

# 谁在触碰网约车订单 30%隐形红线

“师傅，付好了，您那里收到了多少钱？”近日，记者调查网约车行业抽佣现象，结算车费时与司机手机上的收款界面核对，结果让人大吃一惊——记者通过高德地图下单，系统显示订单被派发给方舟行平台的司机。单程共计11.77公里，用时35分钟，共支付车费40.2元，司机实收金额仅23元。也就是说，4成以上的费用都被平台收取。

订单抽成，向来是网约车行业绕不开的话题。驾驶员们一度受困于平台抽成不透明以及比例过高等问题，在相关政府部门的行动下，计价规则逐步明晰，并形成30%这一隐形抽佣上限。然而，记者在调查中发现，不少网约车订单收取总费用远超订单金额的30%，有的甚至被抽取近一半。

## 是谁在“顶风作案”？

在一次地推中，曹师傅被推销人员推荐了一个新的App“单多多助手”。根据推销人员介绍，该App集纳了几个出行平台，网约车驾驶员可选择入驻的某公司进行注册，不但可以新增接单渠道，还可获得各种优惠。“多个渠道接单能多赚点钱。”抱着这一想法，他便下载该App，在上面注册成为“900出行”的签约司机，随后通过“单多多助手”开始接单。

还没等体验到所谓的“优惠价”，一次与乘客闲聊中，曹师傅发现，平台抽佣比例极高，且金额与乘客实付对不上：1月5日22时多，他在平台接到一个从虹桥火车站去往北蔡中学的“大单”，全程36.86公里。到达目的地后，他随口打听了乘客支付的订单价才觉不对。“乘客实付140.13元，但在平台的司机端显示乘客实付116.92元，扣完佣金到手只有86.79元，抽成比例高达38%！中间这20多元去哪儿了？”

曹师傅赶忙跟乘客核对账单详情，这才看到乘客是通过携程选择的“接送机服务”，而自己的接单界面，根本没有显示来源。据此，他怀疑，订单可能遭遇了“转卖”。

为了弄清该笔订单的流转详情，曹师傅第二天就拨打了“900出行”的客服热线，可对方却迟迟没能给出回应。“客服说记录下来了，会调查核实，就没了动静。”在各大社交平台上，也有不少网约车司机吐槽此类“阴阳账单”现象。

东南大学交通法治与发展研究中心执行主任、中国城市公共交通协会网约车分会会长顾大松晒出的账单截图显示，一位乘客打车，订单结束实付98.11元。但蹊跷的是，同一路程，司机端却显示乘客付费为71.46元，司机实收52.17元。中间凭空消失了26.65元，超过司机实收的一半。

仔细看司机的订单页面，发现这个订单系第三方订单：也就是说，乘客所下单平台并非司机接单平台。乘客下单平台接到订单后，将订单转卖。司机所在平台所接订单已经是二手订单，甚至有可能是三手订单。

转卖订单的平台收取费用为26.65元，承运平台抽佣为19.29元，最后司机实收仅为乘客支付金额的53%。

## 平台之间的新型合作

2022年，交通运输部开展“交通运输新业态平台企业抽成‘阳光行动’”，主要平台公司按照要求做好公开计价规则、合理设定抽成比例上限并公开。当时，各大公司公布的抽成比例上限多在18%至30%之间。这之后，30%也成为业内抽佣的隐形“红线”。

然而，记者的调查以及多名网约车司机的亲身体验，都指向了一个事实：不少网约车订单正经历层层“倒卖”，导致抽成费用大幅超过30%这个数值。

据记者调查了解，当前网约车平台存在三种发展模式——纯自营出行平台、自营+聚合出行平台，以及纯聚合出行平台。

且近年来，聚合模式所占比重持续攀升。它最早由高德打车在2017年首创，随后哈啰接入嘀嗒出行，并与首汽约车开展网约车业务合作。2019年，美团打车上线聚合模式后，滴滴出行以及高德地图等导航平台也推出聚合模式。2022年，华为聚合打车平台Petal出行上线，微信也开始内测腾讯出行。2023年，美团网约车业务调整，放弃自营打车，全面转向聚合模式。

随着聚合模式逐步跑通，各流量平台都



看到了变现模式，纷纷开始做流量（订单）的分发。流量平台将订单分发到一众中小平台，中小平台再匹配订单给到具体的承运司机，分发过程中就会产生一定的费用，也就是订单的“转卖费”。

