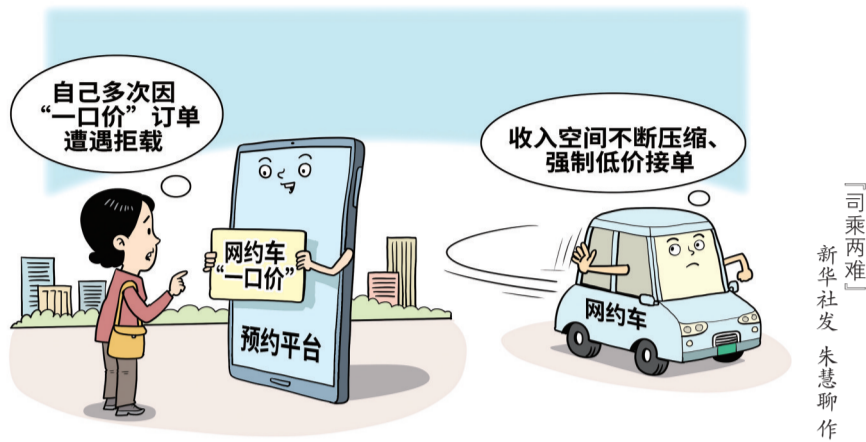


网约车“一口价”：“司乘两难”如何解？

新华社“新华视点”记者黄兴、王辰阳



「司乘两难」
新华社发 朱慧聊作

新华社北京11月21日电 近期,多地针对网约车低价竞争乱象,发布暂停“一口价”“特惠单”、严禁强制司机接“一口价”订单等措施,引发关注。

“一口价”模式旨在提供透明价格、提升消费体验,缘何引发纠纷?是否应取消这一模式?又应如何构建平台、司机、乘客三方共赢的生态?“新华视点”记者就此展开调查。

“一口价”订单引发纠纷

所谓“一口价”模式,是指乘客输入起点和终点后,系统依据行程信息给出固定结算价格。与实时计价不同,在“一口价”计价中,乘客看到的预估车费即为最终实付价格。

业内人士认为,“一口价”模式本身具有独特优势,解决了部分出租车、网约车订单存在的绕路、价格不透明等痛点。乘客可享受较低的出行成本,且不用担心“被宰”;对平台来说,“一口价”订单也可提升调度效率,降低管理成本。

重庆网约车司机黄师傅说:“虽然‘一口价’订单价格比常规订单低,但它数量多,多跑的话可以得到更多派单机会,或更容易接到优质订单。”

但与此同时,部分“一口价”或特惠订单因司机拒载、乘客体验欠佳等问题引发纠纷。

重庆市民杨女士通过百度地图预约网约车,选择了“一口价”订单。司机接单后,10分钟后仍未到达。杨女士致电司机,司机称“马上就到”,但10分钟后仍未赶到;再度催促下,司机说“你要是等得不耐烦,就取消吧”。杨女士说,自己多次因“一口价”订单遭遇拒载。

也有一些乘客反映,部分司机为节省成本减少空调使用,也有司机张贴“行驶过程中不开空调”或“开空调每公里加价2元”的提示;一些司机因想方设法尽快到达目的地而超速超车,导致乘车体验下降。

一名乘客在黑猫投诉平台上反映,打车回家途中,司机疯狂超速、违规变道。一名广东乘客说,有“一口价”订单司机直接表示“这单就是废单”,或是让乘客加10元回来的路费。

黑猫投诉平台数据显示,2025年上半年网约车领域投诉量超9.4万件。从投诉问题看,乘客普遍反映实际车费与预估不符、司机服务态度差等。网约车领域纠纷中,“一口价”订单最为突出。

缘何引发纠纷?

一些司机因收入空间不断压缩、强制低价接单,而对“一口价”订单颇有微词。

记者采访多名网约车司机了解到,虽然在乘客的App界面显示是“一口价”,但不同平台上司机收入方式不同,有的是固定收入,有的仍按里程计费。一些司机之所以拒载,是因为“一口价”订单价格过低,部分订单甚至低于正常订单价格50%以上。

“乘客看到的‘一口价’,和司机到手的收入不是一回事。”上海网约车司机杨师傅夜间接的一笔特惠快单,行驶里程12公

里,乘客端显示45元,叠加优惠券后实际支付37元,而他按里程计算仅收入25元。

记者了解到,堵车场景也令一些司机头疼——遇上高峰拥堵时段,“一口价”订单很可能会倒贴油费,增加时间成本。一名浙江司机称,曾接过一个11公里的订单,因为堵车走了1小时40分,价格却只有20元。

业内人士指出,早期平台多以“高额补贴+低抽成”策略抢占市场,但后期部分平台不断压低运价或采用较高抽成模式,司机利润空间不断压缩。

“平台不断降价,为保住订单、留住司机,我们也被迫加入价格战,非高峰时段的单价已从几年前的1.8元/公里降至1.2元/公里。”携华出行重庆地区负责人张勇说。

网约车司机赵明告诉记者,他在大平台上接单抽成约为20%;而中小平台依靠聚合平台引流,司机接单后面临“聚合平台+网约车平台”双边抽成,略高于大平台。

如何构筑三方共赢生态?

