

京東大戰美團 第一個輸家出現了

本周，京東、美團的外賣攻防戰進入高潮。

週一，京東率先發難，指責競對平台玩起「二選一」遊戲，強迫騎手不能接京東秒送訂單。隨後美團否認「二選一」指控，並內涵某平台配送延誤問題主要是自身原因。

緊接著，劉強東時隔多年再度親自下場，不過這次送的不是快遞而是外賣。在送完外賣後，劉強東更是開啟「boss直聘」，並放話「希望未來京東全職外賣員能達到百萬級別」。

從外賣單量上看，京東和美團還遠不是一個級別，但前者憑藉著一輪輪輿論聲勢，成功地讓自己具備了和後者分庭抗禮的可能。

中國互聯網很久沒這麼熱鬧過了。輿論普遍認為，這次京東美團大戰，給外賣市場注入了久違的活力，對於騎手、商家及消費者都是好事，因為有競爭才有進步。

那麼，這場外賣大戰會朝著人們期待的方向發展嗎？

騎手、商家和消費者獲益

目前來看，在這一輪京東美團外賣大戰中，騎手、商家和消費者，都不同程度地獲益了。

以騎手為例。過去，騎手是躺在財報裡的數字，是平台運營的成本，是公司盈利的變量。

雖然社會層面持續呼籲改善騎手待遇，但由于外賣行業格局穩定，缺乏外部競爭，平台向內改變的動力不強。如今隨著京東美團戰事升級，騎手的重要性才真正得以凸顯。

工業和信息化部信息通信經濟專家委員會委員盤和林指出，騎手對於外賣平台來說是資源，也是底氣。哪家平台能夠保有更多騎手，那麼就必然在某些地區擁有更高的話語權；如果沒有騎手，你再努力也是白搭。「在這場攻防戰中，誰能在用戶覆蓋率和騎手佔有率上突破市場容量的一半，誰就能掌握更強的市場話語權和規模優勢。」

今年2月，京東宣佈為全職騎手繳納五險一金，為兼職騎手提供意外險和健康醫療險。幾乎同一時間，美團也宣佈預計今年二季度開始逐步為全職及穩定兼職騎手繳納社保。之後美團還試點「超時免罰」。雙方的競爭，讓騎手的工作權益得到了更多保障。

店裡則是靠賣些實用書：字典、烹飪書和幼兒圖書，以及批發些筆墨紙硯、學用品和辦公用具來維持店裡的開支和運轉。可謂是風光不再，門庭冷落！」

蓮子的一番有感而發，讓菲妮也跟著感慨良深——花無百日紅，昔日的旺店已成了夕陽產業，真是令人扼腕歎息！

「有什麼法子讓『炎荒書店』枯木逢春，煥發生機呢？」沒有，已是無藥可救了，現正在苟延殘喘，一兩年後便會消失得無影無蹤。」蓮子用很肯定的語氣為書店下了倒閉的註腳。這讓準備去幫忙的菲妮感到有些惋惜。俗話說，「坐船愛船走。」既然將往那裡去當店員，便得幹出一些業績來，讓「炎荒書店」能在唐人街的邊緣生存下來。蓮子說：「那是你的一廂情願。事實上，主客觀的條件完全不具備。首先，店區的華人華僑稀少，就算有人走到那裡了，想要買的書也沒有人推介；再者，書店沒有與時俱進，一味地進臺灣的書，對大陸的經典漫畫及兒童繪本等等毫不問津，以至於新僑幾乎不光顧。還有，就是夢麗的華語上不了檯面，無法同顧客深層次的溝通，再加上其對聘請的經理是尖酸刻薄地對待，致使其父往生的一年裡，便走馬燈似地換了三個，且均以各行其是，業績不佳而被辭。你去體驗下，就會有比我更多的感想，我敢打賭，你會像前人那樣以失望之心走出「炎荒書店」。在老店和新店裡都打過工，幫過忙的蓮子，最後，嘴尖牙利地對菲妮說：「等你出來後，也會和我一樣，下了同樣的，並且會更加激烈的結論。」

從「椰島咖啡室」出來之後，菲妮和蓮子是直奔不遠處的SM商場購物。假日的商場熙熙攘攘，嘈雜的聲音讓菲妮的購物慾驟減；轉往超市裡買些生活的必需品後，便匆匆回到半地下室。這一夜，她們提早休息，準備明天早點出發。

