



2024 驾驭变革： 网约车行业运力企业与司机 生存质量报告

58同城招聘研究院
2025年1月

目录

报告背景	01
协会致辞	02
附录	
报告说明	31



01

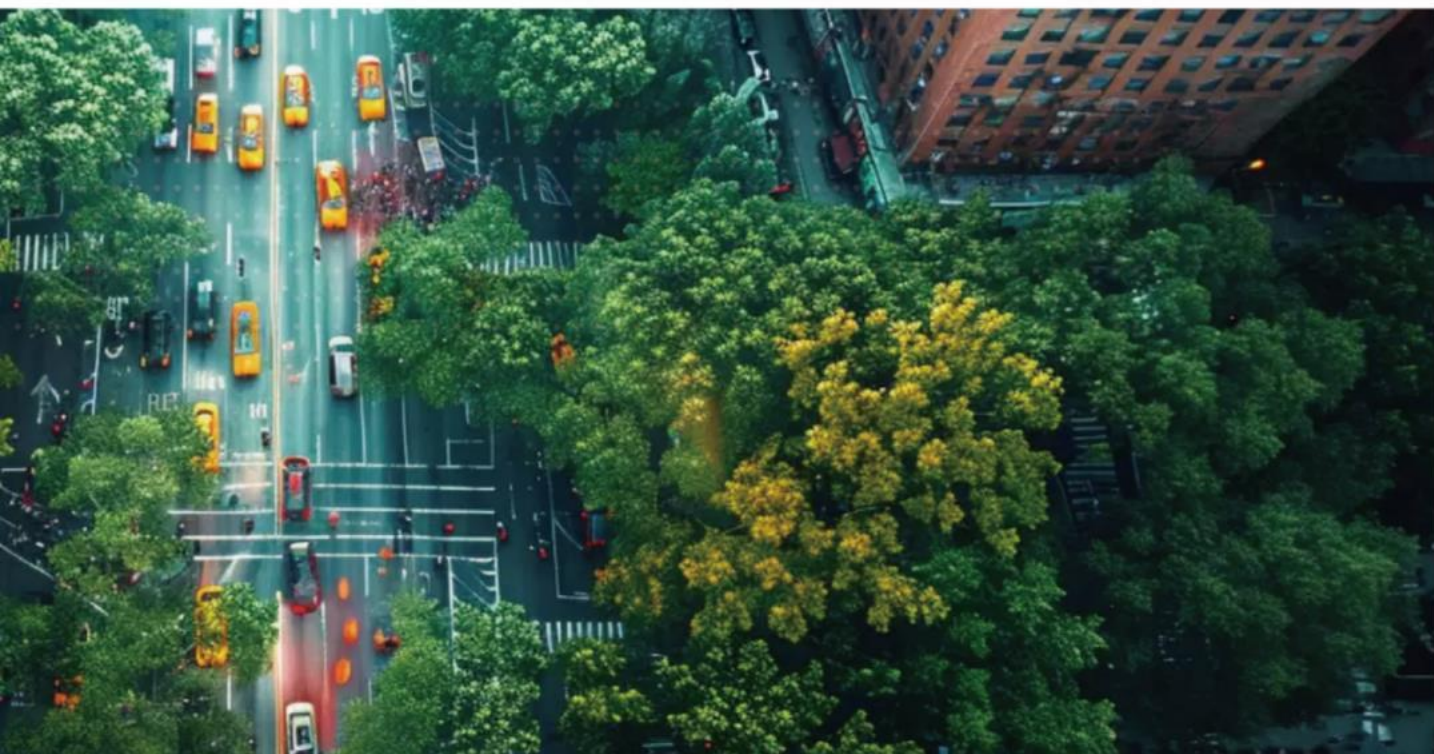
网约车行业市场运行情况

1.1 订单规模增长，但增速放缓	04/
1.2 合规运力增加，多地运力饱和	05/
1.3 就业景气指数反映市场波动规律	07/

03

网约车司机择业与就业调研

3.1 求职者的核心难题：寻找和甄别运力公司	21/
3.2 流水下降、成本高企：司机不赚钱的核心	23/
3.3 不赚钱：司机满意度低、流入其他行业	26/



02

网约车运力企业经营情况调研

- 2.1 行业内卷，运力企业选择发力降本增效 12/
- 2.2 运力企业提供创新服务，应对司机高流失 14/
- 2.3 高效渠道组合降成本，应对“招人难、招人贵” 16/
- 2.4 招聘渠道效率价值模型：招聘渠道提效策略 18/

04

总结与建议

- 4.1 合规化力度加强，行业进入“市场出清”阶段 28/
- 4.2 行业健康可持续发展，需要多方共同努力 28/

报告背景

作为与城市居民出行服务和新就业形态紧密相关的重要民生行业，网约车行业近年来受到了政府、媒体等的广泛关注。随着行业的逐步发展，一系列挑战也日益凸显，成为行业的热点话题，如行业内卷、运力饱和、低价竞争、司机收入下降、合规运营。低价竞争导致许多企业经营状况艰难，网约车司机也面临收入下降、工作时间拉长、社会保障不足和职业归属感缺失等问题。

为了更全面地了解2024年网约车行业的发展现状和面临的挑战，帮助行业走向良性竞争和健康发展的道路，恰逢第六届中国网约出行产业峰会举办之际，58同城招聘研究院联合中国城市公共交通协会网约车分会，在网约车指数报告基础上，对以下关键群体进行了问卷调研和分析：

行业运力企业：



我们调研了运力企业过去2年发生的主要变化、对行业经营环境的看法以及企业未来2年的发展重点，同时也重点关注运力企业在司机招聘和司机服务等方面的动作，帮助企业认识到内卷竞争下不同的选择方向。也希望能结合企业的核心需求和痛点，持续优化58招聘的产品和服务。

网约车司机：



通过对全职网约车司机的调研，我们将了解他们的车辆来源、收入水平、职业转换、工作满意度以及最为迫切的需求。

意向求职者：



我们通过58平台对求职者进行了问卷调研，了解他们选择或拒绝从事网约车司机工作的原因以及他们对行业的认知程度，这可以协助评估行业的吸引力和潜在的人才流动趋势。

通过这些调研，我们旨在从运力侧客观地展示2024年网约车行业的发展现状，包括企业的经营挑战、司机的工作状况和需求痛点。我们的目标是行业经营者、从业者提供一个清晰的行业画像，帮助他们更好地理解市场，识别机遇与风险，并据此制定相应的策略，在市场竞争中建立自身的核心竞争优势。

此外，我们还将重点关注求职者 and 在职网约车司机的核心痛点和诉求，帮助网约车平台和运力企业更好地了解行业从业者的真实心声，探讨如何借助政策引导、技术应用、服务优化等手段，助力行业企业和从业者实现各方利益平衡，推动行业的健康和有序发展。

协会致辞



缘自2024年10月始，由中国城市公共交通协会网约车分会联合58同城招聘研究院，共同发起并在全国30个城市，投放了《2024网约车行业运力企业及司机生存状况》的抽查调研问卷，经过2个月的问卷回收及统计分析，近期整理正式发布《驾驭变革：网约车行业运力企业与司机生存质量报告》。

这份年度报告，基于网约车行业实施经营性租赁业务的运力企业凸出的人力招聘难、车辆出租率反馈、一线驾驶员诉求等不同维度都做了一次较深入系统的梳理，是一份行业现状的认知指南及最新资讯。

人力招聘是网约车运力企业绕不开的刚需。善待及服务是司机甄别选择企业的方向标，也是企业经营韧性的支点。不论驾驶员还是企业，宽柔如水，随方就圆的实时经营思路，才能连接一个行业有长足持续高质量发展的可能。

行业风向存在不确定性。但我们每一位网约车行业从业参与者，都可以调整帆的角度。

非常感谢参与本次年度报告的各方人士。祝2025年更好，大家都进步。

中国城市公共交通协会网约车分会秘书长 殷浩



01

网约车行业 市场运行情况

订单规模增长，但增速放缓

随着网约车行业逐步发展，订单规模实现了持续波动上涨，月订单量从2020年10月的6.2亿单波动上升至9亿单以上。特别是在2024年7月和8月的暑季高峰期间，订单规模分别为10.1亿单和10.3亿单，创下历史最高纪录。

