

全天飞艇免费计划最新版

EMCm7DuGMf9lBRLV

全天飞艇免费计划最新版外卖市场“肥肉”争夺战：京东美团互撕升级

外卖无疑是本地生活领域最诱人的一块“肥肉”，美团(03690.HK)多年来一直稳坐该赛道的头把交椅，近几年更是迎来了丰收期。

今年2月，美团突然迎来又一位家底雄厚的挑战者——京东(09618.HK)。虽然抖音、滴滴等玩家曾试水外卖市场，但都未能撼动美团地位。这次京东却来真的——不仅高调入场，更是直接向美团发起正面挑战，双方的口水战迅速升级为行业焦点。

外卖“后浪”掀起口水战

官宣进入外卖赛道后，京东在外卖员福利、平台补贴等层面把压力给到了美团一边。

在百亿补贴加持下，近日“羊毛党”挤爆京东外卖系统，使京东平台的外卖骑手出现紧缺的情况。除了计划未来三个月将招聘10万名全职骑手外，京东还想到了一个好“法子”：炮轰美团，让骑手有更多选择和时间在京东平台服务。

4月21日，京东黑板报发布了《致全体外卖骑手兄弟们的公开信》，公开信提到，针对竟对平台强迫外卖骑手“二选一”，使骑手无法接京东平台秒送订单的情况，导致京东平台部分外卖订单延迟。京东为此推出多项紧急举措，包括对因“二选一”被其他平台封杀的骑手给予足够单量，以及为骑手对象安排工作等。

京东在公开信中措辞犀利，矛头直指某平台“骑手社保缺失”“压榨劳动力”“高佣金吸血餐饮商家”等问题，虽未点名，但句句剑指美团。

在公开信发布当天，京东创始人刘强东亲自下场送外卖，完成订单后还拉着骑手兄弟一起吃火锅，上演了一出“老板变骑手”的公关大戏，强化“善待骑手”的人设。

美团也不甘示弱，当天火速核实情况并回应京东，在《关于已辟谣谣言被某平台再度利用的说明》中，美团一方面辟谣其未限制骑手多平台工作，另一方面狠狠踢了京东一脚，指出某平台配送延误主要是自身原因，包括配送时限过短、对超时骑手大额罚款、兼职骑手被区别对待等，直指某平台外卖业务要害，并称某平台“莫须有”。

在过去，“二选一”是互联网平台所谓保利益的一项举措，不过从监管层面看，这不利于社会公平。

十多年前，京东与阿里(09988.HK)就因“二选一”问题而闹僵。于2017年，京东向北京市高级人民法院正式起诉阿里“二选一”。2023年底，阿里被判决向京东赔偿10亿元。

京东对阿里的起诉，成为间接推动阿里于2021年因踩到反垄断红线而被罚182.28亿元巨资的因素之一。

此次京东与美团激烈互怼，到底孰是孰非，旁人不好判定。不过可以肯定的是，随着京东的高调入局，美团的外卖业务正遭受挑战，行业“三国杀”的时代或对美团带来重大考验。

这场隔空互怼很快反映在资本市场上——截至发稿，京东港股股价应声下挫6.61%，美团下跌5.42%，投资者用脚投票表达了对这场商战的担忧。

京东为何咄咄逼人？

有媒体报道，刘强东4月21日在聚餐中表示，希望京东的全职外卖员未来能超过100万人。

这100万的数字，并未包括兼职的外卖员，意味着京东未来的外卖团队规模十分庞大。作为对比，根据美团研究院披露的数据，美团在2023年骑手规模为745万人，高频（全年接单在260天以上）接单骑手占到总人数的11%，约为82万人。

结合近两个月来在骑手福利、商家利润和消费者需求等领域的持续发力，京东要与美团“全面开战”的意图已十分明显。

那为何刘强东要在水果赛道咄咄逼人？背后深层因素是什么？

一、内部：电商板块越来越焦虑。当下，国内电商行业的模式正发生巨变，短视频等新兴模式对京东和阿里等传统电商平台带来的冲击是巨大的。

根据财报，京东2024年收入为1.16万亿元，同比增长6.8%，其中四季度同比增长13.4%。这种增长一定程度上是国补“补”出来的，国家出台的各项消费政策提升了市场需求。

电子产品及家用电器商品是京东的命脉，不过十分依赖大促和政策补贴（如“以旧换新”），内生增长动力已大不如前。一旦政策利好消失、大促结束，收入增长将面临困境。

二、外部：庞大的外卖市场有“矿”可挖。中国饭店协会的数据显示，2023年我国餐饮外卖市场规模高达约1.2万亿元，占餐饮收入的比重升至22.6%；网上外卖用户规模已达5.45亿人，占网民整体的约五成。

刘强东曾在一次演讲中说过：如果一个行业很乱，那意味着有巨大的机会。在刘强东看来，国内外卖市场需要整顿，这正是京东二次创业的重大机遇，行业不止能容下美团和饿了么，未来京东也会有一席之地。

主动挑起“口水战”，京东意在通过塑造“整顿外卖行业”的形象，借高佣金和骑手权益问题打击美团市场形象，强调自身低佣金、骑手社保、品质餐饮，京东试图在消费者和监管层面获得支持。

京东这种以采取“进攻性防守”策略，迫使美团分散资源应对，遏制美团对零售市场的渗透，同时也为自身的外卖争抢骑手资源。

有业内人士指出，京东凭借覆盖全国的物流配送能力、深厚的商户合作基础以及京东到家业务的零售用户场景等三大核心能力，将直击美团的腹地，未来行业竞争将日趋激烈。

小结

京东高调进军外卖市场，不仅是一场商业竞争，更是一次对美团霸主地位的挑战。未来，这场“三国杀”（美团、京东、饿了么）或将重塑行业格局——谁能真正平衡骑手权益、商家利润与用户体验，谁就能赢得市场。

对京东而言，外卖不仅是新增长点，更是其从“低频电商”向“高频生活服务”转型的关键一役。但美团根基深厚，京东能否破局，仍需时间验证。

这场大战，才刚刚开始。

2023澳洲幸运5开奖查询

168a开奖下载

168免费精准预测

彩票老师一对一带赚钱

澳门118期开奖

168澳洲幸运10开奖官网开奖记录

加导师微信一天赚500

快三导师包赚包赔计划

幸运飞行艇官网正版

澳洲10在线计划

单双长期最稳公式

澳八番摊预测100%

澳洲幸运5官方开奖直播官方app介绍

免费大数据分析网站

快乐8大数据分析软件免费

澳洲幸运10最准十三个规律

押单双最聪明三个公式

1分钟快速赚100元

腾讯分分彩全天人工大全