

网约车进入发展新阶段 合规仍是监管重点

记者 李志勇

网约车作为人们出行的重要方式，已经成为很多人生活中不可或缺的一部分。在经历了快速发展、市场洗牌等过程后，网约车市场开始进入新的发展阶段。从早前的“烧钱扩张，野蛮生长”，转变为以“科学发展，合法经营”为导向，竞争方向从流量竞争向服务力竞争转变，市场也开始由最初以自营平台为主逐步向聚合模式转变。

与此同时，为推进网约车行业更好地服务消费者，网约车行业的监管也更加严格和有效，合规化成为行业监管的重点。为乘客和网约车司机提供更好的服务和保障将是网约车平台在未来市场竞争中保持优势的关键因素。

网约车进入发展新阶段

进入2023年，出行行业正快速复苏。根据交通运输部发布的数据，截至2023年初，全国网约车行业已完成超过25亿人次订单，市场规模已超过1500亿元。

自2021年滴滴App停止新用户注册后，网约车市场进行了新一轮洗牌。美团打车、T3、曹操出行等网约车平台大力抢占市场。2022年下半年，腾讯、华为、抖音等先后进入网约车市场。今年1月，滴滴宣布经过整改后恢复新用户注册。网约车发展进入新的阶段。

全国网约车监管信息交互平台的数据显示，截至2022年12月底，网约车在一线城市的渗透率最高，达到50.3%，在新一线城市渗透率排名第二，达到了20.3%，在二线及以下城市渗透率较低，不足10%。这些数据意味着，网约车行业渗透率增速放缓，行业进入存量竞争时代。

从交通运输部每个月公布的全国网约车数据来看，2021年全国总订单量约为83.77亿，平均每月约7亿。2022年全国总订单量约为69.71亿，环比下降了约14.06亿，平均每月降至约5.8亿。近期，包括东莞、温州、济南等多地相继发布网约车饱和预警，建议有意从事网约车经营的企业或个人理性评估、审慎进入网约车市场。

面对新的市场变化和竞争挑战，各网约车企业也开始纷纷调整经营方向和模式。今年3月，美团宣布放弃网约车自营业务，全面转向聚合模式，用户可以在美团App一键呼叫首汽、曹操、神州等多个不同平台的车辆。

专家表示，自营需要自建车队，投入巨大，而聚合平台缩减了运营方面的支出成本，对于用户来说，一站式打车服务也节省了不少时间与精力。洗牌之后的新格局或将在未来几年内逐步成型，各家网约车平台都将面临更为复杂多变的市场挑战。

聚合平台逐渐成为主流

数据显示，今年1月份，网约车聚合平台完成订单近1.5亿，占网约车订单总量的约25%。从数据不难看出，聚合平台的快速增长，是目前网约车市场发展的重要特点之一。

2022年，腾讯、华为、抖音等平台纷纷推出聚合出行服务。去年12月，抖音开放了交通出行服务的平台服务商入驻资格，包括T3出行、一喂顺风车等都以小程序的形式入驻了抖音。去年7月，华为正式上线Petal出行，聚合首汽约车、神州专车和T3出行等服务商，在北京、上海、广州、深圳等多个城市开放打车服务。腾讯也上线了打车服务，但自身并不运营车辆与司机，仅为有车队与司机的网约车平台提供订单。

目前，自营平台的劣势已经渐渐显露，除了要花费大量人力物力去准备自己的车队外，还要考虑流量的来源，用户对平台的依赖等。聚合模式对于网约车服务商来说，可以把地图软件作为出行领域的流量端口，有助于解决流量问题，获得更多用户，同时缩减了运营成本。像高德这样

日活跃用户数量达到一亿的地图软件，开个打车的接口，做一个聚合平台，基本不需要考虑流量和运力的问题。

根据全国网约车监管信息交互平台的数据，2022年7月至12月，聚合平台订单量在全国订单量中占比从22%左右提升至约26%。北方工业大学的一项问卷调查显示，在2000份乘客问卷和1800份司机问卷中，55.1%的乘客表示已经形成了优先使用聚合平台打车的习惯，将近80%的司机会使用两家以上的平台接单。

业内人士和专家认为，聚合平台的出现，开放了用户流量，让众多网约车平台只需专注运力建设，用户也有了更多的打车选择。聚合模式引发了网约车商业模式的重大变革，也将成为未来推动网约车行业发展的重要推动力。

合规仍是监管重点

作为与老百姓息息相关的民生行业，合规化、合法化是网约车行业发展的重要前提。行业发展初期，通过大量高额补贴，以不正当竞争形式挤压同业，形成一家独大的局面已经得到改善，但一些违规行为仍然存在。例如，一家网约车行业的龙头企业，从2015年就进入了上海市场，但其连续多年来并未取得在上海的网约车平台经营许可。

上海市交通委公布的数据显示，2023年一季度共受理网约车平台投诉近3000件，环比上升37.12%。“服务质量”投诉位居网约车平台投诉之首，占投诉总量的24.32%，环比上升2.42%。其中，滴滴出行的“服务质量”投诉量位列第一，占到投诉总量的近60%。

除此之外，一些网约车企业滥用市场支配地位，随意提高抽成比例。

据不完全统计，2022年，网约车相关平台和公司已被交通运输部门约谈高达20多次。约谈的重点包括企业主体责任落实不到位、计价规划不透明、扰乱市场秩序等。今年4月，相关部门再次对滴滴出行、曹操出行等进行了提醒。

相关主管部门和地方政府也持续加大市场整治力度。今年4月，交通运输部发布文件，明确提出保障从业人员合理劳动报酬水平，推动主要网约车平台降低过高的抽成比例或者会员费上限。近日，交通运输部等部门又联合发布了切实做好网约车聚合平台规范管理的通知。在地方层面，济南、昆明等地加大执法力度，清退不合规车辆和驾驶员。

业内人士表示，随着行业的发展，未来网约车市场必然会更加透明、公开，规范化管理、安全监督机制、乘客服务等因素的重要性将不断提升。