具有获取订单能力的流量平台，可以收取一定的转卖费，有时甚至会高于实际承运平台的抽佣。由于不少中小平台接入了资质不足的人车，且往往采用低价打法谋生存，大平台一边可以通过分发订单使用小平台的运力，留住更多用户，同时不用承担不合规导致的营运风险。

因此，不光是纯聚合出行平台，拥有自营运力的平台，也乐意成为聚合模式的“玩家”之一。

于是，在大小平台的新型合作关系之下，

一边是订单转卖费，一边是承运平台抽佣，叠加之后形成了超过30%的总抽成费用。

## 建议对订单抽成总量限制

平台“雁过拔毛”，司机师傅们则感到很受伤。“订单倒卖、低价单这些情况，让开网约车挣钱越来越难。刚来上海的时候，跑一公里可以挣3元钱，现在越来越不行，一公里也就跑1.5至2元。”王师傅五年前来到上海开网约车，眼看着收入下滑，计划明年就回成都老家。

记者在采访中了解到，有平台为了吸引客源发放的优惠券，最终也都转嫁到了司机身上。刘师傅是“曹操出行”的签约司机，不久前，一个距离40公里左右的订单，抽成后他只收到73.89元。“平均下来每公里1.8元，

但平台显示抽成比例只有21.6%。我一问乘客，才知道他领了优惠券，这种低价订单越来越多，岂不是意味着平台的折扣最终还是让司机来承担？”

入行一年多的吴师傅对此也颇有微词，“这也是平台在抽成比例上要心机的一个做法。原本20元的订单，按照行业红线给司机14元，但平台给乘客发放5元优惠券，给司机11元，按照实付金额算，抽成比例降至26.7%，看上去抽成比例降低了，实际上平台强行让司机承担了成本。”

对此，顾大松很是担忧：司机会否因为层层订单转卖，所得收入微薄，甚至可能低于预期，只能靠更多熬时间、拼身体来维持其基本收入？这种订单转卖现象，是不是网约车行业越来越“卷”的重要原因，会不会带来一连串的安全隐患？

有司机称：在网约车运力饱和、运价降低等综合影响下，同样的流水收入，以前只需要10个小时，现在则需要14至15个小时，许多司机选择每天出车更长时间，通过熬时间来弥补价差。在这样的工作强度下，不时就会传来有司机“倒下”的消息。

不同于快递、外卖等行业，网约车行业所在的客运交通行业，具有公共服务属性。客运安全最关键的是驾驶员，而驾驶员没有稳定的收入，没有足够的职业尊严和社会保障，安全就缺少了坚实的支撑。

针对订单倒卖后总抽成过高的现象，有业内人士建议行业主管部门及时关注、加强监管，对平台抽成比例加以规范。不论订单被“转卖”几次，各平台抽取的服务费用总和不得超过车费的30%，或由主管部门制定上限，确保手握方向盘的驾驶员获取合理比例的收入，真正体现多劳多得。本报综合消息

## “7天学会”“月入10万”，这些“创业培训”套路多

近日，辽宁省沈阳市最低气温近-20℃，李越围着烧烤车烤火还是冷得直跺脚。即便没有顾客，他还是想等一等再收摊。

2023年7月，发觉烧烤摊赚钱，33岁的李越便在网上联系到一家餐饮培训机构。对方声称，培训免费，只收取物料费。李越便报了名。可在培训过程中，他先后被要求购买烧烤车等物料和教材，花费1.6万元。

两个月后，李越正式出摊，每天14时出摊，21时收摊，一天营业额不到500元。这让他有些失望，“每个月的收入，勉强支付物料费和摊位费，到现在还没回本。”

李越的遭遇不是个例。记者调查发现，一些机构以“免学费”“高收益”“培训周期短”为诱饵，招揽有创业意愿的人员前来培训，实则暗藏骗局。

### 声称不收学费，实则收取高价物料费

被公司裁员后，李越萌生了创业的念头。

“免费培训上百种风味烧烤，帮助出摊指导，从摊位、经营等方面提供技术及经验指导。月入10万元，7天学会。”看到不收学费、简单易学的烧烤培训项目，李越动了心。

经过一周多时间的培训，李越发现，除了购买1.6万元的物料和教材，开烧烤摊所需秘制调料、特殊厨具等，都需要从该机构处购买，且比上课时所谓的“学员价”贵了一倍。

发现被套路后，李越只能硬着头皮继续干下去，“机构称用料特制，我担心用料不对会影响口味和客流，所以不得不继续从机构处高价购买。”