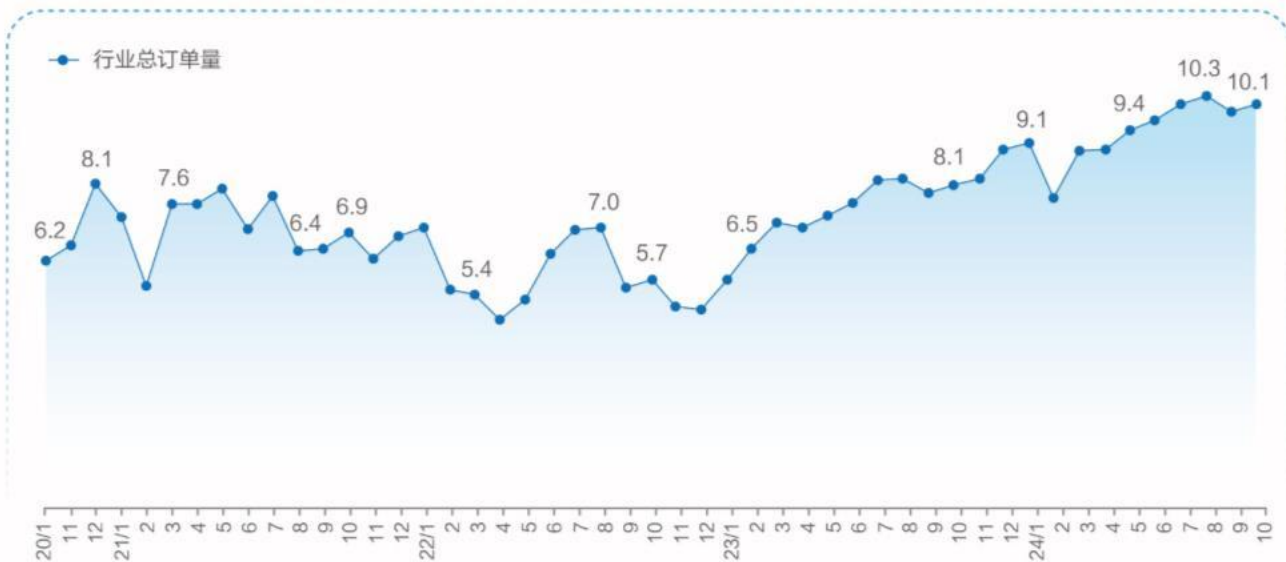


图 网约车行业总订单量/亿单 (来源: 交通运输部)

其中，聚合平台的订单量也随着网约车行业总订单量的上涨而扩大。高德打车、百度打车等聚合平台凭借其流量优势，算法技术，地图服务等能力切入网约车市场，整合网约车企业的运力资源，为自营型网约车平台提供订单撮合、算法规则等服务，并获取交易服务佣金。

近2年以来，聚合平台订单量占总出行市场的比例在25%上下波动，最高达29%，订单量波动趋势与行业总订单量一致。



图 网约车行业聚合平台订单量/亿单 (来源: 交通运输部)

行业整体市场容量是否还有增量空间以及未来空间的大小，有待进一步观察研究。但可以预见的是，随着聚合平台、自营平台、SaaS平台的不断入场和充分竞争，网约车市场的资源争夺也愈演愈烈。部分平台为了抢夺司机资源，降低运力企业和司机、车辆等的准入门槛和审核标准，在一定程度上也加剧了网约车市场的内卷程度。

随着政府加强行业合规建设与市场引导，市场主体走向成熟，无论是何种类型的平台和运力企业，都需逐渐找准自身在网约车行业竞争中的定位和核心竞争力。也只有超越单纯的降低标准、不断降价的逐底竞争，才能实现可持续发展。

合规运力增加，多地运力饱和

截至2024年10月31日，全国共有362家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，环比增加2家，平台数量整体变化不大。此外，超过180天未传输数据的网约车平台，10月份共有65家，环比9月份新增9家。这表明，在政府推动合规化，要求清退非合规平台、车辆、司机的“市场出清”阶段，那些缺乏竞争优势和能力的平台正在逐渐退出市场。



图 许可网约车平台数量及月度增长情况/家（来源：交通运输部）

从代表性网约车平台来看，行业依然保持着“一超多强”的竞争格局，头部企业的地位相对稳固。滴滴出行凭借超1亿的月活跃用户规模（MAU）处于绝对领先地位。T3出行、曹操出行等自营平台以超过200万的MAU在市场中占据着重要位置。

2024上半年代表性网约车平台APP活跃用户规模



*不含聚合平台。图表说明：依据2024年1-6月APP活跃用户规模均值取对数后呈现，不包含小程序。数据来源：月狐数据



网约车驾驶员证
748.3万本



车辆运输证
320.6万本

截至2024年10月，各地共发放网约车驾驶员证（俗称“人证”）748.3万本、车辆运输证（俗称“车证”）320.6万本。与2023年相比，2024年各月车证、人证的同比增速均在20%及以上，从业人数依然在稳定增加。合规车辆和司机的增加，对提高行业合规率具有积极作用。然而，非合规运力的清退是循序渐进的过程，需要一定时间来完成。因此，短期内运力的增加，有可能使得市场内卷程度进一步加剧。

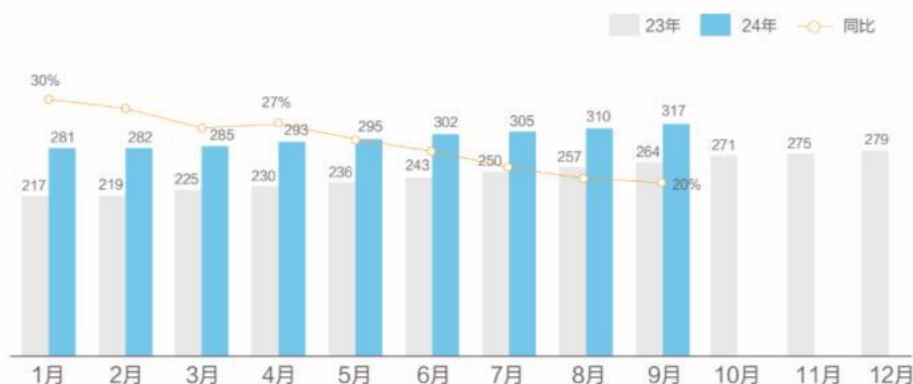


图 2023-2024年月度发放车证数量/万张（来源：交通运输部）



图 2023-2024年月度发放人证数量/万张（来源：交通运输部）

运力的饱和，叠加网约车平台的低价策略，反映在司机侧，会导致订单均价和司机IPH（Income Per Hour每小时收入）的下降。部分城市公布的司机时薪与单日收入等数据，也能反映出运力过剩和司机收入减少的现状。以城市为例，杭州三季度与二季度相比，单车日均营收下降1.36%；苏州二季度IPH为43元，三季度下降为42.9元；合肥发布行业情况与风险提示，指出截至2024年10月，合肥网约车空驶率达44.6%，营收总体呈下滑趋势。

行业运力饱和和加剧和司机收入的减少，对行业求职者和从业者产生影响，一定程度上导致了在职司机的高流失，也使得运力企业在招聘上面临挑战。行业的招聘、求职和用工模式等也会由于这些因素的共同影响而出现动态变化，不利于行业良性发展。

就业景气指数反映市场波动规律

为了捕捉网约车行业就业市场的动态变化和波动规律，帮助行业经营者、从业者应对市场变化和挑战，2023-2024年，58同城聚焦网约车行业，以季度为节点，与中国城市公共交通协会网约车分会联合发布了多期《网约车行业就业景气指数报告》。

就业景气指数通过综合2个一级指数、5个二级指数和24个三级指标，从行业活力、行业健康等多维度综合建模编制。指数以100为基准，代表网约车行业活力和健康水平；高于100，表示行业就业景气度越高；低于100，表示行业就业景气度越差。该指数报告自发布以来在行业内引起了较好的反响，受到业内诸多企业、从业者的关注。



