

反垄断整改两个月后，货拉拉遭遇“信任大考”



□江苏经济报记者 刘照和 通讯员 崔 言

2026年6月18日，国家市场监督管理总局总局发布督导货拉拉落实反垄断整改进展的公告，从规范定价机制、禁止强制车站贴、降低司机抽佣、取消接单限制等方面提出明确要求。同日，货拉拉发布《关于落实市场监管总局整改要求的公告》，承诺全面废止强制车站贴、分批退还1.2亿元不合理费用，并将平台整体费率进一步降至9%。

然而，如今两个月时间过去，从司机到货主，从定价算法到退费流程，货拉拉的整改承诺似乎正在遭遇“落地难”。

退费“卡”在半空，司机维权陷入“死循环”

“我开货拉拉6年多，车贴违约金一共扣了1200元。现在政府要求货拉拉退不合理费用给司机，可是公司一直没处理。找了好几次，客服说两星期退回，但是快一个月了也没退。”一名司机在黑猫投诉平台上称。

这名司机的遭遇并非个例。有司机反映，他被扣400元车站费用，与客服沟通近一个月仍无动静。

截至8月中旬，黑猫投诉平台上，“货拉拉”相关投诉已超11万条，其中车贴相关投诉超过3500条。司机的遭遇与诉求各有不同，但货拉拉方面的回复却千篇一律是机械冰冷的模棱两可：“您好，您反馈的信息我们已经收到，会转交给相应部门处理……”

根据整改要求，1.2亿元退费覆盖更换车辆、未到期更换车贴产生的违约金等不合理扣费。但据媒体公开报道，大量司机反馈，申请退款时，客服仅以“这边看到您不符合相关要求”打发，连具体标准都不告知。

更让司机感到被“套路”的是，部分司机在拨打12328等监管电话投诉后，虽然获得了退费，但这些费用被直接打入货拉拉账号号的保证金账户。当想要提现时，就会被提示“余额不足，请充值”，司机必须前往线下门店申请。部分门店工作人员会重新引导司机贴上车衣，或还明确表示



(视觉中国供图)

“只有解约后才能提现保证金”。

车贴“隐形变异”，算法黑箱下的订单困局

强制车站贴是此次整改的重点之一。据媒体此前报道，整改前，货拉拉运营文件中就有41处约束司机必须张贴独家车贴的强制性条款，导致司机陷入“双向受罚”困境：贴了违反交规被罚，不贴则被平台罚款、限流。

如今，明文惩罚虽已取消，但“隐性规则”却浮出水面。整改后，货主下单界面悄然增加了“希望品牌司机(有车站)接单”的选项。有门店工作人员直言：“没有车站就不是品牌司机，人家选品牌司机的时候，你连订单都抢不到。”同时，平台推出“传车站赢大奖”抽奖活动，中奖率虽高达九成，但奖金多为9.9元，被指用蝇头小利诱导司机重新贴车贴。

除了车站，定价机制的“算法黑箱”更是司机们投诉的重灾区。国家市场监督管理总局曾明确要求货拉拉停止利用不合理的算法压低货运价格，但近期有司机实测，相同车型、同一地点、同一订单，两个账号显示价格分别为548.73元和597.5元，差异近9%。另有用户测试发现价差高达29.08%。还有用户反映遭遇“大数据杀熟”，常用账号的小面价格虚高至147.59元，而更大号的微货价格仅为125元，出现“价格倒挂”。

与此同时，“幽灵订单”(抢到优质订单后被莫名取消)、“偷里程”(接单前后里

程显示不一致)等问题依然困扰着司机。在义乌，一名全职司机花费380多元开通L6会员并贴满车站后，反而被屏蔽了优质订单，全天只能看到亏本低价小单，收入几乎归零。

会员费悄悄暴涨，“减负”承诺遭质疑

在抽佣方面，货拉拉声称平台整体费率已从整改前的约11%降至约10%，并将进一步降至9%，预计每年为司机减负超13亿元。但现实却给司机“泼了一盆冷水”。

在黑猫投诉平台，有司机投诉称，自己的货拉拉3.8米车型，今年6月之前减佣卡(会员卡)价格为49元，目前同款减佣卡价格暴涨至229元。3.8米车型因为接单范围最广，是货拉拉平台热门车型，在抖音平台上，同样有多名该车型司机表示，减佣卡价格从49元涨至200余元。

