

千亿元级别的竞争改变了啥

这个夏天,我们0元购的奶茶、10元买的黄焖鸡,7元吃的米线,到底让平台烧了多少钱?随着京东、阿里、美团三季度财报的发布,终于有了答案——业内估计,如果算上二季度及其他关联投入,这3家企业为这场“战役”投入的金额约1000亿元。

对于这场外卖大战,各平台态度很不一样。美团毫不客气地称外卖价格战是“低质量的恶性竞争”,并强调这种投入“无法为行业创造价值,且不可持续”。阿里巴巴则态度积极,管理层在电话会上肯定了过去一个季度的投入效果。京东也有收获,至少现在盘点外卖业务的时候,它成了“外卖三巨头”之一,与淘宝闪购一起取代了原先的饿了么。

半年多时间,约1000亿元投入,即使在见惯了补贴大战的中国互联网领域,这样的力度也是不多见的。有很多人是在替平台企业算账,讨论这种投入值不值得,分析哪家扛住了至暗时刻,哪家已经偃旗息鼓,哪家护城河没了,哪家后院起火了,说什么的都有。

然而抛开单纯的财务数据,这场竞争本身也带来了一些积极变化:服务质量提升了,企业的精气神被激活了,为了争夺运力,

“外卖三巨头”最新财报显示外卖大战投入巨大。不过也不能仅凭一两个季度的得失,评价千亿元级别的战略性投入。创业不必等到十拿九稳,只要有六七分把握,就值得大胆尝试。这种精神正是在洞察未来的基础上,主动创造未来。

骑手的待遇和保障也在竞争中水涨船高。不是说没有外卖大战就不会做这些事情,但激烈的角逐无疑加速了这一系列良性变革。不管最终结果如何,敢于砸下约1000亿元,至少说明平台企业想干事、敢干事、能干事,这是一个积极信号。而且,这1000亿元从平台企业的利润表进入社会层面,落到其他企业、骑手和消费者的口袋里,总会发生一点作用。

在这场千亿元级别的竞争中,监管部门的态度起到了“定盘星”作用。外卖大战的补贴力度远超当年的社区团购,但此次监管部门更多采用了柔性监管方式,有约谈、有提醒,始终立足于维持公平有序的竞争环境。这种监管思路的转变意义深远,它旨在给企业创造了一个“想干事就大胆去干”的

环境,至于能不能干成、干到什么样,是投500亿元还是1000亿元,是把钱投在即时零售还是人工智能,那由企业自己决定。

风物长宜放眼量。如果仅凭一两个季度的得失,来评价平台企业千亿元级别的战略性投入,有点太早了,等几年再看比较合适。这就像播种,今天埋下的种子,可能几年后开花结果,也可能被证明是走了弯路,但这份不确定性,本就是企业经营必须承担的代价。

市场竞争就像打仗,对手才不会管你不想打,更不会等你准备好了才发起进攻。纵观商业史,那些穿越周期的百年企业,从同仁堂到李锦记,再到稻香村,都是在不断试错中间出来的。比如李锦记自1888年创立,历经百余年沧桑,始终秉持“六六七七”

的创业精神,即创业不必等到十拿九稳,只要有六七分把握,就值得大胆尝试。这种精神的真谛,正是在洞察未来、坚信未来的基础上,勇于拥抱变化、主动创造未来。这也恰恰是企业家精神最可贵的内核。

如今,将军已经上了战场,我们要做的,或许就是相信他们会珍视手中的士兵、粮草与阵地,并持续营造一个公平竞争、包容试错、鼓励创新的环境,让他们能够心无旁骛地指挥作战。毕竟,对企业乃至整个经济生态而言,最大的风险从来都不是投入后的失败,而是因为畏惧失败而不敢投入的停滞。



细节传递城市治理温度

刘 莉

近日,江苏南京马拉松赛事中使用的“鸟式穿越”法引发热议。为了减少对市民出行的影响,南京在全程42.195公里的赛道上设置了95处穿越点,通过举指示牌、拉警戒线,将跑步人流引导至道路一侧,让市民先到赛道中央的“安全岛”,再迅速引导至另一侧,紧张有序地实现了“丝滑”穿越。

