车数字化服务和顺风车信息撮合服务，不经营网约车业务。嘀嗒顺风车作为贯彻新发展理念的产物，以车主自我出行意愿为前提，车主不以营利为目的，有订单次数限制和出行成本分摊规则，与商业运营性质的网约车存在本质不同。

嘀嗒出行表示，从2014年创立至今，公司在巡游出租车、顺风车业务上均采用基于里程的分段式信息服务费收取机制，而不采用与运价挂钩的抽成机制。

在巡游出租车领域，嘀嗒出行仅在行业发展稳定的部分城市，收取有封顶的分段式信息服务费，平均每单收取的信息服务费折合运价比例为5.0%。在顺风车领域，嘀嗒出行收取有封顶的分段式信息服务费，平均每单收取的信息服务费折合运价比例为8.7%。

在约谈中，嘀嗒出行也向交通运输部等部门提出建议，采取在平台用户中评聘“行风监督员”等多种方式，让用户直接有序参与行业治理，从体制和机制上形成对用

户合法权益“不敢侵害，不能侵害，不想侵害”的新格局。

互联网出行平台竞争激烈

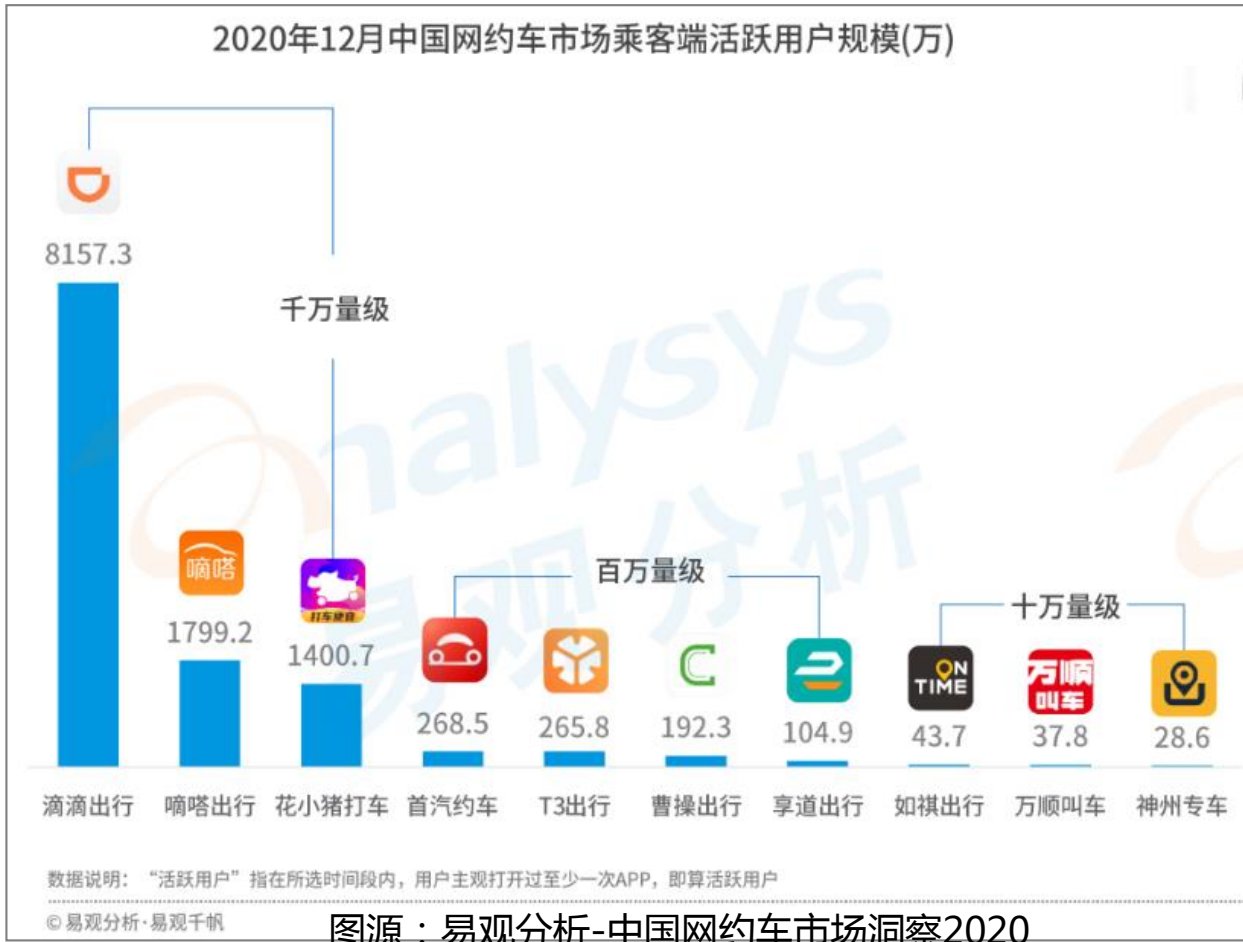
我国网约车市场规模和发展潜力巨大。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国网约车用户规模达3.65亿，较2020年3月增长298万，占网民总数的36.9%

据易观分析发布的《中国网约车市场洞察2020》报告显示，2020年中国网约车市场整体交易金额达2499.1亿元，同比下滑25.1%。2017年至2024年是网约车市场的高速发展期。易观分析预测，到2022年，网约车市场交易规模将达4022.9亿元

。

值得注意的是，目前网约车市场竞争十分激烈。从2010年到现今，网约车行业已形成了以滴滴为首的“一超多强”市场格局——目前的网约车市场中，滴滴占据了相对支配地位，曹操出行、首约汽车、神州、易到、嘀嗒、美团打车，以及聚合类打车平台高德地图、百度地图等多强共存。

据易观分析数据显示，2020年12月中国网约车市场乘客端活跃用户规模拍前三的平台分别是滴滴出行、嘀嗒出行、花小猪打车，活跃用户数分别为8157.3万、1799.2万和1400.7万人。



就目前互联网出行平台的生存现状，5月10日，清华大学社会科学学院发布《2021年中国一线城市出行平台调研报告》(下称《调研报告》)指出，网约车的出现为社会提供了丰富的就业机会，也为大众带来了便利的出行体验，同时该调研报告指出，随着平台的强大，司乘话语权和选择权在削弱，这可能会阻碍行业成长和发展。

从清华大学的此次调研结果来看，中年男性是网约车司机主力军，但从业时间多在3年以下。整个网约车行业司机流动性非常大，不少司机从业时间仅为3个月以内，甚至只有十几天，这主要是因为有些司机对于行业及平台规则、政策和福利并不了解，实际上路后心理落差大所导致的。

从网约车司机专职及兼职状况分布上看，专职司机占据网约车市场的半壁江山，占比约77.51%，而兼职网约车司机仅占22.49%。半数以上平台司机驾驶车辆为非自有车辆，其来源于所属出租车公司或者平台合作的租车公司，每月需交纳一定“份子钱”或租金。这笔租金数目不小，基本在6000元左右，有些司机想要租赁环境更好的车辆，则可能每月需要上交近万元的租金。

《调研报告》认为，网约车行业仍是头部企业占优势的局面，但新锐企业的出现，正在通过各种方式来重新吸引司机与乘客，或许会将逐步改变这样的格局。近期，

国家监管部门动作不断，先后制定了多条法律法规，也在制约头部企业占据市场支配地位后导致的不公平竞争等现象的出现。