创业浪潮下，部分行业因门槛低、市场大、资金回流快、投资灵活、风险小等优势，成了不少人的热门选择。紧接着，各种创业培训班应运而生。一些机构为创业者提供运营辅导、咨询等培训，对其日常经营和发展起到推动作用。不过，也有一些机构“假培训、真骗钱”。

记者在某消费者投诉平台搜索发现，有关创业培训欺诈学员的投诉多达数千

条，投诉内容包括饥饿营销、虚假宣传、诱导消费和包装资质等。有学员投诉称，花4万元参加培训、开设网店后，迟迟没有开单，培训机构客服诱导开通代管服务，学员表示不同意后“被拉黑”；有学员举报称，培训机构与商家串通，营造虚假火爆客流；还有学员投诉称，培训机构承诺开店零收入即退学费，但实际上不予退款。

“门槛低不等于没有门槛。想获得好的收入，需要懂技术、花心思。仅凭短期培训就想掌握盈利密码，不现实。”在餐饮行业从业20年的罗永存说，“目前，市面上创业培训的质量参差不齐，要么只是入门培训，教一些店铺营销、成本控制等内容；要么太高大上，教一堆行业闭环、赋能等互联网词汇，没有联系行业实际。”

### 达不到收益便退款？都是套路！

记者检索投诉平台发现，加盟代理、加工种养、无货源开网店等创业培训套路繁多。

这些培训机构多承诺达不到收益便退款。但实际上，“不退款”“兑现承诺”是学员投诉最多的两种情况。有的培训机构收取高额学费，不按承诺退费；有的依托授课发展二级代理，学员招不到新客户，机构便不予返钱；还有的机构将员工包装成专家讲师，从网上下载拼凑视频当课程售卖。

机械加工专业的刘彬彬大学毕业后，一直没找到合适的工作。2023年2月，他在网上看到“承包代理、轻松创业、月入过万”的全自动排线技术培训。该培训机构声称全程指导、物料支持、免费运送、高价回收，学成后月收入达2万元。他便签了协议，交了2万元学费，花6500元购买设备，又先后分3批进了4.3万元的原料。

然而，1个月后，当刘彬彬把第一批成品交付给机构后，对方称产品不合格；次月，又不合格；第三个月交货时，还是不合格。他才发现自己被骗了。

刘彬彬拿着写有“不赚钱可全额退款”的协议，到当地消费者协会投诉后，得到答复，“该机构的经营范围不包括教育培训，

所签合同不具备法律效力，只能通过诉讼要回学费。”

就学费退还的问题，上海段和段（沈阳）律师事务所律师孟宇平表示，要根据培训费的收取是否合法、双方签订的协议是否有效、有效协议的条款是否有约定，以及当事人的具体情况确定，“对于不合法或无效协议的培训费，当事人可以要求退回，但是合法和有效协议，较难通过诉讼退回。”

此前，一些地方消费者协会曾发布涉及培训预付的消费风险提醒，称预付式消费风险大，一些培训机构因经营不善或资金链断裂倒闭后，致使预付费用难以追讨。

### 压实网络信息平台责任，加强监管

针对创业培训乱象，辽宁社会科学院社会学研究所所长王磊表示，问题的根源不是培训，而在于不良机构利用网络信息平台的监管漏洞，抓住劳动者急于掌握一技之长的迫切心理，通过虚假宣传和培训进行牟利。

“加大监管力度，提高违法成本。”王磊建议，针对教育培训类广告，要细化专项法规、细则，由网信、公安、市场监管等多部门联合监督落实信息平台的审查职责，畅通投诉举报渠道。同时，适应产业发展趋势，开展专业且高质量的职业技能培训，做好就业指导、岗位推荐、公益培训，纾解劳动者的困惑，帮助他们结合自身兴趣、能力，选择适合自己的培训项目，增强职场竞争力。

孟宇平认为，治理创业培训骗局，关键和难点在于如何斩断不法机构利用网络平台进行引流的链条，厘清引流平台的法律责任，压实平台责任承担机制。

孟宇平表示，根据互联网广告的相关规定，平台经营者作为互联网信息服务提供者，有义务对利用其信息服务展示、发布的广告内容进行监测、巡查。

“对于创业者来说，越是低门槛、高回报的项目，越要多加警惕。不能被所谓的高收入蒙蔽。需要知道的是，收入是与自己的能力成正比的。”王磊表示。

本报综合消息