

为啥你点的外卖价格涨了分量还少了?

常吃外卖的你,有没有发现最近外卖涨价了,分量还不易察觉地少了“一丢丢”?记者调查发现,近期部分外卖平台上调了商户的服务费率,涨幅从 1 到 3 个百分点不等,由此引发部分商户对终端产品的提价,消费者也不可避免要为此“买单”。专家指出,平台出于成本压力提高服务费率本无可厚非,但从长远看,应跳出“流量收割”思维,通过技术手段提高运营效率降低成本,进而实现平台、商家、消费者的多赢。

多家平台费率上调,中小商户“吃不消”

最近,上海市闵行区一家快餐店负责人马先生收到某外卖平台的新“合作方案”,每单费率从之前的 18% 上调至 21%。这意味着,每卖出一单金额为 100 元的外卖,需向平台多支付 3 元。

马先生告诉记者,快餐店的毛利率在 30% 左右,在房租、人力成本不断上涨的情况下,外卖平台此举进一步加大了店铺的营压力。“外卖订单占到总销量的一半左右,虽然不情愿,但也只能接受。”马先生说。

这家平台的做法并非个案。经营面包店的何坤表示,去年 11 月份,某外卖平台服务费率从此前的 16% 上调到 17%,且 30 元以下的订单,每单服务费按 5 元收取。

记者调查了解到,外卖平台服务费率按店铺类型、客单价、订单数量、区域位置等参数设定。一般来讲,规模越小、客单价越低的商户,议价能力越弱。上海一家小吃店的店主徐先生指着刚刚被取走的外卖包裹说:“这一单七块五,平台扣两块三。”折算下来,服务费率在 30% 多。

对于费率上调,某外卖平台表示,商家可以根据自身所处阶段的不同需求,自由增减服务项目,并依据服务内容与平台签订合

作协议,不同的服务类型对应不同的费率。例如,商户采用平台的配送服务,和商户采取自行配送的方式,合作费率会有很大差异。

尽管外卖平台在提高服务费率的同时,往往搭配更为优惠的配送方案,或给消费者发放更多该店铺的红包,但商户们仍普遍表示了担忧。“随着对外卖平台的依赖越来越大,以后费率会不会继续涨?”马先生说,从最初的“零费率”到 5%、10%,再到如今的两成左右,中小商户在与外卖平台的博弈中处于相对弱势地位。

抬高价格或分量“打折”,商户多种方式“消化”成本

费率上调,成本增加,外卖平台上的商户也通过多种方式“消化”成本。

方法一:向消费者转嫁,价格贵了。上海市民王建说,以前点一份牛肉炒饭的花费在 30 元左右,最近每单花费达到 35 元。“商户将部分增加的成本转嫁给了消费者。”他说。

北京的消费者黄洁琳从 2017 年开始使用在线外卖服务。“现在点外卖,不仅优惠券、满减券少了,相应的配送包装费也增加了。如配送费一般 5 元起,远一点的要加 2 元。原来没有包装费,现在包装费一般要 1

至 2 元,贵一点的要 4 至 5 元。”

其实,同样一份餐食,外卖平台价格高于店内价格是常有的事。记者在上海市徐汇区一家商场调查发现,一份麦当劳板烧鸡奶茶中套餐,在店内购买价格为 37 元,在外卖平台购买则需 40.5 元,尽管有满减优惠,但也需另付 9 元配送费。

方法二:餐食质量“打折”,分量少了。除线上、线下不同价外,一些商户也通过“特殊”手段消化成本。曾在广州一家熟食店打工的傅萍说,由于平台抽成的存在,相比于到店购买,外卖食品的分量通常会“打点折”。

方法三:“绕开平台”自己干。随着服务费率的上涨,一些外卖平台上的商家重新给顾客发放联系卡,绕开外卖平台自行配送。此外,部分连锁餐饮品牌如肯德基,也开发了在线订餐和配送系统,减轻对外卖平台的依赖。

少一点“流量收割”,多一点“各方共赢”

根据相关市场机构的统计,2018 年上半年,美团、饿了么在外卖市场的交易额占比分别为 59% 和 36%。饿了么和口碑在去年 10 月份合并后,外卖市场“双寡头”格局进一步强化。

从公开的财务数据看,对入驻商家的抽成是外卖平台的主要收入来源。电子商务研究中心分析师陈礼腾表示,随着人力成本的攀升、物价水平的提高,外卖等生活服务行业的运营成本也呈现上升态势,过往的平台抽佣比例很难适用于今天的市场环境。同时,在消费升级趋势下,为了给用户提供更好服务,生活服务平台在技术、配送等环节不断加大投入,导致成本增大,而这也是各个平台纷纷提高佣金的原因。

