

澳洲10人工必赢计划网

EMCm7DuGMf9lBRLV

澳洲10人工必赢计划网京东、美团掀起第二次“外卖大战”，争的到底是什么？

京东（09618.HK；JD.US）和美团（03690.HK）的“外卖大战”，仍在继续升级。

红星资本局注意到，4月21日，京东发布公开信称，近期有竞对平台再次玩起“二选一”游戏，强迫骑手不能接京东平台的秒送订单，如有违反，会被封杀。

就在两天前，多条包含“美团封杀骑手去某平台跑单”等内容的聊天截图在网上传播。美团称，相关内容纯属编造，均为谣言。

自京东上线外卖业务以来，京东和美团经历多次交锋，火药味越来越浓。剑拔弩张背后，京东和美团互相向对方核心领域渗透，本质上则是对即时零售领域展开争夺。

资料图 图据视觉中国

有平台强迫外卖员“二选一”？

多名外卖员称没有听说过

4月21日，京东发布公开信称，近期，有竞对平台再次玩起“二选一”游戏，强迫各位骑手不能接京东平台的秒送订单，如有违反，会采取封杀措施。京东称，因个别平台“二选一”行为，大家的收入会降低16%-25%左右。

京东称，为了支持外卖骑手自由接单，推出以下紧急援助措施，包括：所有被竞对平台封杀的骑手，京东保证给予足够单量，确保收入不降；加大全职骑手招聘力度，未来三个月将招聘名额由五万名提高到十万名；所有骑手，如有对象，京东可以优先为其对象安排工作；对兼职骑手永不强迫“二选一”，鼓励大家在各平台自由接单。

此外，京东公开喊话某平台，“水能载舟亦能覆舟。望你们好自为之！早日回头是岸！”

就在几天前，有关“美团封杀骑手去某平台跑单”“不要去跑某平台，查到就是永久封号”等聊天截图在社交平台疯传。4月19日，美团声明：此为编造，美团面向全行业招骑手，不会限制准入准出或永久封号，并已固定证据，将追究造谣者责任。

4月21日晚间，美团再次就此发布说明称，美团从未限制骑手在饿了么上接单（单量为某平台数倍），未要求骑手不跑闪送、顺丰等其他即时配送平台，同样更没有任何理由对某平台进行任何限制。目前，美团、饿了么、闪送等平台骑手都在为某平台提供配送服务支持。直至今刻，美团仍在为其提供配送服务支持。

4月21日，红星资本局随机采访了多名美团外卖员，询问平台是否要求外卖员“二选一”时，他们均表示没有听说过。

京东外卖订单激增

配送运力是棘手问题

外卖员“二选一”争议背后，骑手数量是京东目前的棘手问题。

京东外卖从上线到日订单量破百万单，用了40天；日订单量从100万单，到500万单，用了不到一个月。

快速增长的单量，京东能否有足够运力支撑？六天内，京东外卖宣布单季度要招聘的外卖员人数，直接翻倍。

4月21日，京东宣布“加大全职骑手招聘力度，未来三个月将招聘名额由五万名提高到十万名”。这距离京东4月15日宣布“因秒送业务发展迅速，本季度京东将再招收不低于5万名全职外卖员”，只过去了六天。

红星资本局注意到，京东外卖配送的运力目前仍有紧缺的现象。有消费者告诉红星资本局，点京东外卖时，配送的是达达秒送的骑手。一名达达秒送骑手提到，他主要是接麦当劳的订单，最近也在跑京东外卖的订单，这些订单从公司派送的话，骑手必须接单。

4月21日，红星资本局下单了3单京东外卖，包括咖啡、餐饮和超市订单。这三单分别由身穿美团外卖的骑手、没穿明显标志的众包骑手和站点达达骑手配送。

身穿美团外卖的骑手告诉红星资本局，因为京东外卖的工作服下周才发，所以还穿美团（工作服），其目前已经加入了京东外卖。他感觉，目前跑京东外卖，每单收入要比其他平台多1-2元。从他的京东接单后台看，每单的骑手收入在5-7元。

