

提升数字经济治理能力 警惕平台“内卷”损害民生之基

白晨

从网约车补贴大战到社区团购补贴之争，再到如今的外卖平台补贴狂欢……由这些补贴行为可以看出，过去平台通过新的经营方式极大地改变了传统的行业经营模式，具有很强的外部性。而随着平台在生活服务领域的深度渗透，补贴大战也从新兴市场的高速扩张时期逐渐转为存量市场的竞争。“这是一种平台驱动型的‘内卷’行为。”中国人民大学劳动人事学院社会保障系主任、副教授白晨认为，从短期影响来看，这种补贴行为会让平台订单量回升、用户活跃度升高、外卖骑手收入阶段性增长，但是如此大规模的补贴不可能长期、持续地存在，所以要坚决制止一哄而上、一哄而起，防止一哄而散。

从平台驱动型“创新”到平台驱动型“内卷”，补贴大战背后是平台间围绕“即时零售生态入口”的激烈博弈。“只有准确把握‘内卷式’竞争的危害和成因，努力创造公平竞争的市场环境，才能为高质量发展提供坚强保障。”白晨以外卖补贴大战为例分析道，平台驱动型“内卷”主要呈现出两大特点。

一方面，是规则内部化与风险成本外部化并存。

“规则内部化，是指平台基于流量优势、算力优势和自己制定的补贴分配规则处在市场支配地位，其设定的交易逻辑往往在实际操作中凌驾于行业普遍规则，甚至是法律监管之上。”白晨解释道，平台把自己的市场行为转化成普遍性的公共约束力，随之可能产生的风险

成本表现出了强烈的外部化特征。多项研究调查显示，平台的补贴行为不是一种普惠性的行为，而是更倾向于头部企业、品牌商户的补贴。而且即使普惠，不同商户受制于规模大小，其成本控制能力和市场运营能力也存在差异，所以在补贴大战中损益不同，不少处于弱势的中小商户被迫迎战，也会被置于一种不对等的竞争环境中。

这种外部化风险带来的冲击，不仅影响了线上门店，还进一步传到了线下商户。立信咨询日前发布的一项针对高线城市外卖高频消费者的调研显示，7月以来，80%被调查者的就餐方式发生明显变化。其中，44%的被调查者近期外卖就餐频次增加，堂食就餐频次降低。餐饮行业的价格锚点被不断拉低，消费者的“低价消费”心智被进一步强化。

另一方面，是平台在竞争中更加强调“民生性”的战略叙事。

“这场外卖补贴大战带来的不仅是红包优惠，还将社会保障、收入分配等议题纳入竞争策略，以此塑造积极形象。”白晨指出，一些平台从社保“破题”，探索多元化的缴费路径；也有平台尝试“零佣金”或降低抽成，为商户让利。“这些举措既回应了国家促消费的政策号召，也让相关民生问题被更多讨论。但需要警惕的是，当民生议题成为企业争夺市场的叙事工具时，可能掩盖了平台间激烈‘内卷式’竞争的实质，其潜在的资源浪费、制度扭曲和不可持续性问题，仍然值得高度关注。”

餐饮业与人民群众日常生活紧密相连，是民生性极强的服务行业，

也是吸纳就业的重要领域，对促进消费、惠及民生、稳定就业具有多重功能。国家统计局数据显示，7月份全国餐饮收入4504亿元，同比增长1.1%；1-7月份，全国餐饮收入31984亿元，同比增长3.8%。推动餐饮等生活服务业提质增效，不仅是扩大内需、促进高质量发展的现实要求，也是提高人民生活品质、增进民生福祉的重要举措。“因此，应当为中小商户和个体工商户创造更大的生存和发展空间，避免平台以短期消费刺激手段挤压行业的内生活力和就业承载功能。同时要警惕，平台驱动型的‘内卷’竞争若大规模进入民生领域，可能对中小商户、小微企业造成冲击，进而削弱餐饮业在吸纳就业和保障民生方面的长期作用。”白晨说。

在线外卖服务在整个餐饮业数字化过程中产生了显著的辐射和扩散效应，其所代表的数字经济深刻重塑了居民消费行为。“这也给我们带来了重要的政策性启发。”白晨详细介绍道，一是要更加注重监管前置。相关部门应当明确平台在防范掠夺性定价、限制深度折扣等方面的“守门员”义务，同时借鉴国际社会在平台用工与劳动保护、不正当竞争与行业治理等方面的应对经验，避免无序竞争带来的系统性风险。二是要强化战略引导。在满足餐饮消费的同时，应当积极推动平台将资源和创新能力拓展至家政、康养、文旅、体育、教育培训等国家重点鼓励发展的生活性服务领域。通过丰富消费场景、延长消费时段和提升服务品质等方式，培育新的消费增长点，使数字消费真正成为扩大内需和改善民生的长期动力。

（本文来源：光明网，2025年8月25日。作者系中国人民大学副教授）