

- 货运约车遇“张冠李戴”
- 平台既收会员费又抽佣
- 纠纷解决机制低效失衡
- 最近半年投诉14963条

起底网约货运乱象

66

近年来，我国网约货运市场发展势头迅猛。数据显示，2024年网络货运市场规模已突破930亿元。然而，快速增长的背后也暴露出计价模糊、车辆信息混乱等问题，这些问题影响了消费者的货物运输体验。为什么消费者在平台下单后，实际服务与预期常常不符？货运司机为何又不断抱怨收入缩水、平台抽成不透明？来看看记者的调查。

货运约车遭遇“张冠李戴”

前不久，消费者刘先生需要将两个文件柜搬到新办公室，他在一家货运平台提交了订单。根据文件柜的大小，刘先生选择了中型面包车。

然而，当车辆到达时，刘先生发现来的是一辆依维柯货车，不是他下单时选择的中型面包车。更糟糕的是，到达目的地后，由于车辆超过两米的高度限制，无法驶入地下停车场。

刘先生认为，货运平台上的预约订单与实际提供服务不符，是导致搬家不顺的直接原因。

记者随后致电该货运平台。客服介绍，如遇运输高峰期车辆短缺，平台可以调配高一级别车型承接订单，但车辆必须符合当地“限高”“限宽”等交通规定。“这个是偶然现象，也确实带来了不好的体验，如果能提供订单信息，客服可以帮其申请补贴。”

刘先生介绍，车辆信息与订单不符的情况并非第一次发生。在一次约车运送办公用品过程中，他用某货运平台打车，平台显示的接单车辆为“鲁”牌车牌，但实际到场的却是一辆另一平台的“苏”牌车。刘先生担心，平台订单信息与实际服务车辆不符，存在一定的安全隐患，“这中间会不会有一些其他猫腻，会不会造成权益受损，这个是未知数。”记者致电货运平台客服了解到，司机可以同时注册多个货运平台，但必须按照订单信息提供服务。

消费者公益服务平台“黑猫投诉”的数据显示，最近半年，网约货车的投诉达到14963条，其中售后服务欠缺问题、价格不透明问题、货物损坏及丢失问题分别占比46.30%、22.44%、13.41%，位居所有投诉问题的前三位。

网约货运平台抽成不透明

除了消费者遭遇的服务问题，货运司机也面临着许多困境。记者调查中，不少司机反映，他们对货车平台的抽成比例不清楚，进而产生了不小的疑虑。

34岁的邹成伟是一名从业7年的

货运平台司机，近一两年，他和很多同行都明显感觉到，很多订单的价格已经大不如前。“如果在市里面跑，好多单子每公里只有一块多钱。要是跑长途的话，有个一块五六都是好单了。”邹成伟介绍，他给自己每天定的目标是跑够400元就收工，以前工作8个小时左右就能达到；现在需要11个小时才能实现。

邹成伟告诉记者：货运平台大都采用了浮动计费的方式，每公里的运输单价明显不如以前。“当时中型面包车5公里范围之内起步价是50块钱，每超过起步范围1公里是4块钱，没有上限。但是接小型面包车的单子，到我手上其实划下来大概是每公里两块多钱。”

记者查阅计价规则发现，以邹成伟驾驶的中型面包车为例，起步价依然还是50元，但是超过5公里的价格变成了浮动计算，在5~25公里的范围内，每公里为1.3~4.1元；在25~30公里的范围内，每公里为1.3~3.9元；超过100公里的里程，每公里为1.3~2.3元。

邹成伟给记者算了一笔账，以他驾驶的中型面包车订单为例，总里程56公里，客户支付135.09元，平台收取佣金10.81元，邹师傅实际收入124.28元。从总价折算，每公里收入2.22元，但扣除5公里的50元起步价后，剩余51公里的实际收入仅74.28元，每公里1.45元。更关键的是，司机完全无法知晓这1.45元的定价是如何从浮动区间中核算得出，只能被动接受结算结果。

邹成伟就自己的多笔订单计价问题，电话咨询了货运平台客服，货运平台客服回复称：“订单的计费规则，原则上以里程计费为基础，再结合路况、天气因素调整，每次都是不同的。这些多因素更能反映实际货运场景的价格，我们也希望能帮助到师傅们有更多收入。”

“会员+抽成”模式压缩司机收益

记者同时了解到，对大多数平台采用的“会员+抽成”运营模式。在湖南地区，司机可以选择白银、黄金、钻石三种会员套餐，分别支付199元、389元、579元，对应的抽成比例分别为14%、11%、8%。如果司机不购买会员，订单抽成比例为15%，并且平台还会限制接单数量，每日接单上限为2单。