还有一名司机在短视频平台诉称：“刚开始信息费是8%，现在直接到了18%，这让司机怎么生存呢？”“明降暗升”的操作，令司机们对让利承诺感觉遥不可及。

司机客户“双输”，平台“甩锅”透支信任

“我们通过平台模式连接及服务商户与司机，实现从在线下单到售后服务的闭环交易。”在招股书中，货拉拉对公司职能

如此定位。但是，作为理应“一手托两家”的平台方，现实中却在不断透支双方信任。

司机端的委屈在于“两头受压”：一方面是被扣行为分、申诉无门。一名司机反映，因货主取消订单后联系不上，他另行接单送至同一地址，却被货拉拉判定“挑单”扣5分行为分，申诉过后客服也不予处理。另一方面是被拖欠运费。多名司机投诉，当货主不付运费时，平台往往“踢皮球”。

货主端的不满则集中在“售后无门”。在黑猫投诉平台上，大量客户投诉货拉拉在运输途中丢件、损件后平台推诿扯皮。有客户丢失了价值2000元的货物，平台先是愿赔修车费，后又改口只给两张20元优惠券。平台在处理纠纷时，往往先试图用极低的补偿“打发”客户，不成则把责任推给司机，自己置身事外。

光鲜市场份额下，财务隐忧浮现

2026年4月30日，货拉拉(上市主体为“拉科科技”)第七次向港交所递交招股书。招股书中，该公司表示，按2025年闭环货运 GTV 计，其全球市场份额达53.1%，中国内地市场份额为61.0%。

但剥开光鲜的份额数据，其财务隐忧不容忽视。

财务数据显示，该公司2025年营收21.39亿美元，三年复合增长率达26.6%，但当年经调整的净利润仅为5.6亿美元，12%的利润增速明显落后于营收增幅；整体毛利率则对2023年的61.2%降至50.5%。此外，截至2025年底，公司负债净额高达18.88亿美元，甚至超出了其约18.22亿美元的账面现金储备。

在增收不增利、负债高企的财务压力下，货拉拉是否有足够动力将“降费让利13亿元”的承诺落到实处？

答案或许就藏在司机的日常账单里。招股书显示，2023年至2025年，公司同城货运综合抽佣率从12.2%降至10.9%。但通过前文内容可以发现，司机端并未感受到由此带来的“利好”。相反，减佣卡暴涨、基础信息费上调，让“减负”成为看得见摸不着的一张“大饼”。

从“强制条款”到“隐性规则”，从“承诺降佣”到“会员费暴涨”，货拉拉的反垄断整改两月后，似乎仍未能走出“纸面合规”的质疑。当210万活司机在招股书中被称为“主要客户”，却在现实中间临算法裹挟与退费无门，货拉拉能否真正“合规上岸”，仍需监管、公众与时间的共同检验。

热点城市土拍市场升温 民营房企重拾拿地信心

8月18日，海口市长秀片区XY0602061地块经207轮竞价成交，海南发展控股置业集团有限公司以23721.6061万元竞得，溢价率达27.52%。今年以来，国内热点城市土地市场持续回暖，北上广深、海口、杭州等城市集中出让优质地块，高温价成交成为常态。伴随市场修复，房企拿地活跃度稳步提升，行业投资信心出现边际修复。

今年以来，一线及强二线热点城市优质宅地集中入市，土地市场活跃度较此前显著回升。

上海土拍市场表现亮眼。7月底，上海今年第六批次土拍收官，3宗宅地合计揽金235.14亿元，溢价总额56.42亿元。其中，杨浦滨江八埭头地块经过219轮激烈角逐，保利发展联合华润置地拿下这块百亿元级滨江地块；徐汇桂林公园地块历经96轮竞价成交，两大核心地块充分展现出一线城市核心稀缺土地的强大吸引力。