另外两名骑手表示，并不打算成为京东的全职骑手。一名骑手表示，京东外卖单量不够密集，跑一趟通常只能送2-3单；如果跑美团，能有3-5单一趟送完，总收入相差不大。另一名骑手感觉，京东的送达时间太急，从取到送只给了19-20分钟，相比之下，美团为每单21分钟。他表示，一两分钟对他们来说很重要，因为超时就会被扣钱。

总体而言，美团外卖订单量多，京东外卖有补贴，派单价高，对骑手来说各有优势。

外卖“价格战”

商家更喜闻乐见

京东入局后，外卖行业再次掀起“价格战”。

当提及京东外卖对美团外卖员收入的影响时，一名美团外卖员向红星资本局表示，他在美团平台的派单量和收入还是和以前差不多，目前没什么影响。另一名美团外卖员也持有相同看法，并提到总体美团外卖的订单量更多。

具体到工作时的影响，一名美团外卖员表示，京东外卖入场后，有部分商家接入的外卖平台增加到3个，高峰时会出现订单堆积的情况，影响外卖员的取餐速度。

对于外卖员个体而言，缴纳社保所带来的影响更为显著。一名美团外卖员对红星资本局表示，京东做外卖的影响（对我们来讲）就是现在平台要缴社保了。另一名外卖员表示，美团平台称从二季度开始缴纳社保，但目前他尚未缴纳。

京东外卖成为搅动市场的“鲶鱼”，外卖商家对此更喜闻乐见。一名上线京东外卖20多天的商家告诉红星资本局，新平台京东外卖的加入，商家肯定更开心一些，谁都不希望外卖平台一家独大。

另一名商家表示，目前京东外卖还没有抽佣，每一单的收入会高一些。对商家来说，多一个平台，就多一个订单，生意也更好。

4月21日，某全国连锁火锅品牌告诉红星资本局，公司接入京东外卖平台后发现，系统随时都在修改。因为短期内单量不大，暂时还没有遇到无人接单、洒漏丢等问题。同时，该品牌发现，美团外卖近期在主动找商家谈合作，并表示参与优惠活动的佣金比例可以商量，不像之前“说一不二”。

互联网分析师丁道师对红星资本局表示，美团和京东都是中国互联网行业的优秀企业，它们直接或间接解决了几百万甚至上千万就业问题。无需在两者之间“站队”，因为二者的运营模式截然不同，各有优势。

他分析道，京东外卖采用典型的品质商家+骑手自营模式，这种模式的优势在于服务有保障、品质可靠。而美团则以平台模式为主，近年来通过多元化改革，形成了多种服务结合的新模式，灵活性较高。这种模式，规模和体量可以做得更大，灵活解决更多社会就业。

即时零售争夺

京东和美团都不能输的一仗

京东和美团的这场外卖大战，被称为2025年国内互联网领域的第一场大战。核心高管亲自下场，在近年的互联网行业已属罕见。

作为新入局者，京东方面率先出招，宣布为全职外卖骑手缴纳五险一金并承担所有费用，推出百亿补贴，对商家限时免抽佣等。这些措施直指外卖行业痛点，快速搅动了市场格局已然稳固的外卖市场。

在京东外卖的步步紧逼之下，美团高管下场回应。4月12日，美团核心本地商业CEO王莆中发文点评京东做外卖，称美团非餐饮品类的订单突破1800万单，“可以说让某些公司如鲠在喉，如芒在背”。

刘强东则对此表示，“不要和人打口仗，不能产生社会价值。”随后，刘强东去年的一段内部讲话流出，他谈到：“我给京东外卖定一条规矩，京东外卖永远赚的净利润不允许超过5%。”

其实，餐饮外卖的利润率并不高。美团2021年第三季度业绩报中曾提到，餐饮外卖经营利润率为3.3%；2024年，美团外卖业务预计净利润率为2.8%。根据摩根大通2024年11月发布的全球在线外卖行业报告，2024年全球九家主流外卖平台预测净利润率在1.5%-3.3%之间，算术平均值为2.2%。截至2025年2月，饿了么在创业17年后，仍未盈利。