近期,多地密集出台网约车价格监管政策。如西安市交通运输局印发通知,明确要求全面暂停“一口价”“特惠单”等低价营销活动,严禁价格欺诈、恶意压价行为。

广东清远、江西鹰潭、浙江宁波等多地召开座谈会,或对网约车平台进行约谈,一些地方提出不得强迫网约车司机接“一口价”订单。

那么,究竟是否应取消“一口价”模式?多名业内人士表示,治理的核心不是“禁止”,而在于寻求“最优解”。应在规范市场秩序的基础上发挥“一口价”模式的优势,建立合理的定价和利益分配机制,既要保障乘客的合法权益和良好体验,也要维护网约车司机的合理收入。

记者了解到,多地已采取举措,约束平台经营行为、规范行业秩序。

昆明等地发布规范性文件,要求合理设定平台抽成比例上限并公开发布。8月,滴滴出行、T3出行、曹操出行等多家企业发布公告减少抽成。业内人士认为,降低抽成比例可以提升司机收入透明度,但需结合长效机制保障实施效果。

近期,国家发展改革委、市场监管总局印发《关于治理价格无序竞争 维护良好市场秩序的公告》,明确提出经营者应自觉维护市场价格秩序,共同营造公平竞争、有序竞争的市场环境。

下一步,应如何破解行业困局、实现三方共赢?业内认为,仍需政府、平台等多方协同努力。

重庆交通运输系统一名相关负责人认为,各地应科学研判城市网约车的需求总量,通过数量管控有效防止恶性竞争导致的社会资源浪费,维护行业稳定健康发展;成立网约车行业联盟,加强行业自律,避免低价“内卷式”竞争。

张勇认为,网约车平台也要转变经营理念,从“降价”转向“提质”,更注重服务质量和用户体验;通过技术驱动和优化管理降低综合运营成本、创新开拓市场场景。与其“卷低价”,更应思考如何实现差异化和高质量发展。

尊越长红 驰骋新程

人保寿险尊越长红养老金保险(分红型)(典藏版)

产品特点

养老自主规划 岁月流金

家庭财富管理 稳享三金

保单贷款权益 周转有金

大龄人群可选 守护胜金

加强人身保障 一诺千金

参与红利分配 人生添金

自主规划 稳健理财 家庭财富 老有所依

从容所定 心安路有 规划所至 财富所至

稳中求进

温馨提示:本产品为分红型保险产品,分红利益演示基于公司的精算及其他假设,不代表公司历史经营业绩,也不代表对公司未来经营业绩的预期。保单的红利分配是不确定的,在某些年度红利可能为零。本资料仅为帮助理解保险产品所用,具体规定请以《人保寿险尊越长红养老金保险(分红型)(典藏版)》产品条款为准。关于免责条款、保险责任、犹豫期内容等合同重大事项,建议您浏览公司网站www.piclife.com查询完整条款。投保人在犹豫期后解除合同会遭受一定的损失。

PICC
中国人民保险

客服热线:95518 转寿险
www.piclife.com

宏微互济, 5900亿投资与暖心服务绘新图

在国家迈向高质量发展的征程中,金融服务实体经济与人民美好生活的双重角色日益凸显。作为金融央企,中国人民保险集团交出了一份“宏观担当”与“微观温暖”并举的答卷——既以超5900亿元的巨额投资撑起国家战略的宏大格局,亦以“人保·友爱”的焕新服务浸润至百姓生活的细微之处。

超5900亿精准投入,筑牢实体经济根基

人保集团始终将服务国家战略作为资金配置的核心,大力推动的“八项战略服务”已转为沉甸甸的投资清单。截至2024年,人保投资实体经济特定领域的资产规模已突破5900亿元,这一数字不仅彰显了央企担当,更展现了金融活水如何精准灌溉国民经济关键领域。

资金的投向,精准勾勒出人保服务国计民生的战略脉络:1650亿元助力区域协调发展,870亿元投入民生福祉领

域,650亿元贡献于国家安全体系建设,600亿元服务国家绿色发展,290亿元服务科技自立自强,180亿元护航现代化产业体系,70亿元服务乡村振兴,近20亿元投资招商局轮船股份股权投资计划,20亿元计划投资国网新源抽水蓄能电站项目……笔笔巨资跨越现代化产业体系、乡村振兴、科技发展等诸多维度,充分体现了人保作为市场“压舱石”的战略前瞻性与执行穿透力。

“人保·友爱”焕新升级,守护美好生活

在展现硬核实力的同时,人保更懂得金融价值最终要体现在用户获得感上。人保寿险全新升级的“人保·友爱”VIP服务体系,为不同层级客户提供全生命周期的温暖陪伴。该体系精心构建四大板块,将温暖服务渗透至客户生活的方方面面。

友-关怀:从被动赔付到主动健康管理。提供涵盖健康体检、齿科服务、基因检测乃至专业运动课程在内的全方位健康干预,帮助客户主动塑造健康,乐享生活。

友-医护:整合资源打通就医“最后一公里”。携手专业医疗机构,提供一站式就医服务、中医养生及家庭医生等,切实解决“看病难”问题,守护全家健康。

友-礼遇:于重要时刻彰显尊贵体验。通过生日礼遇、贵宾出行服务、保单补发等

定制化权益,在客户人生的关键节点营造专属的幸福感和仪式感。

友-陪伴:成为人生旅程的长期顾问。联合心理医生、律师、留学机构等专业力量,提供心理咨询、法律咨询及留学规划等暖心服务,陪伴客户应对人生各阶段的挑战。

人保集团的实践生动表明,现代金融企业的价值不仅体现在资产规模,更体现在服务国家的深度与温暖民生的温度。近六千亿投资是对“国之大事”的担当,而无微不至的“友爱”服务则是对“民之关切”的回应。展望前路,中国人民保险将继续秉持“人民保险,服务人民”的初心,在中国式现代化道路上,既做国家发展的强力助推器,也做亿万人民安稳生活的温暖守护者。