

外卖“大战”:是短暂狂欢还是多方共赢

连续两个周末，外卖平台间的补贴“大战”持续上演。日前，美团公布最新数据，即时零售订单量再创新高，达1.5亿，随着订单峰值的到来，骑手单量和收入也双双增长。以7月周末为例，美团骑手日收入增长111%，超过40万众包骑手日收入超500元。此前，参与“外卖大战”的另外两家平台京东和淘宝闪购也先后公布了相关数据，均创历史新高。在消费者端，也因大额补贴券的到来，不少网友纷纷晒图称喝到了0元奶茶。

“外卖大战”重启,打开消费增量空间

尽管“外卖大战”在表面上是一场平台之间为争夺用户、抢占入口的激烈角力，其动机归根结底仍是出于商业利益的考量。但从结果来看，它确实释放并激发了消费。因为补贴的催动，许多原本可能不会发生的消费行为，被催化为真实交易。

这些消费有的是源于“薅羊毛”心态，但也有大量交易属于用户内生的真实需求。企业在彼此“贴身肉搏”的过程中，开始推动用户即时消费习惯养成，让“日常琐碎”的小额需求成为被看见、被服务、被转化的新增量，成了扩大消费、推动内需的现实助力。

三大平台之所以对“外卖大战”寄予巨大热情，最关键之处在于，这并非一场对存量市场你死我活的争夺。“外卖大战”背后，其实蕴含着一个真实而巨大的消费增量市场。

传统电商是“网上买，快递送”，大多用于耐用品或可等货的商品，但即时零售解决的却是人们“现在就要、附近就有”的即时需求，覆盖了大量过去没有被电商覆盖的线下消费行为，同时这种消费行为，也并非简

单地把交易从社区店铺挪到线上。

比如，消费者忽然想吃雪糕，没有即时零售的话，这种需求可能只是一种想法，稍纵即逝。但当即时零售网络深入千家万户，这种需求就变成了实实在在的内需和消费。

这实际上不只是消费的问题。商业的本质就在于通过更高效地满足消费者需求实现盈利，而需求的满足又关系到民众的获得感和幸福感，即时零售大发展与增加民众整体福祉并行不悖。

增量市场的明确，是几大平台纷纷加码“外卖大战”的核心原因。一方面，面对未来市场不容有失，另一方面，即便在“大战”中失利，相关平台仍有收获，其可以凭借海量的交易推进即时零售模式对用户的“启蒙”，可以加速骑手队伍的建设，加速网点仓储的布局、供应链延伸本地化能力的兑现。

无疑，这是一场良性竞争，类似的一幕在既往商业史上曾有多次上演，既加速了行业基础设施的完善，也助推中国互联网网站上世界之巅。

“0元购”狂欢留下真正的赢家

表面上看，这场由不同平台主导的价格战似乎实现了多方共赢，但深入观察，这种以短期补贴为手段的竞争模式背后，实则会把利润、运力、信任与商品同时推至临界点。“0元购”让用户“喝不完”，却让门店“做不完”，骑手“送不完”，平台“算不完”，隐藏着多重结构性问题和不可持续性。

首先，价格战并未真正带来价值创造，而是将资源从一方转移到另一方，形成表面上的繁荣。消费者获得低价或免单商品，平台借此提升用户活跃度和订单量，但商家却承担了不少隐性成本。其次，外卖价格战会加剧供应链的脆弱性和食品浪费风险。上周末与本周末均有“无人认领”的奶茶出现。

至于骑手群体，他们虽在短期内受益于高补贴，但整体收入的稳定性能否就此提升？配送费上涨伴随的是

劳动强度剧增，在高温天气下超负荷工作带来的安全隐患不容忽视。

从平台角度看，这种依赖资金投入的扩张方式存在局限性。尽管各家平台对外发布的数据显示，活跃用户数与订单量均比较喜人，但一旦补贴退坡，用户黏性能否维持仍是未知数。

“外卖大战”的本质，是平台对即时零售入口的争夺，但商业竞争的终极目标应是实现多方共赢。持续进行的补贴竞争证明，“0元购”狂欢可以制造峰值，但难以制造长期价值。当补贴退潮，谁拥有更高效履约、更健康毛利、更稳定品质，给到消费者以价格之外的更良好体验，谁才有资格留在牌桌。否则，“无人认领”的奶茶堆积，就是行业交出的第一份不及格答卷。

综合自新京报、红星评论等
(谕路 整理)

司机生命最后一刻保护12名乘客,算不算英雄?