现代化的城市治理,需要的不仅是完善的基础设施,更重要的是以民为本的初心与智慧。近年来,马拉松赛事在全国各地蓬勃开展,考验着治理者的智慧和能力。一方面,赛事路线大多经过城市景区、商圈或地标建筑,是城市展示形象、促进消费的重要平台;另一方面,如何平衡“路权”,在保障赛事需求的同时,让市民出行顺畅,也成为城市治理的一道考题。10月31日,中国田径协会发布了关于进一步规范马拉松赛事相关工作的通知,提出赛事组委会应动态规划赛道封控,压缩封控时间;通过官方渠道提前发布交通管制信息与公共出行建议;赛后道路要及时清理解封,最大限度降低办赛对城市正常运行的干扰。一系列举措对优化城市治理、平衡各方需要作出了有益尝试。

南京的“鸟式穿越”法之所以得到认可,正是因为它展现了城市治理的用

心。这种做法是在世界马拉松赛道穿越经验基础上的一种创新。它打破了传统马拉松赛事对道路“一封了之”的简单做法,通过精细化设计,在有条件的赛道上实现不间断穿越,使市民等候时间大幅缩短。以新思路破解老问题,体现出城市治理思维的主动求变、勇于尝试。除了“鸟式穿越”法,南京还采取了一系列贴心的配套措施,例如分段管控、实时播报交通动态等,形成层次分明、前后完整的服务链条,在对市民生活最小干扰的追求中,体现了城市治理的温度。

参赛者只需适当调整步幅方向,市民配合引导快速通行,工作人员精准指挥调度,就能在有限的空间和时间内实现多方需求的平衡。这提醒我们,城市治理需运用共享和协同思维。这种理念,不仅保障了赛事顺利进行,更在无形中增进了市民对城市公共活动的理解与支持。

从更广阔的视角看,城市治理始终面临平衡不同群体需求的挑战。无论是节假日热门景区的客流疏导,还是老旧小区改造中的利益协调,抑或是共享单车停放秩序管理,都需要既务实细致又勇于创新的解决方案。在这种治理理念下的城市,将是充满人文关怀的生活空间,也更宜居、更有幸福感。

日前,某知名企业进军预制菜的消息,再次引发了关于预制菜透明化的热烈讨论。细看网友评论,许多消费者并不排斥预制菜,而是聚焦信息不透明的消费处境,表达“以为是现炒菜,实际是加热菜”这种预期与现实之间的落差,折射出消费者对知情权缺失的不满。

如今,一些大型连锁餐饮为了保证质量稳定、提高效率,会在中央厨房完成部分加工,再运至门店加热或二次烹制。这种模式是连锁餐饮追求规模化、标准化的选择,降低了对厨师技艺的依赖,保障了出品的稳定性,也提升了食品安全管控效率。预制菜发展空间广阔,但核心是要解决安全与透明问题,明确范围、安全门槛、工艺规范以及标签明示义务,把选择权交给消费者。对一些消费者来说,只要口味不错、品质有保障、价格公道,预制菜也是一种新尝试,但对另一些消费者来说,“现炒”意味着新鲜,食材现场转化带来的感官体验也不可或缺。

因此,信息透明度直接影响消费信心。消费者在便利店购买速食盒饭时,能够坦然接受其“预制”属性,正是因为外包装、价格、产品形态等因素已清晰传递出关键信息,消费者得以在知情的前提下作出自主选择。而一些餐饮消费场景,预制信息若被有意无意地遮掩,干扰消费者的价值判断,

预制菜透明化是行业发展的必然

预制菜行业在知情权保障上的短板,源于标准、技术、企业意识三方面。从标准层面看,预制菜国家标准尚未颁布,缺乏统一定义与分类规范,这为部分商家的操作留下“模糊空间”。从技术层面看,全链条溯源体系尚未在预制菜行业普及,消费者难以便捷查询原料来源、加工流程、生产日期等关键信息。从企业意识层面看,部分商家屈晓东利用预制菜定义的模糊性规避告知义务,也有一些商家存在“以次充好”的情况,进一步扰乱了市场秩序。

当前形势下,多方应主动作为,针对以上问题精准施策,以公开透明赢得消费者信任。预制菜相关标准的制定要兼顾厂家与消费者双方需求,及时推出,为监管提供依据。相关部门需要加强对预制菜行业的监管,重点关注投诉多的生产厂家,对生产加工等全链条的违法行为予以重罚。预制菜厂家要确保食材的新鲜、安全、健康,防止出现食品安全问题。餐饮企业要明确标识是否预制,合理定价,充分尊重消费者知情权、选择权。

(中国经济网供稿)