图 网约车就业景气指数构成（来源：58同城网约车就业景气指数报告）

行业活力指数综合行业规模及变化趋势、企业招聘规模/活跃度及季节性波动、求职者规模/活跃度因素等，反映网约车行业的活力水平。行业健康指数则分别从司机收入水平和合规程度、行业招聘和求职匹配程度等方面反映行业发展和招聘供需的健康程度。

◎ 三季度行业进入调整期，就业景气指数出现下行趋势

随着春节后“复工潮”以及行业规模扩张，就业景气指数逐月上升，直到6月份达到全年最高点。

8月份开始，就业景气指数逐月缓慢走低，深入看，就业景气指数走势与其2个一级指数，即活力指数和健康指数走势一致。究其原因，或与行业经历了上半年的强劲增长后开始进入调整期有关，其次可能受季节性因素、市场饱和度以及经济环境等外部因素影响。

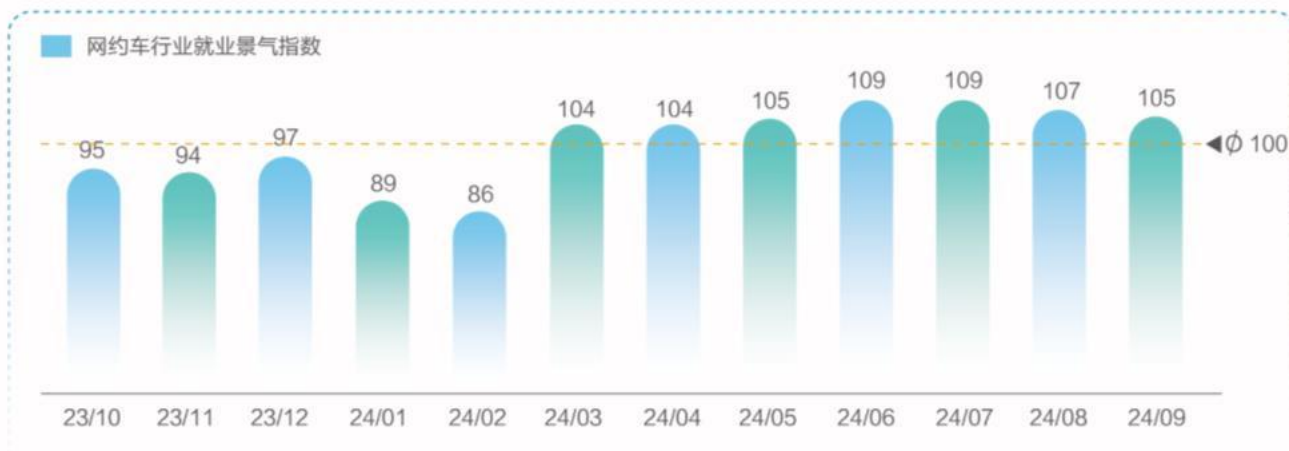


图 近1年网约车行业就业景气指数

◎ 三季度招聘由旺转淡，行业活力指数出现轻微下降

行业活力指数在三季度呈下降趋势。分析其二级指数可以发现，尽管行业规模指数依然稳定增长，但7月过后，网约车司机的招聘/求职活动逐渐“由旺转淡”，导致招聘需求指数和求职供给指数双双下降，拖累了活力指数的整体表现。

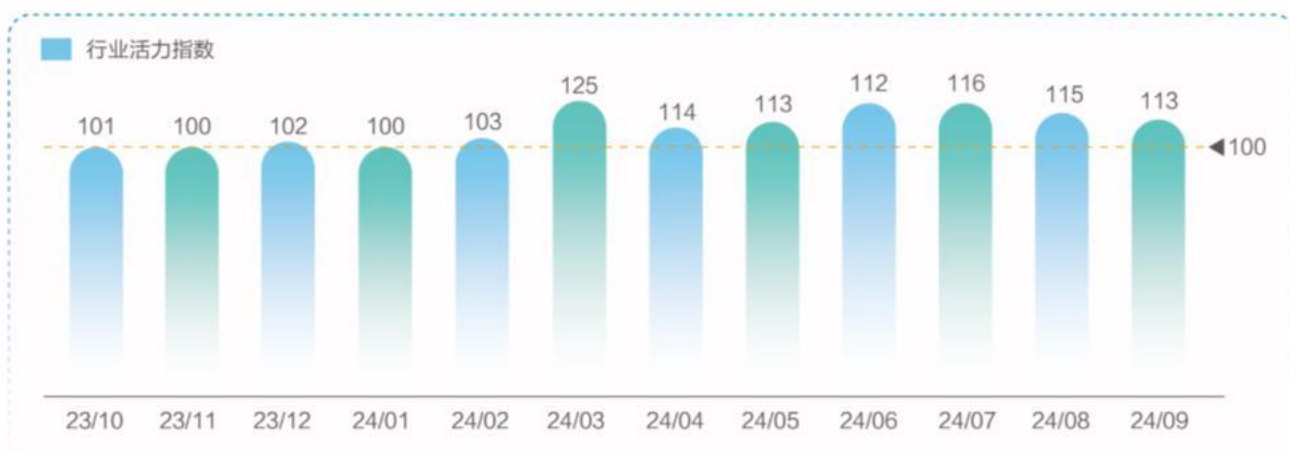


图 近1年行业活力指数

行业规模指数的上升除了得益于订单量增加，还与月活跃司机、用户的增长及合规运力规模的扩大密切相关。因此尽管9月份网约车订单规模有所回落，但归因于其他积极因素的共同作用，行业规模指数依然实现了小幅上升。

招聘需求指数和求职供给指数在7月保持在较高水平，主要受益于招聘旺季，行业招聘方和求职者的规模及活跃度均有所提升。然而，随着时间进入8月和9月，招聘市场逐渐降温，企业沟通活跃度和新发布岗位薪酬出现下滑，同时求职者的沟通积极性和期望薪资也低于7月水平。导致招聘需求指数和求职供给指数在三季度均呈下降趋势。

虽然受招聘供需两端影响，行业展现出短期波动，但合规运力增长和用户基础扩大仍起到部分正面影响，为行业长期发展打下基础。经营者可以紧盯关键指标，灵活调整策略以应对市场竞争和不确定性的挑战。



图 近1年行业活力指数二级分项指数

◎ 内卷竞争和招聘降温，行业健康指数『逐步下降』

行业健康指数在三季度逐渐走低，主要是由于行业合规发展指数的下降及招聘求职匹配指数在同一时期的波动所致。

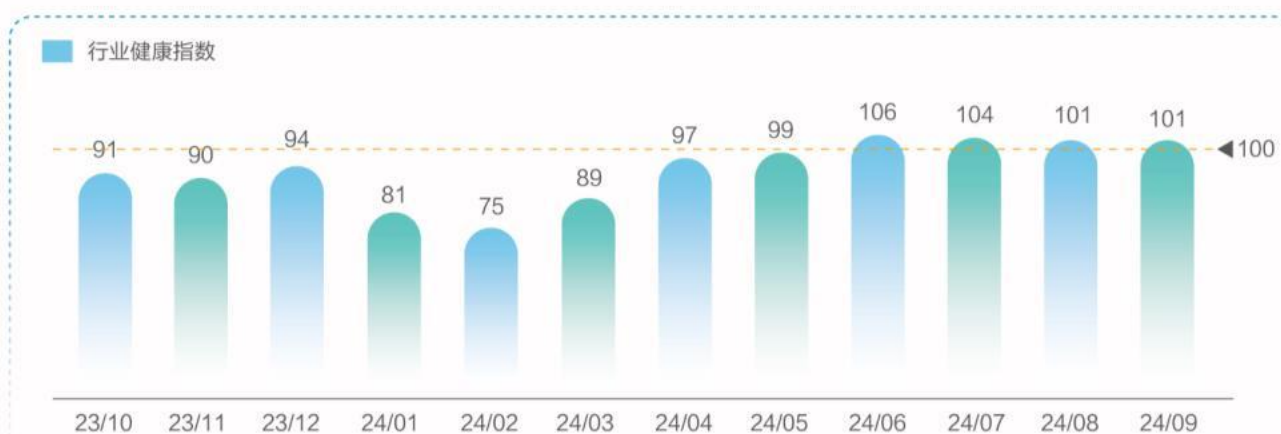


图 近1年行业健康指数



招聘求职匹配指数在三季度波动下降，主要是受求职者投递规模和企业招聘规模双降影响，同时9月份求职者投递规模降幅相对更大，使得求人倍率微涨，加上受市场内卷、司机收入下降等因素影响，求职者期望薪资出现下滑，使企业和求职者的薪酬匹配度有所提升，导致招聘求职匹配指数在9月出现短暂上浮。