北京土地市场热度同样快速抬升。8月12日，中国金茂经过130余轮举牌，以97.61亿元拿下海淀区四季青西冉地块，成为北京2026年内总价最高地块。

“自7月份起，北京土拍节奏显著加快，随着中心城区多宗稀缺优质地块集中入市，激烈程度明显提升。”北京链家研究院分析师岳微表示，7月初至8月中旬，全市成交11宗住宅用地，其中多数地块竞拍轮次超百轮，多个地块溢价率突破15%。

根据北京链家研究院统计，截至8月17日，今年以来北京成交住宅用地32宗，建设用地面积112.99万平方米，规划建筑面积200.47万平方米，出让总金额705.18亿元，平均溢价率8.88%，成交宗数和平均溢价率均较去年同期有所增长。

当前房企投资特征鲜明，市场热度高度集中于城市核心片区及优质刚需、改善型宅地。中指研究院高级分析师孟新增表示，1至7月宅地出让金排名前20城市占全国比重已达62%，较2025年全年提升10个百分点。

目前央国企仍是土地市场拿地主力，持续发挥“压舱石”作用，民营房企市场参

与度、拿地积极性明显提升。

从近期土拍案例来看，民营房企形成了“聚焦核心、择优入市”的布局逻辑。8月4日，温州实业背景民企青山控股、华峰集团联合拿下上海虹口北外滩核心综合地块；8月11日，民企银盛泛美竞得北京顺义马头庄村地块。

孟新增认为，当下民营房企已彻底告别以往全国化扩张、高杠杆规模的粗放模式，普遍立足本土、精准布局，优先投资熟悉的核心城市与优势板块，重点筛选低风险、高去化的优质小型地块。此外，实业资本跨界参与核心城市土拍，也印证了优质城市不动产对市场化资金配置的吸引力。

中指研究院数据显示，2026年1至7月房企权益拿地榜单中，前10位有滨江集团1家民企；11至20位新增大华集团、邦泰集团、伟星房产3家民企，较去年同期增加1家；21至30位民企数量较去年同期增加2家，民企拿地梯队持续扩容。

“但需要客观地看到，民企拿地总规模对比历史同期仍处于低位，民企投资力度能否持续放大，高度取决于商品房销售端能否真正企稳，市场信心能否进一步巩固。”孟新增说。

热点城市土拍升温，民企拿地积极性提升，是楼市基本面边际修复的直观体现，但多名业内人士表示，当前土地市场结构性分化问题突出，行业整体全面回暖尚需时日。

孟新增表示，从需求端看，一线、强二线城市产业底盘稳固、人口持续流入，库存压力可控，房企投资意愿较强。从供给端看，热点城市主动加大核心区优质地块供给，优化供地结构。

“土拍热度回升反映政策效果逐步显现，但回顾案例中在核心城市优质板块，全国层面房企投资意愿仍有待修复。”孟新增表示。

岳微认为，后续随着核心改善地块的持续入市，房企将加大产品研发投入，带动高标准住宅供给增加，更好地匹配城市置换改善需求。土拍热度回升也会带动一、二手房市场预期联动，推动交易活跃度稳步提升。

王舒媛 熊彦莎

(上接A1版)

据统计，新赛季“苏超”球员平均年龄仅22.32岁，较上赛季降低了1.77岁，22岁以下球员占比2/3。新赛季多数球队平均年龄较上赛季明显降低，南通队仅19.8岁，宿迁队20.7岁，南京队22.26岁。

据记者观察，新赛季“苏超”13支球队中，现役职业球员数量少于上赛季，但平均年龄下降、整体实力更强。如黄紫昌、吴昊、费尔南多等中超、中甲俱乐部一线队员。但从目前赛况看，各队战绩主要由优秀新人支撑，其中大多萌芽于江苏校园青训。