徐 骏作(新华社发)

因势利导应对西北暖湿化

戈壁荒滩下了创纪录的连阴雨,沙漠腹地出现汹涌洪水……近年来,我国西北地区出现一些气候异常现象,引发人们的关注。在全球变暖背景下,大气持水能力增加,大气水循环速率加快,季风和西风环流使得外源水汽输送增加,以及高山区冰川、积雪融化和径流增加是主要原因。西北地区暖湿化是一把“双刃剑”,尽管带来一些风险,如增加当地农业病虫害风险、加剧河西走廊水资源补给的脆弱性等,但也给生态建设和农业带来新机遇。重塑安全认知、守好安全底线,应成为各行业应对暖湿化的当务之急。要将气候变化尤其是极端天气纳入灾害防御和安全管理方方面面,加强城市规划、重大工程、生态环境等适应气候变化的韧性。充分利用气候暖湿化的有利条件,因地制宜优化调整作物种类和种植结构,优化水资源调度和配置,加强高标准农田和韧性农田建设。

(时 锋)

推动平台经济创新和健康发展

陈国飞

近来,人工智能的快速发展,给平台经济带来了新的变化,也引发了对其健康发展的思考。截至今年6月份,腾讯、阿里、抖音、百度等平台企业用户已超过10亿人,我国移动互联网人均单日使用时长和次数分别提升至7.97小时和117.9次,平台经济早已是连接商户与消费者的关键纽带。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确提出,完善监管,推动平台经济创新和健康发展。如何更有效地让平台经济运行在科学健康的轨道上,成为题中应有之义。

作为数字经济的重要组成部分,平台经济是以互联网为平台提供各类生产生活服务的经济活动的总称。2024年全国网上零售额约15.52万亿元,占社会消费品零售总额的比重为26.8%。数据显示,平台经济在我国经济中占据重要地位。此外,平台经济自诞生之初就展现出强大创新活力,在支持创新、促进增长、扩大需求、就业创业等方面发挥引领作用,已成为促进流通、畅通循环、推动实体经济发展的力量。从共享出行到跨境电商,从餐饮外卖到生鲜配

送,平台经济展现出数字化消费蓬勃发展、工业互联网加速升级、实体经济加快数字化等多重特征。此外,平台经济集聚了大量的创新资源,打造出全新创新生态,成为推动通用人工智能等前沿技术变革的关键力量、前沿技术的试验场和策源地。平台经济的迅速发展也让平台用工成为重要新就业形态。

我国出台了《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》等政策,初步构建了有活力、有创新力的市场环境和平台经济治理体系。不过,也要看到,平台企业拥有海量用户、涉及众多领域、掌握巨量数据,容易出现利用优势地位侵害公众合法权益、损害公平竞争秩序的现象。在移动支付、电子商务和本地生活服务具体应用中,强制“二选一”、大数据杀熟、侵犯用户隐私、资本无序扩张等风险挑战不时显现。从全球视野来看,平台经济利用网络效应、规模效应以及上下游、跨领域生态系统黏性,易出现强者愈强的马太效应。例如,美国互联网企业就凭借其先发优势和全球化布局,在国际市场占据主导地位,谷歌、亚马逊等企业的服务触角延伸至全球各地,以强大的技术实力和品牌影响力,吸纳海量国际用户。

日前,农业农村部召开全国推进种业振兴行动现场会,总结种业振兴行动进展成效并强调,增强深入实施种业振兴行动责任感,集中力量破难题、补短板、强优势、控风险,推进“十五五”期间种业高质量发展,加快实现种业科技自立自强、种源自主可控。这为“十五五”时期的种业工作指明了方向。

种业振兴行动实施5年来,我国种源安全水平稳步提升,种质资源“家底”更厚,种业科技创新整体进入世界第一方阵,阵型企业综合实力明显提升。在全球农业竞争日益激烈的背景下,以科技自立自强引领现代种业高质量发展,既关系“中国饭碗”的稳与满,更关乎农业强国建设的基础支撑和竞争主动权。

李谷成

从国际经验看,种业强国无一不是科技强国。美国依托孟山都等种业巨头,在玉米、大豆等领域长期占据技术和市场制高点。荷兰等国依托现代设施农业和优质园艺种业,形成富有竞争力的全球蔬菜与花卉品种体系。与之相比,我国拥有全球规模最大、结构最丰富的农业种质资源库,第三次全国农业种质资源普查新收集种质资源13.9万份,采集制作畜禽遗传材料107万份,为未来育种创新提供了丰富的“源头供给”。此外,农作物自主选育品种占比超过95%,良种覆盖率超过96%。

