

内卷式竞争没有赢家 外卖补贴大战敲响ESG警钟

外卖平台补贴大战在监管部门约谈中走向终局。

这场“烧钱”换市场的游戏,不仅扭曲了市场定价、扰乱了竞争秩序,更暴露了平台企业在ESG（环境、社会、公司治理）责任上的深层缺失。新修订的反不正当竞争法剑指平台内卷式竞争,将于今年10月15日起施行,无序扩张、恶性竞争将触碰法律红线。

外卖平台如何从流量竞争转向可持续创新、服务能力竞争?这场风暴或重塑平台经济的发展逻辑。

● 杨洁 郑芊颖 吕娅霆

大战无赢家

外卖补贴大战的硝烟仍未完全消散,由于很多餐品在补贴后的外卖价格远低于堂食价格,扰乱了正常的餐饮价格体系,对堂食消费形成挤出效应,不少餐馆的堂食消费尚未恢复至外卖补贴大战前的水平。

在北京市朝阳区一家开在社区门口的刀削面馆内,老板在给外卖打包之余,将堂食的西红柿鸡蛋盖浇面端上餐桌。她告诉记者:“最近消费者倾向于点外卖,堂食订单减少了,有消费者点了外卖但取消配送就在店里食用,这对我们来说并不是好事:点外卖在店里吃,享受店里免费续面。”

社区餐饮原本有固定的堂食客群,在外卖补贴大战的影响下,很多消费者转而选择点外卖,但外卖生意利润微薄。上述刀削面馆老板表示,堂食一份面,大约一半的售价能形成毛利,而外卖订单在扣除平台佣金、配送费、推广费等成本后,毛利已经非常微薄。“美团每天推广费用50元,曝光量高的时候推广费更高。饿了么每天40元,京东会低一些。”

如果不参与补贴活动呢?记者问道,上述刀削面馆老板表示,那就没有流量,没有曝光。

另一家社区面馆也面临类似的状况。“一笔外卖订单,消费者领了券能减17块钱,其中平台出10块钱,我们出7块钱。以前没有外卖大战,补贴的券也就是五六块钱,我们承担两三块。如今我们需要承担的费用一下子提高了这么多,确实吃不消。本来我们做的就是每单只挣几块钱的小生意,哪里玩得起。”这家社区面馆的老板直言。

规则不清楚,玩法“黑盒子”是很多中小商家的普遍感受。一家连锁餐饮加盟店的店长向记者反映:“平台经常在不通知商家的情况下,为商家上架各种促销活动,商家难以取消这些活动,导致订单金额被大幅打折。”这位店长还表示,“搞补贴的时候,一开始平台都是承诺自己补,后面时间拉长就慢慢推给我们商家。”他介绍,补贴大战最激烈的时候,店里的外卖订单常常每单只收到几元钱,而这家店

四分之三的订单来自外卖渠道。

国家统计局数据显示,今年6月,限额以上单位餐饮收入呈现负增长,同比下降0.4%;上半年,限额以上单位餐饮收入同比增长3.6%,低于全国餐饮收入增速(4.3%),表明限上餐饮企业面临的挑战较为严峻。综合数据与市场调研,中国烹饪协会近日发文指出,部分原因是,平台高额补贴,导致外卖价格低于堂食,大量消费者转向线上,餐厅仍需承担房租、人工、税费及平台活动费,这种“低价引流”的模式挤压了堂食空间,导致餐饮企业陷入“有订单无利润”甚至“赔本赚吆喝”的困境。此外,资源分配不均加剧马太效应,平台补贴资源过度向头部品牌倾斜,中小餐饮企业难以获得有效曝光和流量支持,生存空间受到挤压。