“新的竞争者不断涌入,外卖市场并未形成垄断。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为,外卖市场竞争相对充分,平台可以制定、提高服务费率,但不能滥用市场优势地位无限制提高费率,或者向平台内经营者收取不合理费用。“要防止‘店大欺客’的现象发生。”

业内专家表示,应通过数字化升级对商家“授之以渔”,而不是“涸泽而渔”。搞成本转嫁,收“流量税”,只会阻断行业和商家数字化升级的最好机遇。此外,除价格因素外,消费者更关注食品安全、品质、健康等因素,外卖平台也可以通过技术手段,不断提升配送效率、降低交易成本、提高服务品质,实现多方共赢。

/ 新华社

五实招推进制造业高质量发展

《经济参考报》1 月 14 日刊发题为《制造业高质量发展迎一揽子重磅实招》的报道。文章称,位列全年任务首位的制造业高质量发展将如何推进?日前,工信部部长苗圩在接受媒体专访时透露出明确信号,包括进一步降低制造业增值税税率、实施新一轮重大技术改造升级工程等政策将出。

与此同时,探路中国智造,多家制造业龙头企业已经开始密集布局人工智能等。业内预计,今年制造业数字转型支出将超 2000 亿元,到 2025 年企业应用云化率和人工智能利用率均将达到 90%。预计数据、智能与制造业的深度融合将催生数个十万亿级产业。

顶层部署:五个方面出实招

2018 年底召开的中央经济工作会议将“推动制造业高质量发展”列为今年七大重点工作任务首位,明确要求推动先进制造业和现代服务业深度融合,坚定不移建设制造强国。增强制造业技术创新能力,构建开放、协同、高效的共性技术研发平台,加大对中小企业创新支持力度,形成有效的创新激励机制。

中央经济工作会议明确了重点方向之后,工信部等部门进一步细化落实了相关举措。工信部部长苗圩 1 月 10 日接受媒体采访时表示,围绕推动制造业高质量发展,将从建立健全制造业高质量发展发展的政策体系、指标体系和评价体系;加强创新能力建设;深化制造业结构调整;优化制造业发展环境;进一步扩大对外开放等五个方面推出实招。

具体而言,包括“实施新一轮重大技术改造升级工程”,“深入实施智能制造工程,培育发展一批先进制造业集群”,“推动进一步降低制造业增值税税率,持续降低制造业用电、用水等要素成本”,“落实汽车、船舶、飞机等行业开放政策”等一揽子重磅举措都在推进中。

记者从工信部获悉,今年把推动制造业高质量发展放到更加突出的位置。其中,大力推动智能制造是 2019 年的重点工作之一。具体包括深入实施智能制造工程,研制推广国家智能制造标准。完善推广两化融合管理标准体系,支持引导利用新技术新产业新业

态改造提升传统产业,推动制造业加快数字化转型。深化制造业与互联网融合发展试点示范,重点培育基于工业互联网平台的制造业“双创”新模式。推行人工智能产业创新重点任务“揭榜挂帅”机制。抓好大数据产业发展试点,促进工业大数据发展和应用等。

工信部副部长陈肇雄日前在 2018 年产业互联与数字经济大会上提到,下一步将加速制造业企业数字化改造,推动重点行业数字化升级,引导产业集群数字化转型。

回声响亮:地方、企业纷纷加紧布局

制造业高质量发展,也成为地方政府和制造业企业今年的重点议题。

1 月 12 日,在《财经》承办的“2019 中国制造论坛”上,佛山市委副书记、市长朱伟介绍,佛山市力争到 2020 年,要培育形成装备制造、家居两个超万亿的先进制造业产业集群,到 2025 年要培育形成两个超五千亿、四个超三千亿的先进制造业集群引领佛山制造迈向全球价值链的中高端,力争到 2025 年,佛山要形成一批世界级的先进制造产业集群。

不仅仅是佛山,重庆、江苏、浙江、河南等地都已经密集出台智能制造相关三年行动计划文件,设定 2020 年的发展目标。例如,重庆明确到 2020 年,累计推动 2500 家企业实施智能化改造,68% 以上规模工业企业迈入数字化制造阶段。智能制造关联产业产值突破 300 亿元。浙江省

计划到 2020 年,规模以上智能装备产业总产值达到 3000 亿元,全省 80% 以上制造业骨干企业采用智能制造新模式新流程新手段,两化融合发展总水平指数超过 100,数控化率 60% 以上。

