

我们吃的每一份外卖,或许都曾经经历过“生死神速”,只是之前少有人关心。虽然美团、饿了么两大外卖平台已主动提出给骑手“减速”,但这是一场多方的利益博弈,“减速”恐怕远远不够。

# 外卖“减速”难解“四角”难题



新金融记者 孙翼飞 王雅菡

## 骑手没看过那篇爆文

“什么文章?没听说过。”

看得出来尽管很赶时间,但一位刚刚送完一单外卖的美团骑手,还是礼貌地回答了新金融记者的问题。或许,他真的不知道在互联网和媒体圈刷屏的那篇文章《外卖骑手,被困在系统里》。看一篇动辄两万字的文章,对于分秒必争的外卖骑手来说,太过奢侈。

他马上又接到了下一单,转身离去时突然回头,“对了,是不是跟前几天美团骑手在抖音‘三问王兴’有关?我看过,说了也没有用的,送外卖不就是比谁送得快吗?指望平台为骑手考虑,没戏!”他说完嘿嘿一笑,骑上电动车,为下一单外卖抢时间去了。

这位骑手说的“三问王兴”是一段只有34秒的短视频。视频里,一个外卖小哥坐在电动车上,情绪激昂地对手机,“今天,我要三问王总。第一,为什么把送餐时间从50分钟降到40分钟,又降到30分钟,有的订单甚至只有20多分钟?商家出餐的时间去哪儿了……”

确实,对于绝大多数骑手来说,能忙里偷闲看几段短视频就已经不错了。群众以为窥到了一个行业的辛酸泪,激动转发,身处漩涡中心的骑手们,却不以为然。有一条来自骑手的留言点赞很高:看了又能怎么样?人家是老板,让你30分钟送到就得30分钟送到,你要干这份工作就得接受,没有余地。

尽管舆论层面已掀起轩然大波,但对于日夜穿梭在城市之中的骑手来说,生活照旧,送餐照旧,逆行照旧,闯红灯照旧。

外卖平台的规则苛刻,外卖员们清楚这种压榨,但无解。

“一共30分钟,等商家出餐就要20分钟,别说骑快了,那得开飞机!”饿了么一位骑手告诉新金融记者,“碰到好说话的顾客,打电话说一下情况,人家同意了我就点‘已经送达’,碰到不好说话的,上来就投诉,有时候奶茶装得太满,我一刹车就会洒一点,也要投诉,后来有经验了,我私下给人赔几块钱,求他别投诉我。”

这位骑手已经送了三年外卖,在这之前是申通的快递员,“送外卖比送快递挣得多,但真的比送快递还累。”

## 两大平台的公关竞赛

骑手们没看过的那篇《外卖骑手,被困在系统里》,从平台评价、计效体系等系统层面深度探讨外卖骑手的生存困境。作为文章中主要提及的两大外卖平台,饿了么、美团也成了众人关注的焦点。

9月8日下午,美团方透过媒体表示:暂不回应此事,下周会举行小范围的外卖业务沟通会。被自家骑手在抖音喊话的王兴和他的美团,很显然在拖延时间。

9月9日凌晨1点左右,饿了么在微博发布回应《你愿意多给我5分钟吗?》,“系统是死的,人是活的”,并宣布将尽快推出一项新功能——“我愿意多等5分钟/10分钟”按钮。

在美团外卖被业内视为“假装看不见”的时候,饿了么选择站了出来做第一个回应的,想给公众带来一个不躲事、愿尽责的好形象。

饿了么没想到自己弄巧成拙,“多给5分钟”被外界认为是压根就未提平台责任,反倒是将责任甩给用户,绑架了用户,让用户去选择“我愿意多等5分钟/10分

钟”,而不是平台方面给出解决办法。甚至监管部门都出面说饿了么的回应违背基本逻辑。

在饿了么失败的公关回应吸引了不少火力下,美团外卖的压力小了很多,同时摆在美团外卖面前的难题,就变成了“开卷考试”。

9月10日晚间,业内本以为暂时不会回应的美团外卖作出了自己的回应。

首先第一句话,就是“感谢大家的意见和关心,我们马上行动”,让很多共情的网友很有成就感:要不是我们这些网友的积极鞭策,平台才不会管你们这些外卖小哥。再有便是,“没做好就是没做好,没有借口,系统的问题,终究需要系统背后的人来解决,我们责无旁贷”。直接主动由平台承担责任,不说借口,不甩锅他人。之后又给出改进措施,实际上没太多实质性立竿见影的内容,措施都很虚很空,也没有个限定改进时间,但态度到位了,效果还算不差。

只能说,美团外卖这次的拖战术成功了,拖到了更多时间来内部思考处理应对,甚至,还拖到同行跳出来做了个失败的范本。

## 多方博弈愈加胶着

在百度贴吧中,有骑手写道,“送外卖就是与死神赛跑,和交警较劲,和红灯做朋友。”

2017年上半年,上海市公安局交警总队数据显示,在上海,平均每2.5天就有1名外卖骑手伤亡。同年,深圳3个月内外卖骑手伤亡12人;2018年,成都交警7个月间查处骑手违法近万次,事故196件,伤亡155人次,平均每天就有1个骑手因违法伤亡;2018年9月,广州交警查处外卖骑手交通违法近2000宗,美

团占一半,饿了么排第二。

目前,我国的外卖小哥人数已经超过了700万,不断涌入的新人,再加上平台之间的竞争,让外卖小哥的生存状态被大家广泛关注。今年,国家相关部门发布了16个新职业信息,外卖骑手以“网约配送员”的官方名称正式进入职业大典。

外卖配送作为综合性的复合型劳动,不仅需要付出体力劳动和脑力劳动,而且需要进行情感劳动和情绪劳动。焦急、委屈和焦虑是外卖骑手经历的复杂的情绪混合体,隐忍和妥协是他们自我消化的情绪劳动。

在这场以一敌三的博弈中,平台是时间竞赛的主导者,商家是时间限制的无视者,顾客是有限时间的挤压者,而外卖骑手则只是时间热锅上的蚂蚁——这是一道待解的“四角”难题。

很多人喜欢美团或者饿了么的服务,因为方便快捷。外卖平台之所以制定出如此细致的考核方式,就是希望不断削减外卖所需要的时间,提升用户的满意度,从而提升用户的黏性和使用频次。

就商业模式而言,外卖平台的确把“顾客是上帝”发挥到了极致,向顾客承诺30分钟送达,晚一分钟都可以投诉。顾客可以打分、顾客可以投诉;骑手必须打卡、必须达标、必须完成KPI,而不达标的结果就可能是罚款。

作为一家双边平台,如果只着眼于用户体验的提升,而不去考虑提供服务者的生存状态,这样的平台是不可持续的。当算法驱使的骑手求快行为导致交通违法带来日益频繁的伤亡的时候,平台真的要好好想一想接下来的路该怎么走了。