平台斥资上百亿元的补贴大战让商家叫苦,得到补贴的消费者也并不一定是赢家。

妙盈科技ESG及气候服务执行总监黄乔龙表示,在外卖大战持续发酵过程中,平台高额补贴与价格战从多个维度对餐饮行业生态及食品安全构成潜在冲击。例如,补贴带来的低价竞争直接压缩了商家利润空间,部分商家为维持运营,可能选择使用预制菜替代现制餐品,或由于备餐时间压缩,而放松了冷链储存标准,食品安全风险加剧。同时,平台为快速提升市场份额,可能降低商家准入门槛、放松审核机制,不仅会让无证经营的“幽灵外卖”乘虚而入,也会让卫生条件不达标的商家有机可乘,导致食品在生产、包装、储存等全链条环节的安全隐患被放大,最终还是消费者买单。

中国商业法研究会副会长、武汉大学竞争法与竞争政策研究中心主任孙晋告诉记者,同质化竞争格局和劣币驱逐良币的效应加剧,会使得产品多样性锐减。长此以往,消费者的选择权会受到限制。此外,从过往平台几次补贴大战的做法来看,它们往往希望等消费者形成消费依赖后再提价,这种定价行为同样值得警惕。



视觉中国图片

近日,市场监管总局以及郑州、上海等地市场监管部门相继对饿了么、美团、京东等外卖平台企业开展约谈或宣贯,要求它们严格遵守相关法律法规,落实主体责任,规范促销行为,理性参与竞争,促进餐饮服务行业规范发展。

在孙晋看来,监管部门约谈正是对内卷式无序竞争、盲目竞争、同质化竞争乱象进行规制的明确信号,希望引导平台企业回归到质量、服务以及创新竞争的良性轨道上来。

6月27日,十四届全国人大常委会第十六次会议表决通过了新修订的反

专家表示,此次外卖补贴大战集中暴露了平台企业在ESG方面的不足,影响已渗透至产业链生态、社会价值及环境可持续等多个层面。

遵守市场竞争相关法律法规,平衡商家、消费者以及外卖骑手的利益诉求,本就是平台践行ESG可持续发展的内涵。商道咨询董事、合伙人郎华认为,在供应链生态层面,外卖补贴大战以牺牲上游供应商利益换取平台自身短期增长的模式,与ESG倡导的“供应链共享价值、共同发展”理念相悖,长期来看会破坏餐饮行业生态平衡。值得警惕的是,低价竞争压力可能向上传导至原材料环节,间接威胁食品安全与餐品质量,最终让消费者承受潜在风险。

不正当竞争法,自10月15日起施行,剑指内卷式竞争。孙晋介绍,这项法律规定,平台经营者不得强制或者变相强制平台内经营者按照其定价规则,以低于成本的价格销售商品,扰乱市场竞争秩序。

“具体衡量时,要考量补贴后的售价是否持续低于商品成本价,补贴行为是否以排挤竞争对手、扩大甚至独占市场为目的,平台是否通过隐蔽手段把补贴成本转嫁给商家。”孙晋表示,按照新修订的反不正当竞争法,平台经营者强制平台内经营者以低于成本价销售商品,情节严重的最高可处

以200万元罚款。

新修订的反不正当竞争法要求,平台经营者应当在平台服务协议和交易规则中明确平台内公平竞争规则,建立不正当竞争举报投诉和纠纷处置机制,引导、规范平台内经营者依法公平竞争。

孙晋提醒,要警惕平台自治规则权力的异化。记者调研发现,一些平台对拒绝参与补贴活动的商家实施算法降权,导致商家在搜索结果中排名下滑、曝光率骤降,或者商家只有接受平台补贴规则才能获得推荐、推送等优质流量位。

从社会价值维度看,郎华认为,若补贴大战最终导致市场集中度提升、头部平台垄断加剧,虽然消费者短期获得价格优惠,但在长期可能要面临选择减少、价格回升的被动局面。

在环境影响方面,郎华强调,外卖大战带来的包装问题尤为突出。短期订单激增直接导致一次性包装集中丢弃,而多数中小餐饮企业因成本压力难以采用更环保的包装材料,进一步加剧了环境问题。尽管部分头部平台已探索建立绿色包装使用与回收体系,但系统性的绿色包装转型需全行业长期投入。同时,过度消费产生的食品浪费,本质上是对产业链上游原材料资源的浪费,与循环经济理念背道