第十二章結緣書店培幼園

菲妮從「慈橋機構」辭職的第二天，便接到了秦先生的電話，約她於5月2日上午到其辦公室。

這天，菲妮和蓮子起了個大早，早餐後便相偕去搭車，她提早十分鐘來到秦先生的辦公室。秦先生說：「過幾天，你的居留證便辦妥了。」菲妮先付了他一半的費用，餘下的另一半手續拿到後交清。

從秦先生的辦公室出來後，便直奔距離伊思古香街僅幾步之遙的「炎荒書店」。見到了正在開門的夢麗後，她很高

(O九二)



騎手之外，商家也得以喘口氣。

外賣平台的高佣金一直是商家痛點。所謂佣金，是指外賣平台向商家收取的技術服務費，用于覆蓋平台提供的各類服務成本，如訂單處理、信息展示、系統維護等，不含配送服務費。據中國新聞週刊瞭解，京東入局前，外賣行業的商家佣金率在6%—8%之間。要知道，餐飲行業平均淨利潤率僅為5%—15%。

為吸引商家入駐，京東推出限時免傭政策，即今年5月1日入駐可免全年佣金。美團為了穩住商家基本盤，勢必會通過佣金彈性調整，降低中小商戶費率以應對。正是因為多了一個選擇，商家在面對平台時才有了議價可能。

至於消費者，也享受到了真金白銀的實惠。

為了爭奪用戶，京東的各種滿減政策、美團的「神券天天領」等補貼活動，使得外賣均價下降，4元到家的瑞幸咖啡、8元拿下的品牌午餐不斷出現。此外，京東通過聚焦「品質堂食餐廳」，試圖引導商家更加注重

品質。

可以說，京東、美團之間的競爭，推動了整個行業的規範化和人性化發展，多方也在一定程度上各有獲益。

不過並非沒有輸家。

4月22日，京東、美團股價都出現下跌。截至當日港股收盤，京東、美團分別大跌6.32%、4.62%，合計蒸發市值約665億港元。

這是資本市場在用腳投票：投資者擔心二者重回燒錢大戰，從而影響資本回報率。

投資者為商戰買單

這種擔憂並非沒有根據。

目前，京東、美團祭出的「三板斧」——提高騎手待遇、降低商家佣金、補貼消費者，相比過去都增加了不少開支。

比如4月11日，京東外賣正式上線百億補貼。本次百億補貼活動將通過「全民補貼+爆品直降」雙重機制，一年內投入超百億元。4月14日，美團外賣也宣佈未來三年將投入1000億元。據悉，這筆千億補貼，主要用于紅包補貼。此外，京東為應對配送超時，超20分鐘免單和加大招聘力度，勢必都會帶來成本激增。

而單就外賣配送本身這項業務，利潤率其實並不高。劉強東此前在內部稱，京東外賣利潤率不允許高於5%，「超過5%，我要處分人的」。

回顧中國互聯網發展歷程，「燒錢大戰」多次成為關鍵詞。

2010年，團購之風吹到了中國的創投圈，一時間湧入超5000家的創業公司做團購

網站。隨後各家紛紛燒錢拉新，巨額補貼，1元看電影、9元吃大餐的價格屢見不鮮。據估計，中國市場共燒了70億元。

2015年，從「千團大戰」殺出重圍的美團，很快又加入與餓了麼的外賣戰局。二者一邊融資補充彈藥，一邊燒錢搶佔市場，給消費者的補貼金額往往高達訂單金額的30%—50%。最終還是美團笑到最後。

網約車的燒錢之戰更為慘烈持久。2014年，網約車大戰爆發，而補貼依舊是當時的重要競爭手段。短短4個月，滴滴和快的就合計燒掉近20億元。在合併快的後，滴滴又迎戰國際巨頭uber。僅在2015年，根據滴滴和uber的數據測算，虧損之和已經超過200億元。燒錢補貼確實有助于搶佔市場，但副作用也很明顯。