行业合规发展指数在三季度也有所下滑。活跃司机数量的增长，导致在9月行业订单规模出现轻微下滑（环比-3.9%）的情况下，活跃司机的月均订单量下降更为显著（环比-7%）。同时，活跃司机较合规司机的增速更快，使合规司机的比例暂时降低，共同拉低了行业合规发展指数。

以城市为例，杭州三季度较二季度，日均活跃车辆数和日均订单量分别增长3.39%、4.19%，但单车日均订单量仅增长0.77%，且单车日均营收下降1.36%；在广州，7月至8月单车日均订单量从12.66单降至12.02单。威海、苏州等城市也发布了饱和预警提示行业风险。

行业经营者和从业者应密切关注细分指标的变动情况，并仍需时刻警惕监管风险并持续关注属地政策变动、城市内卷程度及市场风险提示等信息，以便及时调整策略，应对市场变化。

行业订单规模出现
轻微下滑（环比
-3.9%）

月均订单量下降
更为显著（环比
-7%）



图 近1年行业健康指数二级分项指数

*注：每季度《网约车就业景气指数报告》的详细内容，可关注58同城或中国网约车分会公众号

02

网约车运力企业 经营情况调研

网约车运力企业调研共回收问卷2560份，经过严格的筛选和验证，最终确认有效样本为2270份。在回收的有效问卷中，企业分布在30余个城市，不仅包括经济发达的北上广深等超一线城市和成都、武汉、重庆等新一线城市，也涵盖了部分二线、三线及以下城市和地区，有助于我们全面了解运力企业的现状和需求。



行业内卷，运力企业选择发力降本增效

2024年，网约车行业的“高频词”是利润变薄、行业内卷、无序竞争、运力饱和等，身处行业的企业，都或多或少地感受到了行业的竞争和经营压力。



针对运力企业的调研结果同样揭示了行业企业对当前及未来经营环境的严峻观点。调研结果显示，39%的企业表示当前面临的经营环境十分恶劣，认为行业处于内卷和无序竞争的混乱局面。另有31%的企业认为当前所处的行业环境较差，他们在经营过程中遭遇利润变薄和竞争激烈的困局。

虽然政府正在积极推动行业的合规化和有序发展，但行业企业仍普遍感受到了当前经营环境的严峻性，且超过80%的企业对未来2年的行业发展趋势持悲观态度。其中，50%的企业认为行业将继续面临内卷和无序竞争加剧的问题，33%的企业则认为他们仍将面临利润减少和竞争加剧的经营挑战。

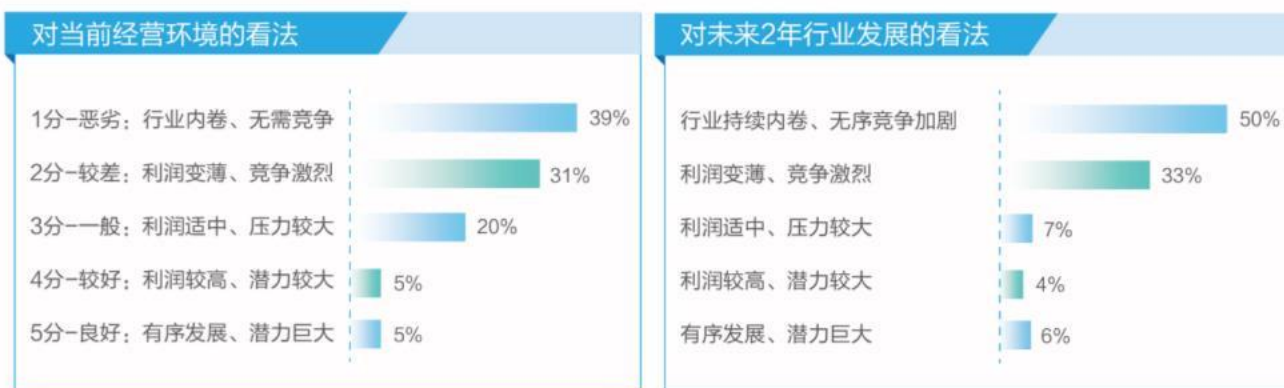
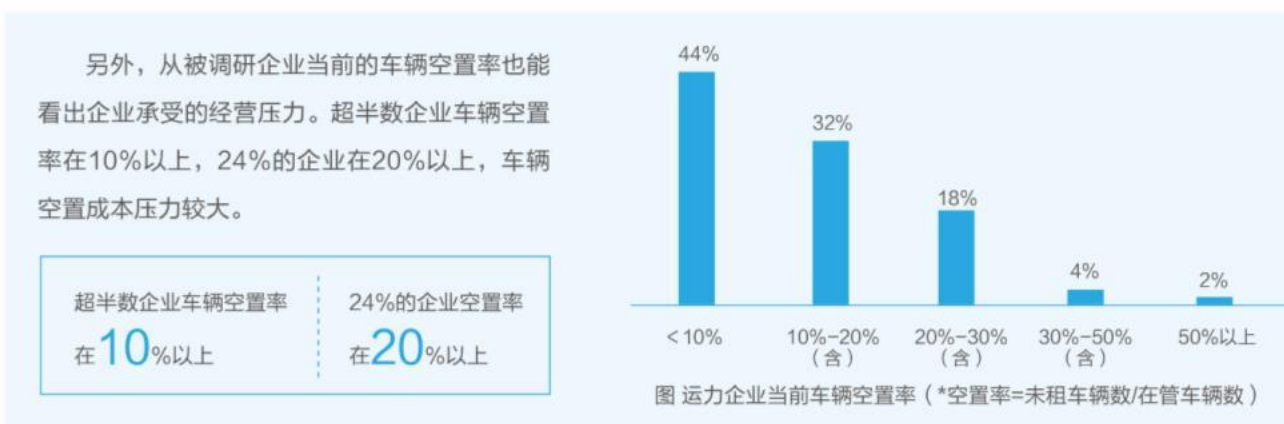


图 运力企业对行业经营环境和发展趋势的看法



尽管业界对经营环境持悲观态度，但调研结果显示，超过50%的运力企业在入驻城市数量和管车辆规模方面，相较于2022年有所增长或显著增长。这表明，在行业从“无序竞争”逐步走向“有序发展”的转型期，一部分合规经营的企业正在通过扩大规模来巩固市场地位和增强竞争力。

然而，受司机收入减少、行业对求职者吸引力下降等客观因素的影响，超半数企业面临车辆空置率上升、司机招聘成本增加以及司机流失率提高等问题。这些挑战不仅影响了企业的运营效率，也无形中增加了企业的运营管理成本。因此，企业需要在增收的同时，探索新的运营模式，优化司机管理和提高服务质量，降低空置率以应对当前的行业挑战并寻求可持续发展。



从经营策略来看，运力企业通常采取两种主要路径来提升竞争力。一方面，企业通过发力“增营收”，来提升公司营收规模，如城市扩张、车辆规模扩张、多元经营等措施。另一方面，企业专注于“提效率”，从而降低公司运营和管理成本，如通过提高车辆利用率和资金周转率，以及提升司机招聘效率和管理效率等手段。

根据调研结果，企业在面对经营挑战时也普遍采取了相似策略，即将重点放在降本增效和优化管理方面。其中，48%的企业计划选择通过提高司机招聘和运营效率，来降低招聘成本、改善经营效率；同时，44%的企业计划通过创新的司机服务和加强在职司机管理，来减少司机的流失。