京东和美团剑拔弩张背后，其实是对即时零售领域的一场争夺战。

对于美团来说，其外卖业务几乎已经做到了天花板，但外卖业务利润率较低，而即时零售不仅可以复用700万骑手与算法调度能力，还能扩大利润增长空间。

美团早在2018年便涉足即时零售业务，即“美团闪购”，尤其是引入数码家电等高客单价品类，直接冲击了京东自营的传统电商优势。近期“美团闪购”作为独立品牌推出，同时披露非餐饮品类即时零售日单量已突破1800万单，更是展露了美团在即时零售领域的野心。

对于京东而言，高频需求的餐饮外卖业务，被行业认为是京东抢占即时零售市场的重要入口。外卖业务的流量，有助于提升京东App的活跃度，并反哺生鲜、日用百货、3C等京东优势品类。有专家表示，即时零售通过“三公里模式”整合线下资源，弥补了远场电商的不足，同时抵御了美团闪购对3C数码等高利润品类的侵蚀。

百亿补贴、千亿投入

即时零售也无法避开“烧钱”

和互联网之前所有的大战一样，京东和美团的“外卖大战”，也无法避开烧钱环节。

京东外卖对消费者上线百亿补贴、配送超时免单，对商家限时免佣，为全职外卖员缴纳五险一金，无一不需要花钱。

美团也不甘示弱。4月14日，在中国连锁经营协会主办的2025中国连锁餐饮峰会上，美团外卖总经理薛冰宣布，未来三年美团外卖将投入1000亿元。薛冰告诉红星资本局，这笔千亿补贴，主要用于红包补贴。美团外卖称，这是餐饮行业史上最大规模的行业扶持补贴计划。

回顾互联网行业过去十余年的发展历史，烧钱竞争的痕迹无处不在——电商、团购、旅游、网约车、共享单车……互联网新产业新物种层出不穷，烧钱大战也此起彼伏。

仅美团，就经历过2011年的“千团大战”和2015年的“外卖大战”。京东也曾鏖战“电商烧钱大战”。

在上一次的“外卖大战”中，以美团、饿了么为首的外卖平台们在过去十多年内补贴金额达到千亿元级别。

据国际金融报，零售电商专家庄帅表示，通过对外卖平台长达十几年的研究看来，新外卖平台在短期内很难通过补贴、促销的形式快速提高单量。在美团和饿了么两大成熟外卖平台的竞争压力下，新进入者无法避开外卖平台的两大经营难点：有限供给和峰值即配。新外卖平台想要规模化发展，需要下大力气解决上述两个经营难点，甚至还需要再投入超过千亿级资金才有机会做到万亿规模。

从业绩来看，2024年，京东收入11588亿元，创历史新高；净利润414亿元，同比大幅增长71%。2024年，京东经营活动产生的现金流量净额为581亿元，截至年末公司的现金及现金等价物、受限制现金及短期投资总额为2414亿元。

美团2024年实现营收3376亿元，同比增长22%，净利润激增158%至358亿元。2024年，美团经营活动所得现金流量净额为571亿元，年末现金及现金等价物为708亿元。

可以看到，双方的现金流都很充足。但即时零售领域的这场竞争，注定是漫长而激烈的，他们愿意为即时零售投入多少，当下还不得而知。

红星新闻记者 强亚铄 程璐洋

编辑 余冬梅

预测赢家app下载

澳洲10开奖网官网

2020澳洲幸运5(官方)开奖结果直播

幸运澳洲8开奖结果记录

澳洲幸运10赢怎么看走势

中国体育彩票内部资料网

预测赢家app下载

168飞艇全国统一开奖查询下载

澳洲10全天人工免费计划软件

澳洲十历史开奖结果

澳洲幸运10计划/官网机灵系统

1分钟快速赚100元

极速飞艇最牛稳赚计划

澳洲精准计划网页版官网

澳洲幸运5'官网开奖记录168

澳洲168幸运5开奖结果记录

澳洲幸运5 稳赢

澳洲幸运10开奖记录查询

飞艇全天计划每天稳定精准