□ 陈颖婷

6月29日晚，41岁司机肖波驾驶客车载11名韩国游客及导游从湘西自治州返回张家界途中，突发疾病。在完全失去意识前的30秒，肖波忍着脑干出血的剧痛，完成了一生最艰难的抉择——颤抖着完成熄火、挂空挡、拉手刹的连贯动作，将失控客车稳稳停在千米高空的高架桥边缘。车上11名韩国游客和1名中国导游躲过劫难，而肖波再没能苏醒过来。肖波的“义举”感动了很多，但他的家属为其中请见义勇为时，却被张家界市见义勇为基金会工作人员告知，肖波在昏迷情况下及时停稳车辆，这属于司机应尽的本职工作范畴，不符合见义勇为的认定范畴。

从现行《见义勇为人员奖励和保障条例》及相关地方性法规的普遍精神来看，认定见义勇为为通常强调行为的“非职责义务性”。即行为人在没有法定或约定救助义务的情况下，不顾个人安危挺身而出。肖波身处驾驶岗位，保障乘客安全确是其核心职责所在。基金会的结论，在严格依据现有制度框架和字面定义上，似乎确实“有据可循”。

然而，当“本职工作”的边界撞上“生死抉择”的极限场景，制度的刚性便显露出其苍白。该事件中，肖波并非普通的谨慎驾驶，而是在生命垂危之际，克服巨大生理痛苦和精神煎熬，优先选择履行职责、保护他人。因此将肖波如此的行为简单等同于“正常履职状态下的安全驾驶行为”，显得过于机械和冰冷。

“不爱上班门诊”为“体面”就医打开一扇门

□ 余明辉

近年来，心理健康问题成为社会关注的焦点，不少医院陆续开设了“学习困难门诊”（“不爱上学门诊”）。近日，河北的陈女士在社交平台发文称，在秦皇岛一家二甲医院除了挂有“不爱上学门诊”牌子外，还挂出了“不爱上班门诊”的牌子。记者就此事采访了涉事医院，该院工作人员确认该院的确开设了“不爱上班门诊”。

为何要开设“不爱上班门诊”？这背后有着深刻的现实背景与善良初衷。在传统观念的桎梏下，工作带来的乏力、疲惫等被视为再正常不过的事。很多人即便内心被痛苦填满，不想上班，也选择默默咬牙硬撑。因为在大众的认知里，工作中的负面情绪往往被简单粗暴地归结为“抗压能力差”。一旦有人因心理问题寻求帮助，就可能被贴上“脆弱”“矫情”的标签。

此次这家当事医院开设“不爱上班门诊”，可谓是体贴入微。该门诊是在患者的建议下应运而生的。医院工作人员深知，直接提及焦虑症、抑郁症等专业术语，会让不少患者内心充满抵触感，仿佛被贴上了不光彩的印记。于是，这家医院巧妙地以“不爱上班”这

个通俗易懂、接地气的表述来命名门诊，让患者能更从容、更“体面”地走进医院，直面自己的心理问题。

在现代职场中，“累”“困”“没劲儿”成了很多职场人的口头禅。这些表象背后，可能是正常的生理反应，也可能是某些疾病的表现。如果是后者，却没有及时干预，后果不堪设想。“不爱上班门诊”的出现，打破了传统疾病诊疗的刻板印象，折射出社会对职场心理健康的认知升级，让人们可以通过专业手段进行治疗和改善的。据悉，“不爱上班门诊”的诊断流程科学严谨、规范有序，与正常的精神心理学科诊断流程并无二致。运用多种手段深入评估患者的心理状态，最后根据检测结果，为患者量身定制有针对性的治疗方案。

“爱人如己，善莫大焉。”希望这一创新之举能够得到更多医院的借鉴和推广，让更多的职场人能够尽早摆脱心理困境，以更加健康、积极的心态投入到工作和生活中。同时，也希望社会能够进一步加强对职场心理健康问题的关注和重视，营造一个更加和谐、健康的职场环境，让每一个职场人都能在阳光下绽放出最灿烂的笑容，实现自己的人生价值。