以200万元罚款。

新修订的反不正当竞争法要求,平台经营者应当在平台服务协议和交易规则中明确平台内公平竞争规则,建立不正当竞争举报投诉和纠纷处置机制,引导、规范平台内经营者依法公平竞争。

孙晋提醒,要警惕平台自治规则权力的异化。记者调研发现,一些平台对拒绝参与补贴活动的商家实施算法降权,导致商家在搜索结果中排名下滑、曝光率骤降,或者商家只有接受平台补贴规则才能获得推荐、推送等优质流量位。

孙晋坦言:“平台在流量分配、交易规则制定方面话语权太大,在平台生态系统内成了‘立法者’‘执法者’‘裁判员’。这需要构建全链条的规制监管体系,特别是从源头上监管平台的自治规则,平台可以用算法来提高营销精准度和资源配置效率,但不能用算法‘作恶’。”

新修订的反不正当竞争法明确禁止经营者不得利用数据和算法、技术、平台规则等,通过影响用户选择或者其他方式,实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

孙晋表示:“我们需要规制的是平台经济发展过程中的无序扩张,要引导塑造一个良好的市场竞争环境,引导平台从流量竞争转向服务能力竞争,推动中小商户获得更公平的生存空间。”

对于平台未来的发展,郎华建议,平台应脱离低价内卷的初级竞争模式,将重心转向商业模式创新,例如在供应链赋能、社区生态营造等方面深耕,真正承担起对中小商家的扶持责任,而非停留在ESG口头承诺层面。以社区商业为例,过度依赖线上平台的低价竞争,已导致部分社区实体店消失、邻里交往空间压缩,这提示平台需在商业扩张中兼顾维护社

区文化价值。

从ESG评级看,美团、阿里巴巴和京东的MSCI ESG评级在过去三年稳中向好,但平台企业在社会议题中的社区影响议题普遍有待提升。

除了平台自身践行ESG理念要见真章,外部监管也须进一步发力。孙晋认为,要进一步完善规则指引体系,强化技术规范对平台治理的刚性约束,形成法律和技术规范的协同指引;同时,对平台规则的制定和实施进行全周期监督,努力实现对技术、算法和平台规则的穿透式监管,尤其是涉及商家核心权益的平台自治规则的计算方式、算法逻辑,应事前备案并进行动态审查,提高公平性、透明度。

边界扩围 标准统一 绿色金融释放增长空间

● 本报记者 薛瑾

近日,中国人民银行、金融监管总局、中国证监会印发《绿色金融支持项目目录(2025年版)》。《目录》适用于各类绿色金融产品,增加了绿色贸易、绿色消费等门类,绿色金融的业务边界和方向进一步扩充。同时,我国绿色金融产品标准迎来统一,项目认定标尺也更加清晰。

作为绿色金融的主力工具,今年以来,绿色信贷、绿色债券等发展迅速,增强了金融对环境效益改善、产业转型升级的支持实效。业内人士预计,未来,随着绿色金融业务范围的扩大,绿色金融的增长空间将进一步释放。

绿色金融产品迎来统一标尺

《目录》包括节能降碳产业、环境保护产业、资源循环利用产业、能源绿色低碳转型、生态保护修复和利用、基础设施绿色升级、绿色服务、先进交通装备贸易、绿色消费等9大门类。

业内人士表示,《目录》的印发标志着我国绿色金融产品标准迎来统一。

消费者购买节能家电,金融机构针对这类消费发放贷款等,在新标准下能计入绿色金融统计框架,有利于从消费端推动生产端绿色升级,形成“消费反哺生产”的良性循环。

《目录》兼顾与不同标准的衔接,对金融机构高效展业以及不同金融业态的联动奠定了制度基础。

中国节能环保集团相关负责人表示,新版目录首次系统性地统一了绿色信贷、绿色债券支持的经济活动边界,为金融机构、实体企业与监管部门提供了清晰、权威、统一的项目认定标尺,解决了国内绿色金融目录不统一的痛点,在结构上增加了国民经济行业分类要素,并对低碳经济活动进行了额外标注,有利于提升绿色金融支持项目目录的实用性,提高绿色项目识别效率。

