

从粗放式抽成到精细化计费,距离近、价格较高的订单更能赚钱

外卖平台“抽佣”变化,商家会涨价吗?

本报记者 时斓娜

近来,外卖平台对商家的“抽佣”比例高、标准不透明问题饱受诟病。为此,一些外卖平台上线了更加精细化的计费方案,不再像以往那样按照订单金额比例“抽佣”。

在新计费方式下,商户对平台的佣金支出将有哪些变化?将会对商品价格产生怎样的影响?《工人日报》记者对此进行了调查。

启用阶梯式计费模式

“虽然总价变化不明显,但是看到后台收费构成变成技术服务费和履约服务费两个部分了。”在厦门经营一家海鲜餐饮店的林帅告诉记者。

以往,外卖平台以订单价格为基数按比例收取服务费。平台对不同商家的“抽佣”比例不同,对于外卖平台上数量占比超8成的中小商户而言,“抽佣”比例往往达到20%甚至更高。

在新计费方式下,平台服务费由技术服务费和履约服务费两部分构成。技术服务费大约为订单价格的6%,并设有保底费用;履约服务费由距离收费、价格收费、时段收费3

部分构成,且根据距离、价格、时段不同呈现出“阶梯式”收费模式,其中价格收费基数为商品小计减去商家活动支出。

不同城市收费规则一致,但收费比例和金额略有区分。以厦门为例,技术服务费比例为5.8%,保底收费1.14元;配送距离为3公里内收起步价2.6元,3公里以上每0.1公里加收0.15元;订单价格在20元以下不收价格收费,20元~30元部分每上涨1元加收0.11元,30元~60元部分每上涨1元加收0.13元,60元以上部分每上涨1元加收0.16元;00:00~03:00每单加收1元,03:00~06:00每单加收1.5元,21:00~24:00每单加收0.5元。

一些商家感觉“抽佣”变化不大

林帅给记者看了最近的几笔订单:订单价格为103.4元、129.4元、39.4元、34元,商家实收82.27元、102.1元、31.62元、27.31元,“抽佣”比例为20.4%、21.1%、19.7%、19.7%。林帅认为,自己大部分订单的“抽佣”与以前相比变化并不明显,还是在20%左右。

他还给记者展示了一个较为特殊的订

单:一位顾客在凌晨1点多点了价格为18.4元的花蛤蒸蛋,配送距离为3.5公里。订单显示,技术服务费收取保底1.14元,距离收费3.35元,价格收费0元,时段收费1元,平台共计收取服务费5.49元。“这一单的‘抽佣’就接近30%。”林帅无奈地说。

门店日均订单量300单左右,北京某连锁早餐店的店长王振对不同订单间的“抽佣”差异感受颇深。一单价格为73.49元的订单,配送距离2.7公里,平台服务费13.53元,“抽佣”比例为18.4%;而另外一单价格为11.39元的订单,配送距离2.5公里,平台服务费4.7元,“抽佣”比例竟然高达41.3%。

对于外卖平台“抽佣”规则的变化,林帅直言:“想做良心店家,食材成本必须占到商品价格的40%左右,加上房租、水电、人力费用,堂食能赚到的钱都少之又少,外卖各种活动优惠再加上‘抽佣’,基本没钱可赚,低价订单甚至要赔钱。”

可能倒逼商家提价或节约成本

“配送距离远的外卖多收一点佣金我能

理解,但为什么低价订单本来赚得就少,还要抽走更高比例的佣金呢?”王振算了这样一笔账:按照北京的“抽佣”规则,3公里以内不附加时段收费的20元、50元、80元的订单,“抽佣”比例分别为23.5%、18.3%、18.3%。

从下午3点开店到凌晨3点,主营晚餐和夜宵生意的林帅常为深夜时段收费发愁:“我们这种小店没那么多资金投入平台活动上,就指着别家店都打烊了我们的排名能靠前点,这笔钱不得不花。”

有分析指出,外卖平台的精细化计费模式会在一定程度上重构外卖市场的激励方向。商家为追求利益最大化,会倾向于选择距离近、价格较高的订单。一方面,有位置优势的商家更容易节约成本,商家可以根据自身需要调整配送范围;另一方面,低价商品“抽佣”高、盈利少,可能倒逼商家提升商品价格或节约商品成本。

北京云嘉律师事务所律师赵占领认为,外卖平台作为电商平台,应当遵循公开、公平、公正的原则,制订平台服务协议和交易规则。



丰收在望

6月7日,在邯郸市成安县俊山农机服务专业合作社的麦田,收割机轰鸣,河北省小麦机收作业正式拉开序幕。

河北省冬小麦播种面积3350.5万亩,比上年增加45.3万亩,适宜机收面积3340万亩。农情调查显示,今年小麦长势良好,有望实现面积、单产、总产“三增长”。 新华社发 朱慧卿 作

