

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：苏比努尔·艾尼瓦尔

学号：1800013239

学校院系：城市与环境学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

到底是谁在追求快？

在信息化、网络化和城镇化的背景下，外卖行业发展迅猛，成为我国消费增长的重要驱动力量。外卖骑手也作为一个新的职业，伴随着外卖行业的发展，在城市生活中扮演着越来越重要的作用。然而，在这看似繁荣的背后，却有着一些隐患。有数据显示，外卖骑手已经成为最危险的职业之一。高违法率、伤亡率的背后，或许确实有外卖员素质参差不齐、想要追求高单量、消费者想要餐品尽快送达等原因。但笔者认为，更重要的原因是外卖平台让他们落入了一种不断追求速度的“陷阱”。本文从企业的角度详细阐释了此“陷阱”产生的原因，以及企业背后的逻辑，并对此提出一点看法与建议。

了解“陷阱”的形成，首先要阐述一下如今外卖行业格局的形成过程。如今的外卖行业是两家独大，其余平台市场份额占比很小这样的格局。但是一开始行业格局并不是这样。常见的外卖平台是一种 O2O (online to offline) 的重模式平台，用户通过平台了解餐品信息，在线下单支付后，平台配送人员获取订单信息，去餐厅接收餐品，提供线下配送服务，起到了一种连接餐厅和用户的作用。

因此对于一个外卖平台的构建，最重要的有三点，一是需要集合尽可能多的用户和餐厅信息，二是尽可能实现规模经济，三是尽可能降低人力成本。第一点是因为，信息的收集可以实现双重的“网络效应”：对于用户来说，平台提供的餐厅信息越多，其可选的餐品越多，获得的效用越大；而对于餐厅来说，平台的用户越多，它的销售面就越广，能够克服线下销售的地域和翻台率问题。对于平台来说，信息的集合虽然可以提高其订单量（交易额），但与此同时也带来了高额的前期投入成本，平台不仅需要通过低价和优惠、折扣来提高用户粘性，还要实现餐厅的线上线下对接。

因此引出了第二点，扩大市场份额，实现规模经济。它决定了外卖平台是否能够实现盈利并且长期运营。外卖行业的运营模式决定了它需要有一定的规模来摊薄前期的固定成本，扩大市场份额变得极为重要，这也是为什么外卖行业前期竞争激烈，甚至出现“配送费价格战”的原因，进而也解释了外卖行业如今“两家独大”的格局。

在有了一定市场份额后，需要考虑尽可能降低人力成本。外卖行业的本质还是“即时配

送”，它是一个劳动密集型的行业，骑手的人力成本是外卖行业成本的主要部分，因此平台发展的前提就是要有充足的劳动力供给和较低的人力成本开支。目前，充足劳动力的供给对平台来说不构成约束，前期多个平台通过“大补贴”吸引了大量劳动力，同时“专送、众包、外包”等多种灵活招聘模式以及外卖员极低的“准入门槛”也使得行业的劳动力供给极为充裕，于是平台集中力量开始解决人力成本开支问题。

对于这个问题，观察市场上较为成功的平台可以发现，他们无一例外都拥有非常好的算法系统，因为他们减少人力成本开支的方法就在于此。典型的平台算法成为控制整个计算、派单、管理等一系列过程的主导，从而也减少了管理人员的人力成本。除此之外，算法通过优化路线和规划高效“多单联送”等方式，提高了单位骑手的配送效率，提高了骑手的边际产出。更重要的是，算法构造了一套以骑手跑单产生的积分点数为核心的“跑单游戏”，通过 App 收集跑单数据，将“配单数”“超时率”“好评率”等各种参数兑换成相应的分数。骑手会根据其获得的点数被给予不同的“等级称号”和与其挂钩的奖励补贴。平台还引入了比较机制，通过骑手端 App 排行榜展现各个骑手的积分情况和称号，激励其相互竞争，提高产出。但是跟平台的惩罚比起来，这些奖励补贴显得微不足道。平台直接将用户评价与骑手业绩考核、级别晋升、工资待遇等挂钩，一个差评或投诉就可能让骑手面临重罚甚至解聘。平台对于超时的罚款也相当严苛，有时一次超时处罚等于一天白干，这让他们落入了不断追求速度的“陷阱”，他们只有非常努力工作才能保证不被同行比下去。不仅如此，在“按件计酬，上不封顶”的制度下，骑手为了拿到更多的薪水，忽视休息与生命安全，长时间接单加班工作，这也解释了文章开始提到了骑手高交通违法率和事故率。在这种措施与机制下，骑手的工作效率发挥到了极致，平台确实大大减少了骑手人力成本。

至此，外卖平台构建的三点都已阐释完毕，这也可以解释目前主流平台的运作机制。但是，我们却可以看到降低骑手人力成本背后浮现的种种问题：骑手的劳动权益得不到保障、极低的议价能力导致骑手薪酬与付出不成比例、平台奖惩机制设置不当等。在笔者看来，这些问题出现的本质原因，还是平台间进行的一种“价格战”，通过算法压缩骑手人力成本，进而获得更大市场份额，提高利润。但是，这样的竞争却是通过牺牲骑手的生命安全，压榨其剩余价值实现的。笔者认为，目前外卖行业需要做的就是形成良好的竞争关系，通过拓宽配送领域，提升配送质量等其他方式找到其盈利点，而不是一味的追求快，这样的方式终究不能带来长久健康的。消费者也不愿看到在下雨天送餐时在路上跌倒却依旧快速爬起来，带着伤与泪，满头大汗地赶到你门口，微笑着对你说“抱歉来晚了”的外卖小哥……■

参考文献：

- [1]孙萍,付垠琪.外卖经济里的“跑单游戏”[J].中国中小企业,2020(12):45-47+44.
- [2]孙萍.如何理解算法的物质属性——基于平台经济和数字劳动的物质性研究[J].科学与社会,2019,9(03):50-66.
- [3]周子凡.“互联网+”时代外卖骑手薪酬探究[J].中国劳动关系学院学报,2018,32(03):96-104.
- [4]颜贤斌.浅谈中国餐饮外卖 O2O 模式的现状与发展[J].商场现代化,2015(22):45-46.
- [5]王实倩.我国餐饮 O2O 模式的发展状况探究[J].中国商论,2015(Z1):172-174+179.
- [6]张荣齐,田文丽.餐饮连锁企业 O2O 商业模式研究[J].中国市场,2014(32):81-88.

2000 字

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本
文字和以下内容消失)**

**成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:
3049816538**

2000 字