可以预见，在行业逐步走向合规和健康发展的过程中，更多企业正在或计划通过精细化的管理实现效率提升和成本控制，以保持竞争力。



图 未来2年运力企业选择的重点发展方向

运力企业提供创新服务，应对司机高流失

调研发现，运力企业的新招募司机平均在职时长普遍较短，其中，66%的企业，旗下司机平均在职时长不足6个月；而仅有极少数企业（占比6%）的司机平均在职时长能超过1年。这反映出网约车司机的流失率相对较高，也意味着企业面临着持续招聘新司机的压力。

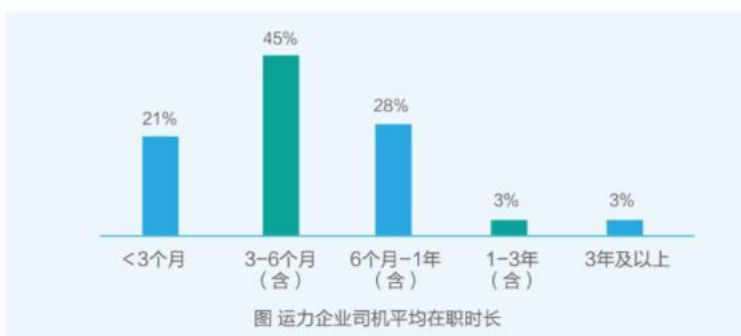


图 运力企业司机平均在职时长

这一压力在企业的日常经营中表现得尤为明显。从调研结果来看，这一压力已经成为运力企业面临的主要挑战。具体来看，司机招聘成本高、司机流失率高、车辆空置率高，是运力企业当前经营遇到的主要难题。



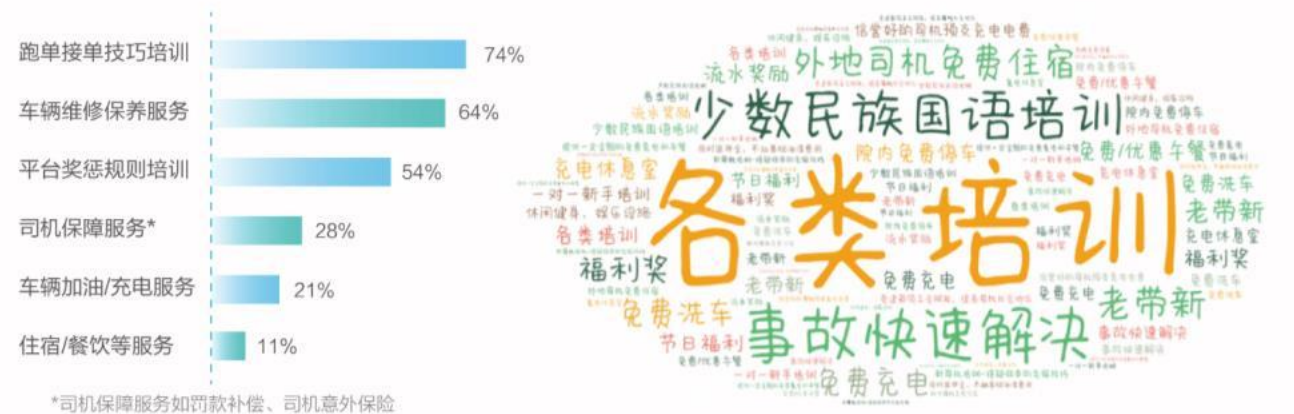
图 运力企业日常经营中，遇到的最大难题

从流失原因分析，运力企业司机流失的最主要原因是收入问题，这与行业内的激烈竞争和平台的低价策略等有关。由于司机的订单收入下降，而车辆运营成本居高不下，司机到手的实际收入受到影响。此外，司机对平台的抽佣政策和运营规则不满，选择转向其他平台，这也是导致他们流失的重要原因之一。



司机的高流失率对企业构成了显著的运营挑战，迫使企业不断投入资源进行新司机的招聘。这不仅包括招聘渠道的费用、招聘团队人员成本，还包括培训新司机的时间投入和运营管理成本等，这种持续的招聘需求和运营管理会导致企业成本不断增加。此外，新司机在熟悉路线、提升服务技能和掌握接单技巧等方面需要时间，司机的高流失也会影响服务质量和订单数量的稳定性、连续性，这种不稳定性在一定程度上也加重了运力企业的运营负担和收入压力。

企业显然已经意识到了提升司机满意度和留存率的重要性，并积极采取了相应措施来应对。根据调研结果，跑车接单技巧培训、车辆维修保养服务、平台奖惩规则培训等，已经成为多数企业为司机提供的常规基础服务。不少企业通过提供特色或创新类型的服务，如针对少数民族的国语培训，提供免费充电/停车，或外地司机免费住宿等，以更好地留住司机资源，帮助企业在激烈的市场竞争中保持差异化优势。

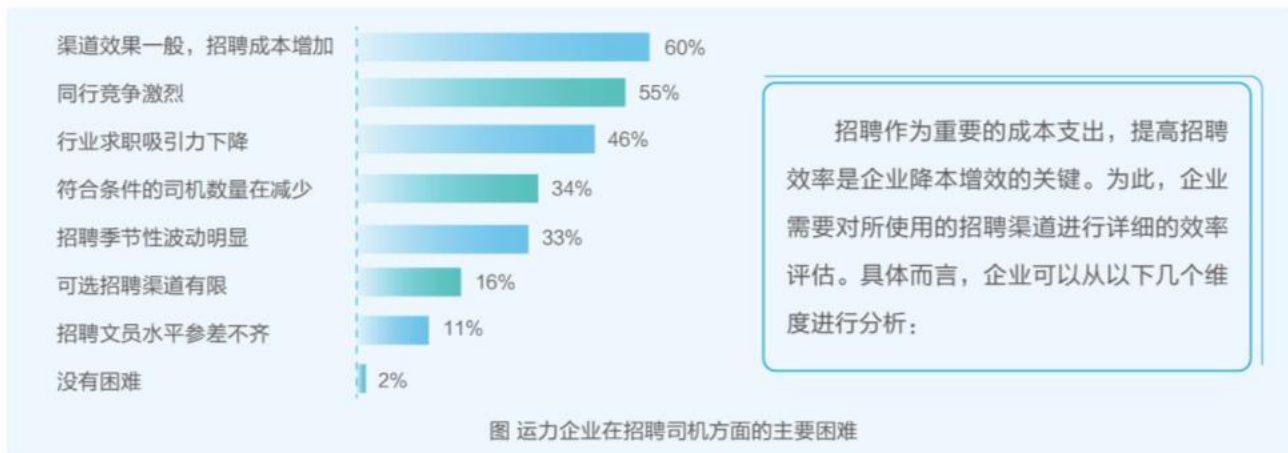


“招人难、招人贵”，高效渠道组合降成本

创新服务降流失是运力企业降本增效，以保持竞争力的有效手段之一。除此之外，企业在司机招聘方面的资源投入，也是运力企业经营的主要成本。调研发现，当前网约车司机的平均招聘成本在数百到数千元不等。具体来看，27%的企业招聘1名司机需要花费1500元以上，仅有24%的企业司机平均招聘成本在500元以下。「司机不好招，招聘司机的成本较高」更是位居运力企业当前经营遇到的最大难题之首。



在招聘环节，企业面临的主要困难是“招人难”和“招人贵”。一方面，由于行业吸引力下降，加之同行竞争激烈等原因，导致行业出现招人难的现象；另一方面，行业招人难的客观现状，叠加企业自身所选的招聘渠道效果、招聘文员的水平差异等因素，使得不同企业的司机招聘成本存在明显差异，部分企业司机招聘成本显著增加。