审计公报显示: 整改问题金额已超2545亿元

新华社北京6月7日电 (吴昊 邹多为)近年来,我国审计整改力度持续加大,落地效果明显:截至2021年4月,对2019年度审计问题的整改金额已达2545.4亿元,制定完善制度3485项,追责问责722人。

这是7日提请十三届全国人大常委会第二十九次会议审议的《国务院关于2020年度中央预算执行和其他财政收支的审计工作报告》中透露的信息。

受国务院委托,审计署审计长侯凯7日向常委会会议作了这个报告。报告显示,2020年,中央部门预算和投资计划执行情况总体较好。从对43个中央部门及所属439家单位2314.33亿元财政资金的抽查情况看,财政拨款执行率为89.08%,比上年提高0.24个百分点。

报告指出,审计发现中央与地方财政仍存在共同财政事权转移支付管理不完善、转移支付分配不够规范严格等问题;另外,有29个部门和176家所属单位违反中央八项规定精神和过紧日子要求,涉及资金合计9.05亿元。

审计机关还围绕与人民群众切身利益紧密相连的医疗、养老、保障性安居工程、退耕还林、脱贫攻坚和乡村振兴等问题,不断加强审计监督,深入揭示在政策落实、资金使用、项目运营等方面存在的突出问题,比如,基本医疗保险基金骗取套取手段花样翻新、基本养老保险应保尽保仍有漏缺、生态环保资金政策激励和引导作用发挥不充分等。

报告还揭示了重大违纪违法问题线索情况:2020年5月以来,审计共发现并移送重大问题线索192起,涉及金额1430多亿元、人数1160多人。

下一步,审计机关将继续加大对报告反映问题整改情况的跟踪督促力度,全面整改情况将于年底前依法公告。

2020年连锁百强企业销售规模达2.4万亿元

本报北京6月7日电 (记者杨召奎)根据“2020年行业基本情况及连锁百强调查”结果,中国连锁经营协会今天发布“2020年中国连锁百强”榜单。榜单显示,2020年连锁百强企业销售规模2.4万亿元,比上年下降了7.2%。不过,连锁百强有15家企业销售额实现了双位数增长,主要分布在区域龙头企业、社区超市和便利店。

中国连锁经营协会会长裴亮分析指出,2020年,疫情给企业经营造成不利影响,同时新会计准则的实施以及社区团购的快速扩张也是百强企业销售下降的影响因素。

虽然2020年百强整体销售首次负增长,但从新开门店情况看,连锁百强逆势布局的信心依然不减,2/3的企业门店总数比上年有所增加。百强企业的门店总数比上年增长8.2%,专业店、超市、便利店企业门店数同比分别增长19.5%、8.5%和5.3%,百强企业新开购物中心数量也比上年增长了8.2%。

值得一提的是,疫情推动了消费者的线上购物,连锁百强通过近几年的线上布局,开展到家、直播、拼团等业务,线上销售成为企业增长的新动能。2020年,百强企业线上销售规模达到5600亿元,比上年增长12%,占百强销售规模的23.3%。

面对疫情发展的不确定性,连锁百强企业总体上仍对2021年表现出较强的信心。调查显示,9成百强企业预计2021年销售将实现正增长,其中一半企业认为增长率在5%~10%之间。

今夏滹沱河和大清河生态补水启动 预计补水约2.2亿立方米

新华社北京6月7日电 (记者刘诗平)水利部、河北省人民政府7日联合启动2021年夏季滹沱河、大清河生态补水,进一步发挥南水北调工程综合效益,推进华北河湖生态系统复苏和地下水超采综合治理。

本次生态补水预计7月上旬结束,补水水源包括南水北调中线工程的南水、当地水库、白洋淀下泄水量,预计补水约2.2亿立方米。

滹沱河补水线路自南水北调中线总干渠滹沱河退水闸开始,经滹沱河、子牙新河至南运河周官屯闸,全长251公里。大清河补水线路包括南拒马河和瀑河两条补水支线。

水利部相关负责人表示,当前全国已进入汛期,各地水库需及时腾空防洪库容迎汛。本次生态补水抓住这一重要窗口期,利用丹江口水库、白洋淀、岗南水库、黄壁庄水库、安格庄水库、旺隆水库的蓄水,科学调度,加大生态补水力度,推进补水向滹沱河、白洋淀下游河湖延伸,促进河湖生态系统恢复。