种业高质量发展的核心特征在于资源高效利用、技术自主可控和创新动能充足。资源高效利用强调应用基因测序、功能基因挖掘等先进技术,提高种质资源的精准鉴定与创制能力,把“资源富集”转化为创新优势。技术自主可控要求在分子设计育种、基因编辑、智能育种等关键领域实现自主突破,构建可靠的现代育种技术体系。创新动能充足表现为科研院所、育种企业与育种基地协同发力,通过数字化“育繁推”体系、智能化育种技术等新手段,使科研成果能够持续、稳定、高效地转化为优势品种。唯有以科技自立自强为牵引,才能塑造出现代种业的核心竞争力,推动我国农业迈向自主可控、创新引领的高质量发展新阶段。

也要看到,我国种业发展正处于从“数量积累”转向“质量提升”的关键阶段,实现种业科技自立自强仍存在不少短板和挑战。一是资源利用效率不高,优势种质未能充分转化为创新成果,部分高端蔬菜、优质牧草和特种畜禽领域仍依赖进口。二是核心技术原创性不足,基因编辑、分子设计育种等关键领域的自主专利储备相对不足,与国际先进水平相比存在差距。三是企业创新投入不足,部分行业仍存在“重销售、轻研发”倾向,低水平重复较为普遍,高质量创新生态亟待形成。

系统性破解制约种业高质量发展瓶颈,要以科技创新为牵引,统筹产业政策、企业创新 and 市场需求三大层面具体工作。产业层面,强化战略统筹与系统布局。推动“南繁硅谷”等科研基地升级为集科研攻关、成果转化、应用推广于一体的国家种业创新策源地。聚焦关键核心技术攻关,集中力量突破基因编辑、合成生物学等前沿领域,加快构建国家级育种大数据中心和基因资源共享体系,推动数字化技术与生物技术融合应用。积极拓展国际合作,结合共建“一带一路”倡议,建设开放共赢的全球种业创新网络,增强我国在国际种业科技格局中的影响力与话语权。

企业层面,充分发挥创新主体作用,构建高效协同的产业创新体系。通过财政补贴、税收优惠和金融支持等,鼓励企业加大在基因编辑、智能设计育种等前沿领域的研发投入,形成持续稳定的创新投入机制。深化产学研融合,建立以企业为核心的联合创新平台,带动中小企业配套协同,形成“链主引领、专精特新”的产业组织体系。推动企业间的创新协作,减少重复性研发,提升行业整体创新效率,加快从“跟跑”向“并跑”“领跑”的跨越。

市场层面,发挥市场引导和需求牵引作用,构建良性循环的创新生态。加大对国产优质种业品牌的宣传推广力度,提升消费者对国产种子的信任度与品牌认同,强化市场竞争优势。健全质量监管与追溯体系,构建权威、公正的质量保障机制,保障农民“买得放心、用得安心”。推动市场需求与创新成果的精准对接,通过订单式良种推广、数字化农业平台等模式,形成“创新驱动—市场拉动—应用反馈”的良性循环。

(作者分别系华中农业大学经济管理学院院长、教授;副教授)

种种因素表明,推动平台经济创新和健康发展,对促进经济发展有着非常重要的意义,但必须坚持发展和规范并重。要在明确规则、划清底线的基础上,既注重监管,又不忽视企业本身的商业模式创新,建章立制加以规范。

从监管层面来看,要加强对平台经济常态化监管,提升数据安全治理监管能力。数据是平台经济的关键生产要素,要加快建立数据产权归属认定、市场交易、权益分配、利益保护机制,促进数据合规高效便捷使用,充分发挥我国海量数据和应用场景优势。增强数据安全治理执法,优化数据安全治理惩处机制,严惩重点领域数据违法犯罪行为,为数据安全治理营造良好环境。组建跨部门的专业执法队伍,充实市场监管、公安、网信等部门的监管力量。顺应发展趋势,积极开展线上监管,同时打造一套具有协同监管功能的线上线下一体化监管体系。

对于平台企业而言,不应止步于既有的物流、电商等商业模式,而是要鼓励以合作共赢、平等互利为着眼点,将发展方向聚焦提高科技创新能力、国际竞争能力,努力为平台经济参与各方创造更大价值。