截至8月8日，常州队吴浩民以5球位居新赛季射手榜首位，宿迁队丁飞扬以4次助攻居助攻榜首位。二人均为“苏超”新人。前者23岁，曾效力中超天津泰达U-21梯队。后者19岁，出自上海嘉定汇龙俱乐部青训，是去年宿迁“霸王杯”最佳射手。

根据球员准入新政，各队U-22球员、职业球员均须为所在城市出生，或拥有当地6年全日制学籍、1年以上社保资格。这意味着，无论是本土青训还是海外青训新人，无论是校园球员还是职业梯队球员，首先都必须孕育于江苏足球土壤的本地“苗子”，或是落地13个设区市的新江苏人。

在新政推动下，这个起步于“巨大网络流量”和“地域梗”的省级业余足球联赛，卷起了一场“青春风暴”，13个设区市后备人才厚度和锐度的竞速正在升级。

少壮派教练成为中坚力量

新赛季“苏超”各队教练团队也明显升级，更多业务能力突出、具备职业执教经验、富有进取精神的少壮派教练开始执掌教鞭，逐渐成为中坚力量。

13支球队中，10队换帅，其中南通、镇江两队两度换帅。截至8月8日，13位主教练中有10人为职业级教练员，3人为A级教练员，皆有职业俱乐部执教背景。其中不仅有执掌前国字号队伍的主帅，多位前中超和前中甲俱乐部主帅，还有张玉宁、黄勇、王新欣等“60后”和“70后”的前国脚。更多江苏足坛名宿加入，除无锡队主帅唐京外，尹优优、陆博飞、朱谷丰等均为本赛季履新。42岁的原中乙主帅丁珂继任主教练，高万国是东北籍少壮派教练的代表。

外籍教练方面，除南通队前主帅韩国人金都根外，还有镇江队新任技术总监——塞尔维亚人德拉甘·斯坦季奇，这两位都是功底深厚的实战派。前者是韩国前国脚，后者出自塞尔维亚老牌强队贝尔格莱德红星。

新赛季各队主帅大多兼具较为丰富的职业联赛执教履历和较为充分的青少年梯队执教经验，更适配当前“苏超”球队年轻化的特征。



日前，抗击台风期间，无锡滨湖消防严格落实“三员”工作机制，就地开展业务帮带，充分发挥党员骨干作用，锤炼队伍实战能力。

张 洁 王语嫣 摄

无锡滨湖：消防宣传进小区 筑牢夏季“防火墙”

为切实做好夏季火灾防控工作，提升居民消防安全意识，近日，无锡滨湖消防联合消防志愿者深入辖区居民小区，开展消防安全宣传及隐患排查活动。

活动中，大队宣传员与志愿者组成联合小组，重点对小区楼道、疏散通道及电动车集中停放区域进行细致检查。针对部分楼道违规停放电动车、堆放杂物等隐患，宣传人员现场进行清理，并向居民耐心讲解楼道疏散通道及电动车违规充电的严重后果。同时随机抽查了楼栋灭火器配置情况，仔细核对压力表是否正常，软管有无破损、罐体是否锈蚀，确保消防器材完好好用。

消防志愿者在小区出入口、单元门厅及公告栏等醒目位置张贴消防安全宣传海报。面对面向过往居民发放家庭防火常识、电动车安全充电须知等宣传资料，结合夏季高温特点，用通俗易懂的语言讲解如何预防电气火灾、如何正确使用灭火器及火灾逃生自救等知识，并提醒居民做好“三清三关”，严禁私拉乱接电线。

此次宣传切实消除了潜在隐患，有效增强了小区居民的消防安全意识和自救互救能力。下一步，该大队将持续加大宣传力度，积极营造“人人关注消防、人人参与消防”的浓厚氛围，全力确保辖区消防安全形势持续稳定。

王 露

3年盈利水平缩水七成 整车利润去哪了

“汽车制造业行业利润水平处于历史低位，汽车整车制造的利润率只有1.5%。”在近期举办的中国汽车工业高质量发展高峰论坛上，中国汽车工业协会副秘书长陈士华抛出的一组行业数据，直观展示了市场白热化竞争下车企的盈利困境。