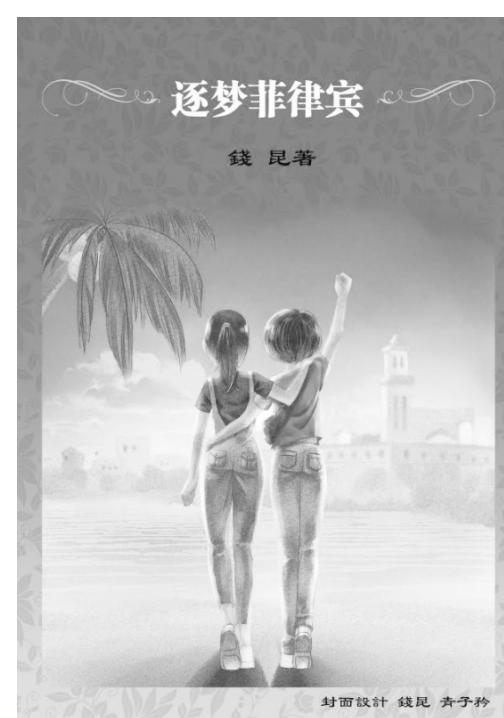
就外賣行業而言，一是消費者容易陷入低價陷阱，過度注重價格而不是品質，甚至超前消費；二是商家特別是中小商家，被迫下場參與補貼大戰，稀釋了本就微薄的利潤，甚至迫於成本壓力降低服務品質，幽靈外賣就是這麼來的；三是為了提高效率盡快回本，平台還是會不斷「卷」速度，騎手看似待遇提升，但工作強度也可能水漲船高，面臨安全和效率的艱難取捨。

最重要的是，幾乎每一輪燒錢大戰結束，都伴隨著漲價，因為資本遲早需要回報。4月23日，京東、美團港股股價均有所回升，但24日早盤，兩家的股價又大幅下跌。

零售電商專家莊帥表示，通過對外賣平台長達十幾年的研究看來，新外賣平台在短期內很難通過補貼、促銷的形式快速提高單量。「在美團和餓了麼兩大成熟外賣平台的競爭壓力下，新進入者甚至還需要再投入超過千億級資金才有機會做到萬億規模。」

而巨額投入意味著，京東和美團的股價接下來還有可能繼續震盪。

資本市場看重的是成長性。未來市場信心的恢復，關鍵在於雙方能否將燒錢補貼大戰，轉化為可持續的生態能力建設。



興地在樓下的小辦公室裡提網挈領般地給菲妮佈置了工作：到三樓拆掉書架上佈滿灰塵的包書塑膠袋，裝入新袋後讓店員搬到了二樓重新上架；如果有客人來，得為他們介紹店裡的書……；而她自己將往母校去排練節目，準備「五四青年節」到「自由大廈」去表演。

菲妮領命後來到三樓，目之所及全是一書，不僅書架上，還有地上是一箱又一箱未開啟的書。所有的書籍均蒙上厚厚的灰塵，看來，這些書已是好久無人問津，但喜歡書的菲妮，像看到久違的老朋友似地滿心歡喜，便手腳利索地整理了起來。

突然，她聽到了有人在叫她，仔細一聽，還叫得很上口的，彷彿是老相識似的。於是，好奇地循聲而去，但見一個她不認識的，個子不高，長得胖墩墩且滿臉橫肉的中年男子。菲妮有聽蓮子說過，書店裡請個「萬事通」的人來挑大樑，莫非是他？！菲妮也猛然記起了剛才她同夢麗交談時，他正站在不遠處整理書。走過去的菲妮，微笑地問他：「請問尊姓大名？」「免貴姓劉，在這書店裡已經工作了三個月了，但瘦了十公斤。」他的話讓菲妮是撲哧一聲笑了出來，覺得他已經是夠胖了，要不瘦下來，那不就胖得圓滾滾嗎？還未等菲妮問他為什麼會消瘦？劉先生是快嘴快舌地說開來了一一在書店的三個月，是他平生被僱傭的第一次。

從秦先生的辦公室出來後，便直奔距離伊思古香街僅幾步之遙的「炎荒書店」。見到了正在開門的夢麗後，她很高

應無所住而生其心
深海獅峰茶富華書
錢昆

以字會友

錢昆歐遊打油詩

巴黎女神像

塞納河中一長洲，
自由女神立前頭。
河水緩緩周邊過，
女神迎送大小舟。

