

# 广州奖励策略分析(对照上海)

本次分析旨在根据上海的司机开乘客单分层情况，评估广州目前的司机奖励策略，并给出未来策略的建议。

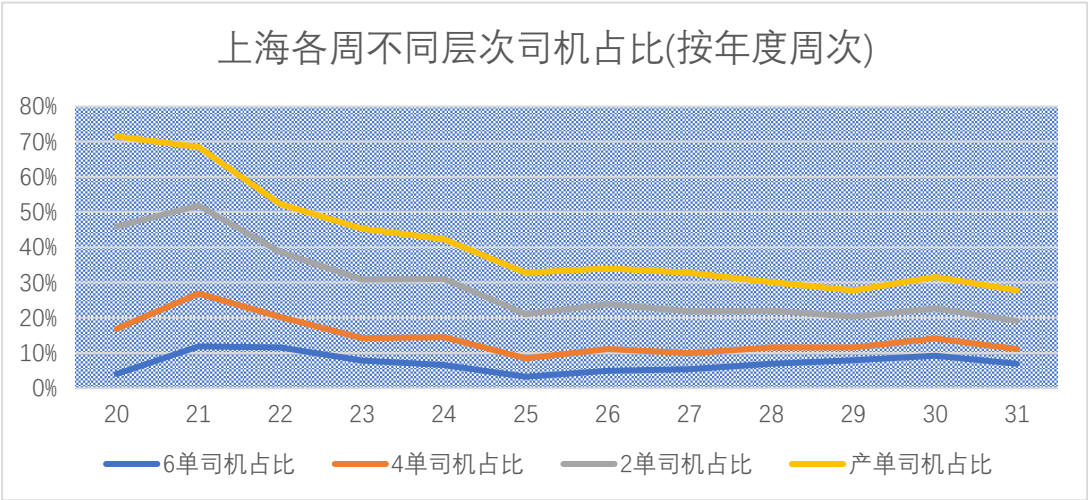
现有广州司机策略：

时间	策略	阶梯奖励		
一个自然周	新乘客订单（除纸巾外）	2 单 4 元	4 单 8 元	6 单 13 元

## 一、上海每周司机乘客单量分层

上海每周司机乘客单分层												
周数	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
6单司机占比	4%	12%	12%	8%	7%	3%	5%	5%	7%	8%	9%	7%
4单司机占比	17%	27%	20%	14%	14%	8%	11%	10%	12%	12%	14%	11%
2单司机占比	46%	52%	39%	31%	31%	21%	24%	22%	22%	20%	23%	19%
产单司机占比	72%	68%	52%	45%	42%	33%	34%	33%	30%	28%	32%	28%

备注：N 单司机占比——完成 N 单及以上乘客单司机占所有该周有效司机的比重，  
产单司机为至少完成 1 单司机。



分析：

从上海司机总体的每周开单司机数来看，从第 28 周开始，产单司机占比稳定在 30%左右，每周完成情况为：

完成 2 单司机：占比 20%

完成 4 单司机：占比 12%

完成 6 单司机：占比 8%

显然第 28 周的司机包含了从 20-28 周激活的司机，而激活时长不同的司机活跃度已经有显著差异，如果对这些不同的群体使用同样的策略，会有两种可能的结果：

1、如果奖励金额比较低，近期激活的司机白拿奖励，早期激活的司机活跃率得不到提

升。

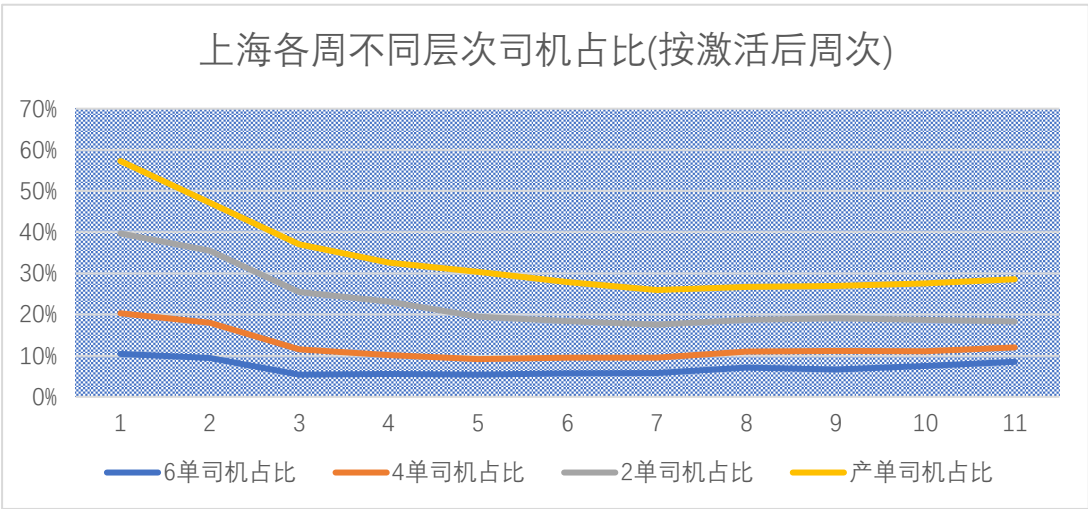
2、如果奖励金额比较高，近期激活的司机的增量成本高昂，早期激活的司机的活跃率会过度依赖于奖励。

因此，在司机数量累积到一定规模以后，我们应当针对不同激活时期的司机采取不一样的激励政策，下面再从激活后周数来看司机活跃度的变化。

## 二、上海每周司机乘客单量分层(按激活后周次)

上海司机激活后每周乘客单分层												
周次	第1周	第2周	第3周	第4周	第5周	第6周	第7周	第8周	第9周	第10周	第11周	第12周
6单司机占比	10%	9%	5%	6%	5%	6%	6%	7%	7%	8%	8%	8%
4单司机占比	20%	18%	12%	10%	9%	9%	9%	11%	11%	11%	12%	15%
2单司机占比	40%	36%	25%	23%	19%	18%	18%	19%	19%	19%	18%	30%
产单司机占比	57%	47%	37%	33%	30%	28%	26%	27%	27%	28%	29%	51%

备注：第 N 周表示司机激活后的第几周，激活的当周为激活后第 1 周。



### 分析：

从上海司机激活后首周的开单情况来看，激活后第 1 周完成情况为：

完成 2 单司机：占比 40%

完成 4 单司机：占比 20%

完成 6 单司机：占比 10%

这是上海没有任何激励措施的情况下的占比，所以广州在有激励政策的情况下，激活后首周完成 2 单、4 单、6 单司机占比可以预估为 60%，30%，20%。

激活前 3 周，司机的活跃度梯度下降，从第 4 周开始各活跃层级司机趋于稳定，所以可以针对激活前三周和激活三周以上的司机采用不同的激励策略，使成本和效益达到最优。

### 建议策略：

激活前 3 周采用原策略，后期根据效果适当调整。

激活 3 周以上的司机，可以给予双倍奖励，如果活跃度得到提升，那么下一周的奖励再按阶梯下降，往后每周反复迭代，下降到活跃度达到我们的预期时收敛。等总体活跃度稳定后，我们再交叉上司机上周活跃度来制定策略，使得产单司机的内部活跃度往上一个层次提升。