1.5%的利润率意味着什么？换算到终端车型，一辆10万元的新车，整车厂商的利润仅有1500元。回望2023年，整车制造利润率还维持在5%，短短3年盈利水平缩水七成。那么，整车企业利润到底去哪了？

车百会研究院理事长张伟伟指出，整车企业正承受着重压力——既要承担上游原材料涨价，又要应对智能化转

型的高研发投入，还要在激烈的市场竞争中为保住份额不断让利，利润空间被不断压缩。

成本端的压力自年初已显现，电池级碳酸锂、车规级芯片、铜铝橡胶等大宗商品价格持续上涨。据测算，受此影响，2026年中型智能电动车生产成本较2025年上浮4000元至7000元。与此同时，智能化发展要求企业持续投入自动驾驶、智能座舱、车联网等领域，而这些投入具有长期性和不确定性。当前，车企陷入两难，不投入智能化能力就面临未来竞争力不足，但当下消费者对于智能化价值的支付意愿尚未完全形成，高额投入难以快速转化为利润。

盈利压力直观反映在企业财报上，近期已有多家上市车企发布半年度业绩预亏公告。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树总结说，企业盈利分化明显，头部自主品牌车企依托垂直整合与出口盈利最优，二线自主品牌车企、合资企业仅微利，尾部车企普遍亏损。

与整车制造的状况截然不同，汽车上游供应链企业业绩纷纷走高。据不完全统计，已披露中报业绩预告的58家有色金属公司中，49家预增、4家扭亏，预喜率超91%，产业链链顶向上游环节集中。

汽车产业是技术密集型，资本密集型产业，长期处于低利润甚至亏损状态将产生连锁负面影响，车企缩减研发投入会延

宠物险如何化解“成长的烦恼”

近年来，越来越多人愿意为“毛孩子”的健康投入更多时间和费用，宠物医疗需求也随之持续增长。中国农业大学动物医院数据显示，2025年该医院完成门诊接诊13万例次、住院治疗3000余例。不断增长的就医需求，正是近年来宠物消费市场持续扩容的一个缩影。

不过，当前宠物险行业正面临“成长的烦恼”：一方面，险企面临赔付压力大、风险识别和控制难等问题；另一方面，宠物主则面临理赔不及预期等困扰。宠物险接下来该如何破题？

宠物“家人化”趋势持续深化，带动宠物医疗消费需求大幅攀升，也让宠物保险成为财险行业的高增长新赛道。

财险险行业正面临“成长的烦恼”：一方面，险企面临赔付压力大、风险识别和控制难等问题；另一方面，宠物主则面临理赔不及预期等困扰。宠物险接下来该如何破题？

市场渗透率仍然极低

“狗狗就像自己的孩子一样，刚领养回家我就第一时间给它买了医疗险和责任险。”宠物主文瑞坦言，她的牧羊犬近日因感冒就医，单次门诊花费超600元。“好在宠物险报销了70%，减轻了医疗支出。”文瑞表示。

宠物主林静则是因为一次宠物就医而认识到宠物险的价值。她的爱犬因误食异物引发胰腺炎，单次治疗花费超万元，高额的治疗支出让她意识到宠物险的实用价值，随即为爱犬配置了保险。

当下，不少宠物主已将宠物视为家庭的重要成员，宠物就医频次增多、医疗成本逐年上涨，推动宠物险赛道快速发展。

互联网保险平台蚂蚁保宠物险相关负责人表示，宠物险投保用户具有鲜明的画像特征，以一二、三线城市“95后”和“00后”养宠女性为主。

灼识咨询报告显示，2024年中国宠物行业市场规模达3000亿元，预计2030年将增长至6025亿元；2024年宠物医疗行业规模达366亿元，预计2030年将达699亿元。就医需求的增长持续带动宠物险需求上升，为宠物险市场发展夯实了基础。行业研究数据显示，2020年宠物险保费规模仅