兴业碳金融研究院认为,原银保监会2020年发布的绿色融资统计制度、

人民银行2019年末修订的绿色贷款专项统计制度,以及《绿色债券支持项目目录(2021年版)》,对于统计范围和绿色项目的纳入范围存在差异,导致我国绿色信贷标准之间、绿色信贷与绿色债券标准之间均存在不统一。标准的不统一对不同绿色金融产品之间的有效衔接造成影响,增加了银行对绿色金融产品的管理难度和管理成本。

兴业碳金融研究院相关人士表示,新版目录历史性地对我国各类绿色金融产品标准进行了统一,将大大增强不同绿色金融产品之间的有效衔接,如绿色信贷通过证券化向绿色债券转变,从而加强绿色金融市场流动性,提升绿色金融资产管理效率、降低识别成本。

贯通生产、贸易、消费全环节

值得一提的是,《目录》新增绿色贸易、绿色消费门类。绿色贸易主要包括高效节能装备、先进交通装备、先进环保装备和原材料、资源循环利用装备、新能源与清洁能源装备、绿色农产品、绿色认证产品等贸易;绿色消费涉及新能源汽车、绿色低碳建筑、节能型设备等终端产品的消费。

业内人士认为,门类的丰富扩展了我国绿色金融业务的支持范围,从绿色产业生产环节扩展至贸易和消费环节,从而形成绿色金融业务新的增长点。“促进绿色消费是对供给端绿色转型的最大激励。”兴业碳金融研究院相关人士表示。

据了解,消费者购买节能家电,金融机构针对这类消费发放贷款等,在新标准下能计入绿色金融统计框架,有利于从消费端推动生产端绿色升级,形成“消费反哺生产”的良性循环。

“增加绿色贸易和绿色消费项目,将绿色金融业务支持范围从绿色产业的生产环节扩展至贸易和消费环节。”

兴业碳金融研究院认为,当前绿色贸易和绿色消费均成为我国绿色发展的重要支撑项,尤其是在我国绿色贸易进出口规模不断扩大、绿色技术产品国际需求不断上升、国际绿色贸易壁垒不断抬升的背景下,绿色对外贸易对绿色金融的需求将随之提升,同时绿色消费也成为我国扩大内需、满足人民日益增长的美好生活需要的重要举措。

业内人士表示,《目录》还为钢铁、石化、化工、有色金属、建材等高碳行业提供转型路径。这些行业可通过清洁生产改造、工艺流程优化、污染治理技术升级等获得绿色金融支持,助力转型金融纵深发展。

扩大规模丰富工具

“银行可运用该目录识别、评价和管理绿色信贷项目,建立绿色资产分类体系,开发绿色金融产品;证券公司和基金公司用于绿色债券发行、绿色基金投资的项目筛选和合规管理;保险机构据此开展绿色保险业务和ESG投资;企业利用目录进行绿色项目申报、融资对接和信息披露,明确自身项目的绿色属性

和碳减排贡献;监管部门以此为标准进行政策制定和市场监管。”上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚表示。

业内人士预计,政策体系与市场实践双向赋能加速,标准的引领作用将进一步发挥,将促进绿色金融市场规模扩大,以及工具进一步丰富。

目前,我国绿色金融产品主要集中在绿色债券、绿色信贷工具上。中国人民银行发布的《2025年第一季度中国货币政策执行报告》显示,截至一季度末,绿色债券累计发行4.3万亿元,其中绿色金融债累计发行1.8万亿元,为金融机构投放绿色信贷提供了稳定资金来源。中国人民银行2025年二季度金融机构贷款投向统计报告显示,截至上半年末,绿色贷款余额42.39万亿元,比年初增长14.4%。

从绿色债券来看,新发债券发行成本优势更加突出,为部分企业提供了较低的融资成本。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,金融管理部门支持绿色金融发展,绿色债券是其中重要组成部分。企业绿色转型需求强烈,带动绿色债券需求增长。此外,绿色债券募集资金用途明确,市场利率较低,推动其发行规模快速增长。