



“言西早”是一家营业近10年的快餐店

今年4月以来,一场由外卖平台主导的“补贴大战”席卷全国。京东、美团、饿了么、淘宝闪购等平台相继推出“百亿补贴”“0元购”等促销活动,订单量屡创新高。表面看,消费者得了实惠,商家多了订单,似乎是双赢之举。然而,记者走访深圳餐饮商户发现,这场看似繁荣的补贴大战背后,是商家利润被大幅压缩、陷入“做也难,不做更难”的困境。

订单屡创新高 商家利润腰斩

外卖订单近乎亏本

深圳华强北核心商圈素有“中国电子第一街”之称,密集的写字楼催生了庞大的外卖需求,这里也成为外卖补贴大战的“主战场”。

位于华强北振华路的一家“峡山美食番薯粥”快餐店主营堂食,原本并未涉足外卖,但在竞争对手纷纷加入补贴活动后,为避免客源流失,店主最终选择跟进。

该店股东刘先生拿出8月29日的一笔订单记录向记者展示:订单金额40.88元,扣除商家需承担的活动款、技术服务费、配送服务费及其他费用后,实际到账仅23.93元。刘先生算了一笔账:“这份包含5个配菜的特色卤肉套餐,仅食材成本就近20元,账面盈利3.93元。入账的钱刚够覆盖食材和包装成本,人工、房租、水电气这些固定成本根本没算进去,算上的话,每单外卖都是亏钱的。”

如今,刘先生已不再主动花钱推广,为节约成本,刘先生在潮汕老乡中发展生意,上门发订餐单,并聘请专属外卖员配送,“平台每单要收5元配送费,我们自己的外卖员只要2元,能省一点是一点。”

订单翻倍纯收入腰斩

经营快餐多年的余先生,主打广式快餐,兼营堂食与外卖,他的经历更能体现外卖补贴大战对传统餐饮商家的冲击。

“以前我有4家分店,主打堂食,生意好的时候每个月能赚2万多元。”余先生回忆,今年4月外卖补贴大战打响后,他的快餐店经营状况急转直下。为了不被市场淘汰,他在经营2年的美团外卖基础上,又相继加入了京东和饿了么平台。

7月,余先生店铺外卖订单量大幅增长:美团1888单、京东300多单、饿了么600多单。订单量上来了,人工成本也跟着增加,“一家店以前四五个人就够了,现在忙不过来,增加到了8人。”月底算账时,余先生傻了眼:店铺的纯收入从原来的2万多元降到了1万多元,直接腰斩。

更让余先生头疼的是,外卖订单的激增还导致堂食客人流失。为何客人不愿到店消费?余先生道出了关键:“同样的套餐,堂食卖16元,外卖平台上只要11元,用优惠券之后甚至能降到4元,价格差太大了。”以至于越来越多顾客到店后不直接点餐,而是打开手机App点外卖,然后在店里等着取餐。

如今,余先生已不再参加平台的推广活动。

监管部门出手“降温”

随着外卖补贴大战愈演愈烈,不仅

据羊城晚报

商家利益受损,平台自身也面临利润大幅下滑的压力。8月27日,美团发布2025年第二季度业绩报告,报告显示,第二季度美团营收同比增长11.7%,至918亿元,但经营利润仅2.26亿元,同比下滑98%,经调整净利润14.93亿元,同比下滑89%。美团在财报中明确表示,利润大幅下降是“受本季度开始的非理性竞争影响”。

为规范市场,监管部门也出手“降温”。7月18日,市场监管总局约谈美团、京东、饿了么等平台,要求其严格遵守法规,规范促销行为并理性竞争;7月31日,国家市场监督管理总局发布并施行《网络交易平台收费行为合规指南》,旨在规范和引导网络交易平台经营者收费行为,维护经营者合法权益,促进平台经济持续健康发展。

如今,记者打开淘宝、美团、京东三家外卖平台APP发现,之前随处可见的“0元购”等夸张补贴广告已不见踪影,但美团的“大额神券”外卖红包、京东的外卖百亿补贴、淘宝闪购的大额外卖红包推送依旧诱人。

专家说法

避免恶性竞争 需多措并举维护市场健康

广东省体制改革研究会执行会长、广州市社会科学院高级研究员彭澎接受羊城晚报采访时指出,外卖平台补贴大战的实质是恶性竞争,平台企图通过价格战占领市场,掌握话语权。从短期看,消费者看似是获利方,但长期来看,商家被平台裹挟压榨销售,经营难以持续,要么会通过缺斤少两、降低产品质量维持运营,要么直接关店跑路,最终将出现“劣币驱逐良币”的结果,损害消费者长远利益。同时,这种“内卷”式竞争已对市场造成影响,目前虽已受到管理层监控并被约谈,但仅靠短期监管难以杜绝类似问题。

在维护外卖市场健康发展方面,彭澎建议,首先要以法治手段反“内卷”,完善反不正当竞争法和反垄断法,对相关责任方进行严厉处罚,从法律层面保障商家基本利益;其次,在法治基础上,强化市场经济实体(平台与商家)和消费者的意识塑造,引导各方遵守市场规则、树立理性认知,形成良好市场秩序;此外,还需对流通领域的“产能过剩”问题进行限制与引导,防止行业过度发展引发过度竞争,推动外卖市场良性运转。