美的集团董事长兼总裁方洪波在“2019 中国制造论坛上”表示,当今时代变化剧烈,中国的传统制造业如何在数字化时代主动占领先机,是制造业面临的一个挑战,以智能化、自动化、数字化的方式对价值链进行重构是目前摸索出的一个路径。他透露,2019 年美的投入在数字化上的预算将超过 20 亿元。爱波瑞智能制造研究院总经理崔强说,中国企业的数字化转型可能要朝两个方向走,自主能力强的大企业可以自己转型。中小企业可能要通过平台培育、行业应用案例的打造来展开。

前景广阔:将催生数个十万亿级产业

想要一台与众不同的洗衣机,消费者的需求以订单方式直接到达工厂。网上下单,除了选择洗衣机功能、外观、颜色等个性化定制外,洗衣机生产、交货、配送、安装全流程都可以在手机上查看,这种 C2M 模式(消费者到工厂)正在驱动海尔、美的等传统制造业企业实现变革。

C2M 定制、黑灯工厂的背后不仅仅是新技术、新商业模式的开发与应用,更是我国制造业加快迈向价值链中高端,向中国智造的整体跃升。业内人士预测,数据、智能与制造业的深度融合将催生数个十万亿级产业。

在“2019 中国制造论坛”上,业内专家表示,要推动制造业由大转强,传统制造要通过“+”互联网,以及智能化、数据化等改造,推动制造业的转型升级,提升制造业的整体水平。

国务院发展研究中心原副主任侯云春说,中国制造业存在的突出问题,还是“神经病”和“心脏病”。前者指在数控机床方面,我们的数控技术水平不高。后者主要指飞机、舰船、汽车发动机的制造水平不过关,信息化产品中芯片也是薄弱环节。所以,解决这些问题,促进制造业向中国创造、中国智造转变,是我们由中国经济高速增长转向高质量发展阶段的一个最大挑战。科技部中国科学技术发展研究院副院长王宏广认为,下一步制造业的趋势大致有四个“化”,一是专业化,做大型专用的设备,做到世界第一就有市场。二是个性化,三是智能化,四是集成化。

中国机械工业联合会专家委员会名誉主任朱森第表示,在制造业从大到强的过程中,应以智能制造为主攻方向,同时结合中国国情形成自己的战略和路径,归结起来就是并行战略。即工业 2.0 要补课,工业 3.0 要普及,工业 4.0 要示范。

制造业的升级改造将开启巨大市场空间。赛迪智库预计,制造业 2019 年数字转型支出将达到 2205 亿元。阿里研究院等预测,到 2025 年企业应用云化率和人工智能利用率均将达到 90%。业内人士预测,数据、智能与制造业的深度融合将催生数个十万亿级产业。

/ 新华社

安徽铜陵打造“十分钟阅读圈”

在安徽省铜陵市新华书店,市民陈静捧着一本新近出版的《那不勒斯的萤火》来到收银台前,但她没有付款就拿走了这本书。

她参与的是铜陵市“你读书、我买单”的活动。近三年前,铜陵市图书馆与新华书店合作,图书馆注册读者在新华书店购买图书时,收银台人员只需在线上线下相结合的公共阅读“点读”平台上查阅所选图书在图书馆中复本量是否已达 10 册,若不足,注册读者即可参与“你读书、我买单”活动。不花一分钱,读者只需读完,将其还回图书馆,作为馆藏图书即可。

这是铜陵市近些年打造“书香铜都”的一个创新之举。该市图书馆业务副馆长吴杰介绍说,图书馆每年有 40 万元用于“点读”平台的年度购书费。图书采购一直面临采购流程长、采购人员无法有效获知百姓喜好,造成馆藏图书借阅率不高问题,“让读者自己选书,我们买单可以提高图书借阅率和更新率。”

活动推出近三年,已经吸引了近五万人次参与这项活动。据介绍,2019 年,“点读”平台将从线下升级到线上,注册读者在网上也可完成“政府买单、我阅读”操作。

自 2015 年创建国家公共文化服务体系示范区以来,铜陵市朝着“十分钟城市阅读圈”推进全民阅读体系建设目标,构筑了“图书馆+书店”、“图书馆+高校、企业”等“图书馆+”多重服务体系,并创新服务业态,快速形成了城市公共阅读体系。

截至 2018 年底,铜陵市图书馆年入馆读者由 2015 年的 32 万人次增至 130 余万人次,图书外借册次由 35 万增至 96 万。

/ 新华社