约5000万元，2025年则增至超30亿元。但宠物险的市场渗透率仍然极低。

事实上，国内宠物险起步于2004年，以责任险的形式问世。2014年起，头部险企陆续推出宠物医疗险，但受限于宠物身份识别技术短板、核赔精度不足，行业处于缓慢发展状态。直到2019年，宠物鼻纹识别技术落地，宠物身份核验难题逐步得以破解，加之互联网平台规模化入局，宠物险由此进入快速发展阶段。

蚂蚁保宠物险相关负责人表示，目前该平台与五家保险公司达成合作，近两年，平台保单量逐年翻番。

近年来，众安保险将宠物险作为核心创新业务，2024年其宠物险总保费规模同比增长129.5%；2025年总保费近12.96亿元，同比增长88.2%。平安产险宠物险增速大幅领跑公司整体财险业务，2025年宠物险保费规模约2.4亿元，2026年上半年保费已达2.47亿元，同比增长113.2%。

平安产险相关负责人表示，宠物消费市场的稳步扩容是宠物险增长的坚实基础，未来3至5年行业增长空间广阔，市场仍将保持高速增长态势。同时，养宠人群对险企的客户经营、生态布局都具备重要的战略价值。因此，宠物险也升级为该公司生态战略的重要布局。例如，其宠物场景与车险业务形成双向赋能，已为47万名车险车主提供配套宠物服务，相关客户留存率较普通车险客户高出10个百分点。

宠物医疗行业有待规范

宠物险供需两旺的态势下，行业结构性矛盾也日益突出。当前，宠物险行业陷入典型的双向博弈困境：消费者普遍反馈赔付额度不及预期，保险公司则面临赔付压力居高不下、风控难度大的经营难题，而深究矛盾根源，宠物医疗行业规范化不足是重要原因。

与人类医疗拥有规范的诊疗目录、病历标准、收费体系不同，国内宠物医疗行

业监管体系仍待完善。目前，我国宠物医疗机

构连锁化率偏低，缺乏统一的诊疗规范与收费基准。同一病症，不同机构的检查项目、诊疗方案、收费标准差异悬殊。

宠物主斯文就遭遇过典型的医疗乱象。她的宠物犬患病后，在某宠物医院被要求住院输液，仅几天的输液治疗就花费2万余元，病情却未见好转，后转诊至中国农业大学动物医院，仅花费数百元门诊费便治愈。“宠物不会表达病情，养宠人缺乏专业判断，分不清哪些检查和治疗是必要的，很容易被过度收费。”斯文表示。

多位受访宠物主表示，宠物就医收费混乱、过度诊疗是普遍现象，而保险公司在核赔时可能对部分治疗提出异议，从而导致理赔纠纷。

医疗行业的不规范，也转化为保险公司的经营压力。一方面，无统一诊疗标准导致险企难以界定治疗项目的合理性，理赔审核成本居高不下；另一方面，部分机构过度检查、虚高收费、篡改病历、虚假诊疗等乱象，进一步抬高行业赔付成本。险企若放宽理赔标准，极易出现承保亏损；若收紧审核尺度、严格风控，又会引发消费者投诉，陷入“盈利难、投诉多”的两难境地。

平安产险相关负责人表示，当前宠物险投诉相对高发，是行业发展初期阶段性矛盾的体现，核心源于两大信息不对称。其一，早期普惠型产品对保障边界、理赔标准披露不够清晰充分，消费者对保障范围的预期与实际保险责任存在偏差；其二，医疗信息不对称，宠物医疗行业缺乏统一标准，诊疗费用波动极大，造成险企风控需求与消费者理赔期待错位。

蚂蚁保相关负责人表示，宠物医疗信息不透明、保险欺诈门槛较低，是影响行业长期健康发展的关键短板。同时，普通宠物主缺乏专业医疗知识，就医选择、费用预判存在较大不确定性，进一步提高了除险服务的沟通成本与纠纷概率。

除此之外，国内宠物医院数字化建设、行业数据联网程度偏低，导致险企难

冷翠华