招聘效率分析：



评估不同招聘渠道的投入和产出情况，包括渠道使用费、渠道广告费、渠道人员成本、渠道招聘和转化规模等，与同行平均水平对比，评估招聘环节的效率情况。

渠道转化效率分析：



从不同渠道的简历量到有效链接、到面、入职等关键环节，评估不同渠道的转化效率。

招聘团队效率分析：



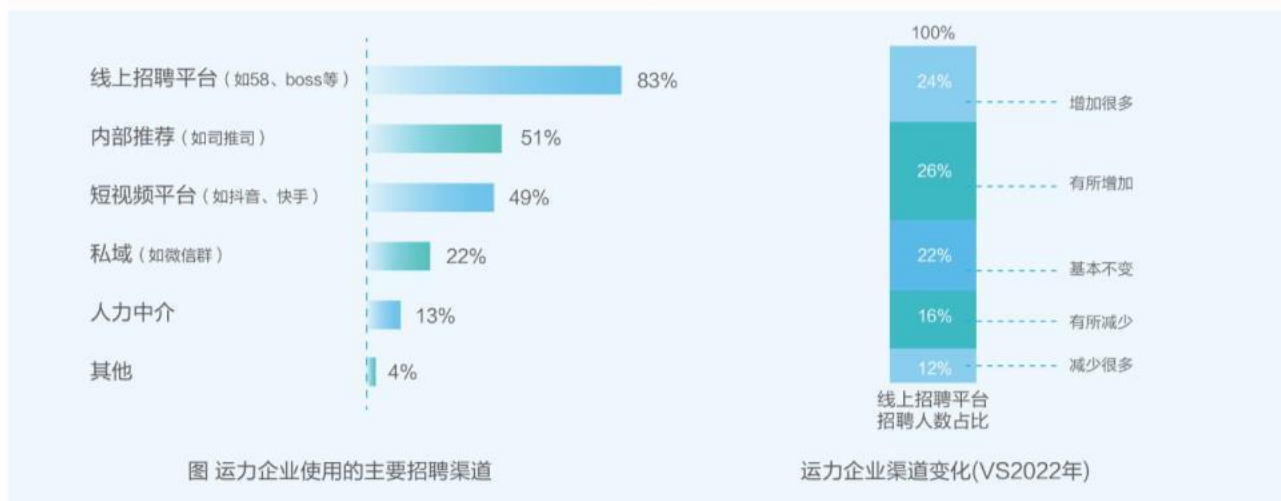
分析招聘团队人员构成、职能分工、薪资结构及对应产出情况，评估招聘团队人效及各个招聘环节的效率情况。

通过对企业在司机招聘环节的投入-产出-效率进行系统分析，确定最佳的司机招聘渠道组合和转化链路，并加大效率最优的招聘渠道投入，降低效率较差的其他渠道投入，以最大限度地降低招聘成本。

根据58同城招聘研究院对行业企业进行的深入定性分析，以及本次定量调研的结果，线上招聘平台依然是网约车司机招聘的主力渠道，整体可贡献约40%-50%的招聘规模。



从企业调研结果来看，有83%的企业当前正在使用线上招聘平台。其中，50%的企业通过线上招聘平台招聘的司机人数，较2022年有所增长或显著增加。



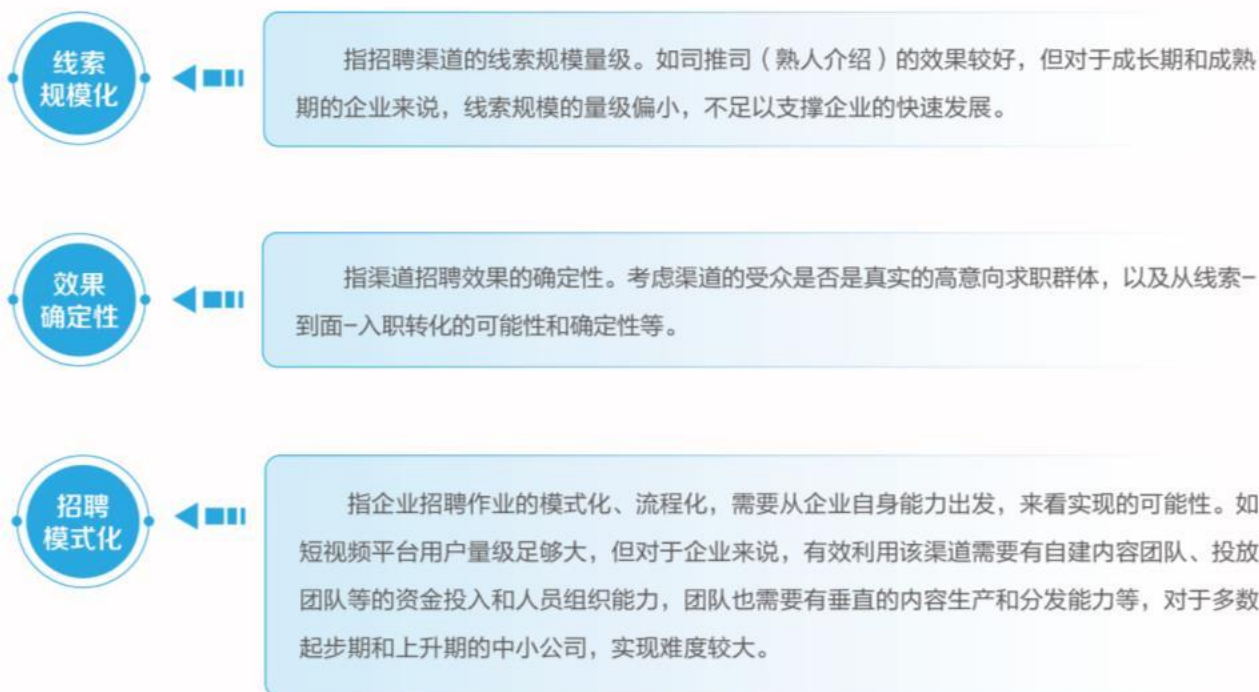
未来，市场内卷大概率会持续一定周期，稳住司机收入、优化司机服务、提升合规率等都需要企业持续不断地投入成本，这也会进一步压缩运力企业的利润空间。因此，运力企业需要尽可能地在可降本增效的环节进行发力，以形成可持续的竞争优势。

招聘渠道效率价值模型：招聘渠道提效策略

在运力企业希望获得的支持和帮助方面，有64%的企业表达了对更高效的司机招聘渠道或产品的需求。这反映出大多数运力企业已经意识到当前公司在司机招聘环节存在较高的成本，并迫切需要通过提升招聘效率和优化招聘成本来改善这一状况。



招聘渠道的选择与企业的发展阶段、自身资源和招聘组织能力等密切相关，选择方法可以参考58同城招聘研究院的「招聘渠道效率价值模型」。从关键要素拆分为来看：



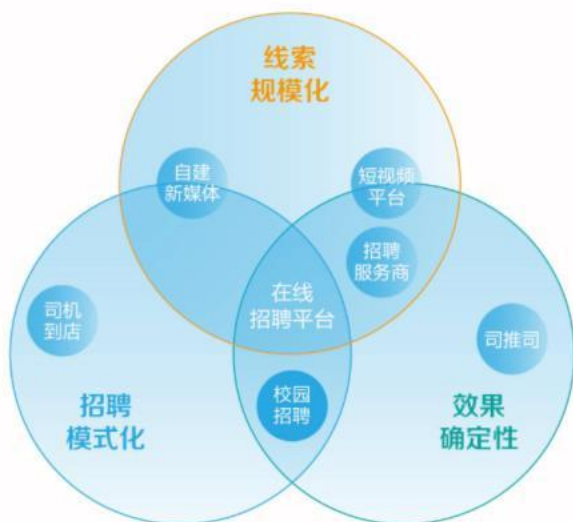


图 招聘渠道效率价值模型

因此，主力招聘渠道的选择和投入，需基于企业的发展阶段、组织能力、技术能力、渠道资源和转化能力等进行综合考量。这也是58招聘在网约车行业针对不同阶段企业提供不同解决方案的原因。

对于起步期的企业而言

车辆与司机资源不足，招聘团队人数少、精力分散，需要在主力渠道进行发力和提效，提升有效线索量和转化率。

对于发展期企业

司机的高流动性可能会影响单车收入的连续性和司机服务的稳定性。这就要求企业在运营效率与招聘效率之间找到恰当的平衡点，确保主力渠道能保持高效且持续的招聘。

对于成熟期企业

基于业务增长与战略布局方面的需求，城市与团队扩张的管理的需求更迫切，然而不同城市 and 不同招聘团队差异大，因此更需要有针对性的专属服务方案和客户权益。

客户权益体系 -----> 网约车行业解决方案 ----->



图 58同城网约车行业招聘解决方案

尽管受行业吸引力、招聘季节性、企业所处地域等因素影响，司机招聘成本存在波动，但抛开行业外部因素，企业招聘渠道效率的高低同样对经营成本有重要影响，这也成为企业可以降本增效、提升竞争力的关键环节之一。