“海龟汤”成社交新宠 血腥恐怖引家长担忧

一股名为“海龟汤”的推理游戏风潮席卷校园。这款通过猜谜解构故事的游戏,以其独特的互动形式和刺激的推理过程,成为学生们课余的新宠。

当孩子们沉浸在“提问-推理-揭底”的思维狂欢时,血腥恐怖的“红汤”“黑汤”内容却让家长心惊胆战:孩子随意脱口而出的“分尸”“自杀”字眼、充斥暴力元

素的情节,正悄然侵蚀着校园文化的边界。

许多家长陷入两难,完全禁止害怕扼杀孩子的推理兴趣和社交需求,放任不管又恐不良内容成为孩子的“精神毒瘤”,侵蚀心理健康。如何引导孩子选择健康合适的游戏内容,已成为众多家长热切关注的话题。

恐怖血腥卡游 网游引家长担忧

海龟汤,是一种以悬疑推理为核心的社交类游戏,因经典初始故事与“海龟”相关而得名。它的规则简单,无需复杂道具,既可以通过口头讲述玩,也有配套的卡牌产品。

据了解,海龟汤的核心规则为“反向逻辑解谜”,由一名玩家担任“出题者”,给出一个“汤面”,即简短、碎片化的故事结局,其他玩家作为“猜题者”,通过提问获取线索,并根据现有线索串联起完整的逻辑链,猜出“汤底”(谜底),解开故事背后隐藏的真相。因此,玩家在解谜成功时能获得较强烈的成就感和满足感。

海龟汤能在校园走红,背后有着多方面因素的助推。一是孩子天然追求刺激,卡牌中悬疑情节,能带来“既怕又想玩”的体验,契合其好奇心;二是部分孩子借游戏转移负面情绪,解谜过程可暂时让其抽离孤独感与挫败感;三是短视频平台的推波助澜,“勇气测试”类挑战视频将游戏与“潮流”绑定,激发其好胜心;四是校园社交需求驱动,游戏成课间话题、破冰工具,孩子为避免孤立,即便兴趣低也会参与;此外,部分孩子喜爱思考,解谜能锻炼其逻辑,满足其探索欲。

然而,不少海龟汤的故事情节含血腥、暴力情节,引发家长担忧。“你能想象一个10岁孩子能随意地把‘分尸’‘杀人’‘死’等字眼说出口的场景吗?这太可怕了。”来自江西的苏女士称,她周末在家听10岁女儿教4岁儿子玩海龟汤,对话里充斥着暴力、恐怖内容,吓得她赶紧制止并对女儿做出引导。

记者调查发现,除海龟汤这种线下桌游,还有不少含血腥、恐怖元素的线上网络游戏在青少年群体中流行。

每个孩子对恐惧的 承受能力不同

青少年及低龄儿童若长期接触这类游戏,会影响心理健康吗?



“12岁以下的儿童认知能力有限,难以区分幻想与现实,恐怖内容容易造成心理创伤和噩梦。随着年龄增长和大脑发育,孩子对恐怖套路的阈值会逐渐变高,注意力可能转向其他更现实的主题,如社交、学业等。”从事小学心理教育的张老师向记者表示,对于大多数孩子而言,恐怖游戏是正常的阶段性探索,孩子在短暂尝鲜后会自然转向其他娱乐方式。

每个孩子对恐惧的承受能力不同,在现实生活中拥有充足安全感的孩子,能更好地处理虚拟恐怖带来的冲击。但当孩子持续出现睡眠障碍、独处恐惧等情绪反应,或出现回避、自残或伤害他人等行为时,意味着他可能受到了刺激伤害,需引起家长注意。

需要警惕的是,如果孩子过度沉迷于恐怖游戏,这可能释放着一个危险信号——孩子在现实生活中可能正在遭受如学业压力、社交困难、家庭矛盾等困扰,因此想借着恐惧带来的刺激掩盖现实痛苦,从而获取现实中难以得到的价值感和掌控感。

如何挑选适合孩子的游戏?

对于“孩子爱玩恐怖游戏”这件事,家长不必过于恐慌,这是孩子探索生命、认知世界的一种途径,属于成长过程中的阶段性表现。当发现孩子迷上恐怖游戏时,不妨试着接纳其兴趣与情绪,通过给予孩子稳定的情感支持建立信任,在此基础上教会孩子鉴别游戏内容的好坏,让他们带着好奇心去尽情探索,以防孩子产生不良行为。

怎样的游戏适合孩子?通常需满足以下条件:

- ①故事情节具有清晰的逻辑性、推理性,能让孩子在解谜过程中锻炼思维;
- ②叙事方式对孩子的成长具有积极意义,能传递正向理念;
- ③角色命运充满励志色彩,故事内容以困境解决为导向,如主人公“绝处逢生”,在困境中凭借智慧或勇气“杀出”生路;
- ④整体输出积极、正确的价值观,帮助孩子树立健康的认知。

反之,如果孩子正在玩的游戏,存在故事情节混乱、毫无逻辑,除了血腥或恐怖元素无任何积极引导,角色命运只有绝望、虐杀,对孩子成长毫无意义甚至输出消极负面价值观的内容,家长就要警惕,判断游戏是否会给孩子带来心理伤害,及时作出引导。

另外,由于“恐怖”和“推理”的界限较模糊,当无法在短时间内快速判断这款恐怖游戏是否适合孩子,而孩子又表现出对恐怖元素的兴趣,家长可尝试以经典儿童恐怖小说为过渡,比如《鸡皮疙瘩》《口袋里的爸爸》等,为孩子建立对恐怖、推理类内容的正确认知打下基础。

重庆商报综合时代周报、财经网