对于全职司机而言，每个月通常会接到上百个订单，因此为了获得较低抽成比例，大多数司机不得不选择高价的会员套餐。“最开始加入就是一个固定的会员费，不再抽成。现在不但要交会员费，还会再相对应抽一些比例。”

网约货运平台从“只收会员费不抽成”，到“既收会员费又抽成”，这种模式在无形中降低了司机的收入。

以邹成伟11月收入为例，共接单149笔，在每笔抽取8%的佣金后为6889.89元，被抽取佣金约为599元。他开通的是579元的钻石会员，总计支付给平台1178元。

调查发现，双重收费模式以及计费不透明等问题，让司机群体难以接受，相关诉求日益集中。



行驶中的货运面包车

针对这一核心矛盾，平台方作出了回应。某货运平台集团党委副书记介绍：“我们也深知在发展过程中，仍然存在一些亟待解决的问题，这些问题主要关乎司机的切身利益。我们未来无论是在加大货主对用户拖欠运费的管控宣传力度，还是在加大算法和规则宣导、建立司机算法协商机制方面，建立更多关心关爱司机福利和更多举措，确保司机的权益能够充分得到保障。”

网络货运存在四个主要问题

针对网络货运平台运费率机制不透明、网络预约信息与实际服务不符等问题，地方消费者协会和工会组织积极调研，摸清情况，并提出建议。

江苏省消费者权益保护委员会近日发布《网络货运服务平台消费调查报告》。此次消费调查不仅关注消费者权益问题，还重点聚焦网络货运司机的权益。调查发现，目前大多数平台采用“会员+抽成”模式，既收取司机的月度会员费，又从每单货运中按比例抽取佣金。

调查发现，司机的接单权益与付费门槛、抽成比例挂钩，导致实际收入受到压缩。而平台定价机制不透明等问题，进一步为司机变相加价、违规操作提供了空间，消费纠纷因此愈发严重。近年来，部分网络货运平台因存在抽成比例过高、多重收费、货运安全保障不到位等违规情形，多次被交通运输部、市场监管总局等部门约谈督促整改。

此次调查集中选择了市场占有率较高、面向同城货运及个人用户的三个平台。

调查结果显示，网络货运服务存在四个主要问题：一是价格机制不透明；二是平台实际信息和提供服务存在不符；三是货车司机以及平台提供的相关服务质量参差不齐；四是纠纷解决机制低效失衡。

江苏消保委建议监管部门出台针对性服务规范，明确平台主体责任：“对于司机来说，抽成的规则以及计价方式，其实也存在不透明情况，比如是根据里程、货物大小还是接单时长计算，司机并没有很明确的概念，而且在App或页面上，也没有完整的公示，基本上所有定价权都在平台手中，司机并没有足够的议价权。”

[延伸]

多维度发力 促进网约货运健康发展

在湖南长沙，一场司机与平台的直接对话，在湖南省及长沙市工会组织的推动下展开。部分司机就优化自动降抽佣算法等问题，与平台公司进行沟通。

网约货运司机：我们跑单的成本越来越高，现在大部分司机最关注的是收入方面的问题，所以希望平台能够适当地降低抽佣或者是多一些补贴。

某货运平台：平台结合供需情况，优化拼车用户出价订单降抽佣算法，承诺在未来拼车用户出价订单抽成要低于快车，预计2025年平台将降低抽佣共5.3亿元。同时平台承诺每年投入不少于5000万元，用于加大对低流司机的限时减佣卡折扣。

抽佣算法作为直接关系司机收入的核心环节，成为司机、平台、工会三方协商焦点，最终，平台明确表示，将进一步优化自动降抽佣算法，结合实际运营情况下调抽佣比例，同时综合运用减佣卡折扣、订单补贴等组合措施，降低司机运营成本，稳定司机收入预期。

专家建议，针对货运平台存在的问题，优化算法是整改的关键，这不是单纯的技术问题，而是平台责任与价值取向的体现。希望平台真正围绕消费者与司机群体的合理诉求，以有温度的服务，透明规范的规则，保障消费者和司机群体的合理利益诉求，促进货运服务健康发展。

针对货运平台消费维权暴露的问题，江苏消保委建议需从平台自律、政府监管、社会协同多维度发力，构建权责清晰、流程规范、权益保障到位的行业生态：“构建更加规范、健康、可持续的网络货运行业生态，平台需以透明化标准化为核心，从源头防范纠纷，规范计价抽佣规则，明确基础运费，附加费计算方式及预估价明细，向司机公示抽佣基数、比例及动态调整规则，杜绝隐性扣费，从严审核司机及车辆资质，针对临时加价恶意退单等违规行为强化管控，制定权责对等的责任判定细则。”

据央视新闻



货运司机正在卸货