03

网约车司机 择业与就业调研

求职者的核心难题：寻找和甄别运力公司

调研结果显示，在求职意愿方面，有17%的求职者对网约车司机岗位表现出较明确的从业意向，其中5%正在积极寻找网约车司机的工作，而明确表示不想从事该工作的占比近60%。在行业当前的环境下，网约车司机轻松“月入过万”已经成为历史，求职者整体对网约车司机的求职意愿有所下降。



图 求职者对网约车司机工作的求职意愿

作为新兴就业形态的代表性工作之一，网约车司机最吸引求职者的特点是工作的灵活性和自由度，以及相对较少的约束条件。



图 求职者计划从事网约车司机的原因

求职者不愿从事网约车司机工作的原因，除自身的客观条件（如身体、年龄、驾照等）限制外，主要原因是收入低、成本高，难以获得可观的经济收入，这与求职者对当前网约车市场内卷的感知相符。



图 求职者不想/不打算从事网约车司机的原因

根据调研样本情况，求职者当前的岗位遍布多个行业，其中，未就业的求职者比例最高，达到43%，其余在职的求职者所处行业分布较为平均。因此，从求职者来看，没有工作或从未做过网约车司机的“小白司机”人数相对更多。网约车行业的招聘在该类求职群体中的渗透率相对较低；同时，由于他们对行业的网约车平台、运力公司、司机合作模式等知之甚少，在求职过程中也更容易遇到困难和问题。



图 求职者当前岗位分布

对于正在积极寻找网约车司机工作的求职者而言，面临的普遍且棘手的问题是如何找到并筛选出靠谱的运力公司，这对于新入行的求职者来说尤其具有挑战性。

众所周知，行业内部分企业采取了一些不正当的竞争与司机招募手段。例如夸大薪资待遇以吸引求职者；或者通过不合规的方式引导司机进行租车或以租代购，并在此过程中收取各种费用；退车时，还可能找借口不退还司机押金。这些行为不仅使已入行的司机面临困境，被迫接受不利条件，也在求职者心中形成了行业乱象丛生、违规操作和收费混乱等的负面印象。

在找/计划找网约车司机工作的过程中，遇到的困难？



以下哪种描述，您在求职过程中经历过？



图 求职者在网约车行业遇到的主要问题

这正是58同城深耕行业以提升招聘方和求职者体验的初衷。依托公司多年积累的蓝领客户和求职者服务能力、AI/风控/行业标签等基建能力，深入网约车行业，解决求职者所面临的困难和问题。同时，满足企业的高效招聘需求，从而实践“让企业更好招到司机，让司机更好找到工作”的平台价值观。

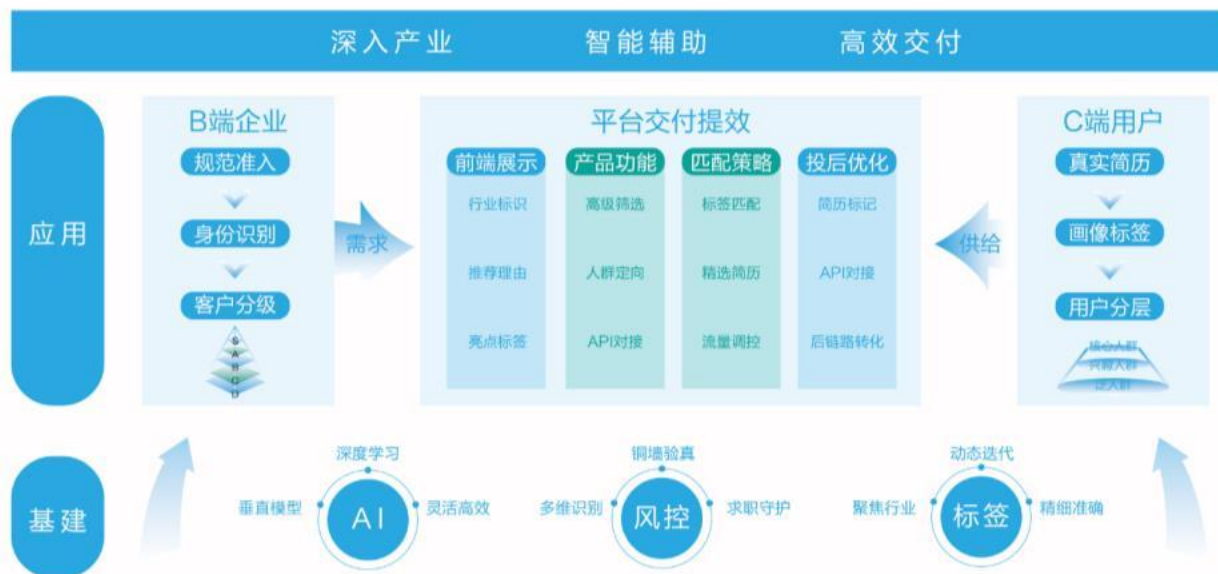


图 58同城线上招聘服务能力

流水下降、成本高企：司机不赚钱的核心

根据对在职司机的调研数据，我们发现长期从业的司机比例相对较低，从业时长在3年以上的司机仅有29%。与此同时，有42%的司机从业时间不超过1年，其中26%的司机在职时间甚至不足6个月。

这些数据从司机端反映出网约车行业在司机留存方面存在挑战。正因如此，我们看到在企业端的调研中，大多数企业正致力于通过提供更优质的服务来增强司机的归属感和忠诚度，以提高司机的留存率。（与企业端调研差异：企业端调研是新招司机的留存）



图 在职网约车司机从业时长

调研结果表明，运力公司当前管理的司机中，超70%的司机所驾驶的车辆是由运力公司提供的。其中，45%的司机选择的是租赁模式，即向运力公司支付一定数额的押金（通常在5000-10000元），并按月缴纳车辆租金；另外，有33%的司机采用的是以租代购模式，即向运力公司支付一定比例首付款，并按月偿还余款（月还款金额与月租金相似），待约定的期限（通常为3年）结束时，车辆的所有权将转移给司机。



从在职司机的车辆成本角度分析，运力公司提供车辆的司机中，65%的司机月租金在3000-4000元。此外，司机还需要承担包括车辆保险费、维修保养费、可能的事故或违章罚款、运力公司管理费等多项开支。这些成本的累加，是导致网约车司机运营成本居高不下的主要原因。

面对成本压力，网约车司机不得不延长工作时间，甚至有部分司机为了节省时间和住宿成本而选择在车内过夜，这也是导致网约车“臭车”比例增加的原因之一。调研数据显示，日均跑车时长超过10小时的司机比例高达73%，其中更有43%的司机日均跑车时长超过12小时，这一现象充分凸显了网约车司机工作强度之大、压力之高。

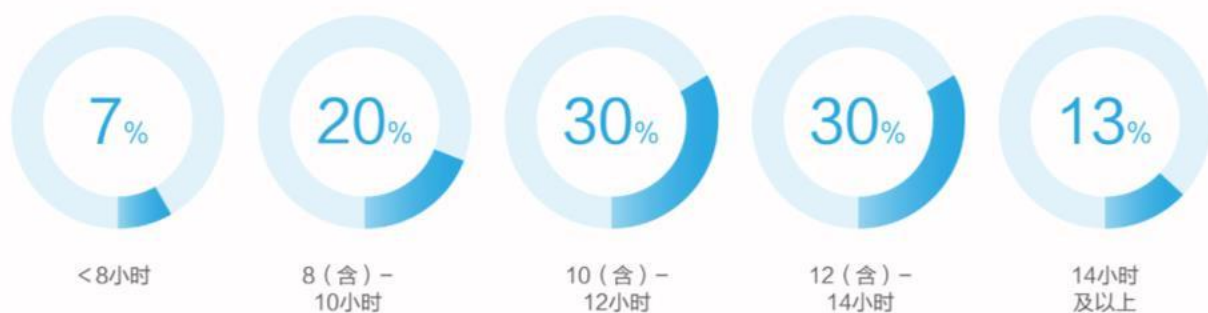


图 在职司机日均跑车时长

尽管日均跑车时长延长，然而订单量和流水不仅没有增加，反而出现不增反降的现象。数据显示，60%的司机日均订单量在20单及以下，76%的司机日均流水在400元以内。

不赚钱：司机满意度低、流入其他行业

调研数据显示，对当前工作感到不满意的网约车司机比例为38%，而计划继续从事该职业的司机仅占30%。同时，有38%的司机正计划转行其他职业，这些调研结果与运力企业面临的司机留存难题一致。



正如上文所讨论，流水低、成本高导致司机实际到手收入降低，这与司机流失原因直接相关。从司机端调研结果来看，“不赚钱”已经成为网约车司机流失的最主要原因，与运力企业调研结果具有一致性。



网约车司机的高流失现象并非由单一因素造成，但在多种因素中，“不赚钱”却是最核心的影响。在行业运力饱和和内卷化的大背景下，平台的低价策略、部分企业的不正当竞争行为等，不仅影响了司机的收入水平，也对他们的从业信心和满意度造成了较大负面影响，加剧了流失现象。

这些问题不仅影响司机的从业感受和生活质量，久而久之，也会对行业的稳定性和健康发展构成威胁。因此，从司机的核心需求和痛点出发，改善其工作条件、提高收入水平及保障劳动权益是行业亟需解决的关键问题。

04

总结与建议

合规化力度加强，行业进入“市场出清”阶段

2023年起，多地交通运输局发文称当地网约车市场运力趋于饱和，行业内卷竞争及合规问题开始凸显。进入2024年，各地政策监管和针对非合规运力的查处力度逐步加强，行业不合规的网约车平台、无证车辆、无证人员等的退出趋势较为明显。合肥市自4月份起，5个月时间共清退18189台不合规车辆，不合规驾驶员12581人。临沂、石家庄等多地交通运输部门发布通告，要求各网约车平台对无证网约车进行统一清退，严格查处违规派单。

随着平台、车辆、司机等的合规化进程推进，网约车行业在合规化方面正朝着更加规范、严格的方向发展，有助于行业的健康和可持续发展。

行业健康可持续发展，需要多方共同努力

网约车行业当前的现状是市场环境、行业竞争、平台策略、政府监管等综合作用的结果，行业正在经历深刻变化，需要包括政府监管机构、行业协会、网约车平台、运力企业、网约车司机等在内的各方共同努力。



地方政府

深化市场监测与数据发布

加强网约车市场监测，定期发布网约车市场相关数据，重点包括规模类（平台、司机、车辆、订单量等）、合规类（如存量有效的三证许可数量、新增与注销数量等）、结构类（活跃司机的完单结构、活跃车辆的公户与私户比例等）、风险提示类（司机日均单量、司机日均营收，单位运营里程营收等）。

加强事中事后监管

省级主管部门加强线上能力监管，依法撤销不具备线上能力的认定，市县主管部门加强线下能力监管，依法撤销不具备线下能力的平台许可，注销不符合条件的车辆运输证与从业资格证，积极推进市场出清。

开展协同监管与服务

交通主管部门联合市场监管部门、价格主管部门、工会等部门，积极开展网约车行业车辆租赁行为的执法检查、组织制定并推广网约车车辆租赁合同范本，加强价格监测，必要性出台政府指导价，积极推动司机驿站建设，推动全行业关心关爱司机。



行业协会

加强行业交流与合作：

加强行业数据统计与发布，为管理部门、从业者与社会公众提供准确的市场信息，发挥市场引导与社会预期作用，积极开展网约车运力企业评定、网约车租赁合同示范文本制定等团体标准建设，为优秀的运力企业提供司机与社会公众识别渠道，助力建立运力企业与司机良性健康关系。

保障经营者/劳动者权益：

积极推动行业保险、违法处理等行业共同难题的解决，为运力企业降本提效助力，积极推动行业党工建设、一站式司机驿站建设等工作，从企业经营、司机求职/就业角度为行业的真实需求发声。



网约车平台

持续优化订单分配机制：

关注司机对平台派单规则的反馈，优化不合理规则，让司机敢休息、能休息。

完善平台抽佣机制：

抽佣比例合理化，从短期逐利转向更加注重长期发展。

司机评分&投诉处理机制：

优化司乘评价及评分制度，减少对于司机的不合理罚款和判责。

其他相关参与方



运力企业

优化司机招聘渠道：

评估企业在司机招聘渠道和各环节的转化效率，优化现有招聘渠道的组合与各渠道转化流程。

优化司机管理和服

增加特色服务，降低司机流失率，在规模劳动力的管理方面，建立自身的核心运营能力和差异化优势。

坚持合规化经营：

合规资产及运力是行业长期竞争壁垒之一，坚持人与车合规，坚持真实招聘与透明化的司机合作模式，将收费项目合理化、标准化，强化运力端的核心优势。

数字化管理与提效：

将司机与车辆的管理数字化。长期关注车辆的成本和周转率等效率指标，以及司机的在职时长、跑车情况、培训记录等司机生存指标，制定不同指标的监测规则。



求职者

客观认识行业并谨慎入行：

当前网约车司机的薪资已回归理性状态，甚至不少城市内卷，导致司机工作时长加长、收入明显下滑。求职者应当客观评估自身条件，做出理性入行选择。

选择靠谱的运力公司合作：

非合规车辆的清退是必然。求职者若自身没有合规营运车辆，入行跑车绕不开与运力公司的合作。在求职过程中，求职者应当选择合适的求职渠道和优质的运力公司（如行业协会评定的优质运力公司），确保与运力公司之间的合作模式正规、透明。

期待行业经营者、从业者都能参与进来，发挥各自的价值和作用，共同营造公平竞争、可持续发展的网约车行业环境，推动行业高质量发展。

附录 报告说明

调研司机样本

在对网约车司机进行的调研中，我们共收回5890份问卷，经过严格的筛选和验证，最终确认有效样本为5258份。在回收的有效问卷中，涵盖了不同年龄结构和从业时长的网约车司机，他们分布在多个城市和地区，并采用多种模式与运力公司进行合作。这样的样本构成有助于我们全面、深入地了解不同网约车司机的跑车现状、面临的挑战，以及对当前职位的考量和未来规划。



调研求职者样本

在针对求职者的调研中，共回收5456份问卷，经过严格的筛选和验证，最终确认有效样本为4985份。在回收的有效问卷中，涵盖了不同年龄段的求职者，他们来自全国各地不同城市和地区，且当前在各个行业从事不同的工作。这样的样本构成有助于我们全面了解不同求职者对于网约车司机职位的态度和看法。



免责声明

本报告的数据信息基于广泛的样本抽样统计、深入的小样本调研及科学的研究方法进行分析得出。需注意的是，由于抽样范围、数据来源和研究方法的局限性，报告内容仅供参考。58同城不对上述数据信息的完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于本报告数据信息所采取的行动及其法律后果，58同城不承担相应责任，由此引发的相关争议或法律责任由行为人自行承担。

本报告的图表及内容均由58同城招聘研究院编制，部分信息来源于公开资料。未经书面授权，任何组织和个人不得复制或传播本报告的任何形式。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

其他说明

58招聘网约车行业团队，致力于为网约车运力公司提供一站式司机招聘解决方案，包括网招产品合作、团队搭建及行业资讯服务，共同助力司机实现安心就业！同时，也将继续联合58同城招聘研究院，依托公司在招聘领域的专业能力和数据积累，持续对网约车行业进行深入分析、洞察和提供创新服务，敬请关注！

项目组成员

项目指导：韩 笑 王俊天 顾大松 殷 浩

协会支持：陈德君

问卷调研：陶 金 文彩红 冯 凯 武振威 郑燕华 徐亚娜 王容海 贺伟森

报告撰写：李会丹 高绍伟

策划执行：鹿 雪 李红燕