通过补水,预计补水河道周边地下水得到回补,水生态系统将获得一定改善,特别是近年来多数时间处于断流或干涸状态的子牙新河、赵王新河、大清河等下游河道将实现全线复流。

渤海治污+岸线治理 来这里也能“赶海拾贝”

在天津市滨海新区东疆港人工沙滩,小朋友在家长的陪伴下“赶海拾贝”(6月5日摄)。

天津因河而生、依海而兴,拥有离北京最近的153公里海岸线,也是众多生物的栖息地。但由于地处河流入海口、渤海自净能力差等原因,天津的海岸线主要由淤泥质滩涂组成,“靠海不亲海、临海不见海”。

近年来,天津坚持渤海治污与岸线治理相结合,打造“水清、岸绿、滩净、湾美、物丰”的美丽海湾,这里的人们也可以“赶海拾贝”了。

如今天津的海岸线被亲海公园、滨海湿地、人工沙滩等点缀,让天津这座滨海城市,既有临海之名又有亲海之实,实现了人与海洋的和谐共生。

新华社记者 李然 摄



避免片面追求景观化,反对不计成本的形象工程

我国绿化工作将向数量和质量并重转变

本报北京6月7日电 (记者王冬梅)国家林业和草原局副局长刘东生今天在国新办举行的国务院政策例行吹风会上表示,反对绿化中的形式主义,反对“大树进城”,要避免片面追求景观化,反对不计成本的形象工程。

刘东生介绍,未来一段时期,特别是“十四五”时期,整个绿化工作将由过去注重数量向数量和质量并重转变,推动大规模国土绿化。国务院办公厅《关于科学绿化的指导意见》(以下简称《指导意见》)已于近日印发,通

篇3部分16条,从不同的角度对科学绿化进行了明确的要求。具体来讲,有4个关键点:一是在哪里造,二是造什么,三是怎么造,四是怎么管。

《指导意见》明确提出,在树种选择上要乡土化、多样化。特别是要审慎使用引进外来的树种和草种。在苗木选择上也提出了一些具体要求,比如说城乡绿化,要选择适度规格的苗木,提倡使用全冠苗。还提出要推广使用抗逆性强、养护成本低的地被植物,包括

抗病虫、抗灾害。提倡种植低耗水的草坪,鼓励种植有多重效益的树种、草种。在条件允许的地方做到国土绿化的生态、经济和社会效益有机结合。

据悉,目前全国森林覆盖率达到23.04%,森林蓄积量超过175亿立方米,连续30年保持“双增长”,草原综合植被覆盖度达到56%。但是,我国总体上仍然是一个缺林少绿、生态脆弱的国家,推进国土绿化、改善生态环境、增进民生福祉,任重道远。

税务部门基于纳税信用评价结果实施分级分类管理

守信纳税人获得“真金白银”激励

诚信建设万里行

本报记者 周烽

建立健全纳税信用管理制度、落实信用联合激励惩戒、加强部门合作和信用信息共享……近年来,各地税务部门努力推动税收诚信与国家治理现代化全面接轨,并给大量企业带来了“真金白银”。

支持守信科技企业发展

上海市杨浦区税务部门每年会对纳税人的纳税信用信息开展采集、级别评价和确定发布,然后通过联合银行、外汇等部门进行资源整合,为合规经营发展的双创企业提供信用支持,正向提高双创企业实惠及面。从2017年到2019年,主营云计算服务的双创企业优刻得连续3年经主管税务局评价的纳税信用等级为A级,并且已在税务网站公示,为优刻得办理投标、银行贷款等事项提供了信誉保障。

2017年~2018年,优刻得共计享受研发费

用加计扣除金额上亿元。2018年国家出台增值税留抵退税新政后,优刻得拿到新政“红包”6900余万元。2020年,优刻得又有相关的增值税留抵退税符合退税申请条件。“从申请到完成审批程序、款项由国库退入企业账户,全过程只用了两周时间,3000多万元的留抵退税款就打入公司账户。”优刻得财务中心总监周波说。

2019年,上海杨浦区税务局在国家级AI园区长阳创谷设立全市首个离厅式自助办税服务厅,为企业提供近在身边的发票领购、发票代开、个人所得税凭证自助打印等各项涉税服务。

专项辅导助企业修复信用

近年来,福建税务部门积极推进信用体系建设,持续完善信用管理机制,使守信企业在税收管理、出口退税、融资授信等领域享受更多的优先和便利,引导企业诚信经营,也让诚信经营的企业和纳税人有更多的获得感。

“A级纳税人身份反而让我们更加珍惜自己的纳税信用了!”福建福特科光电股份有限公司办税员檀慧婷说。

福建福特科光电股份有限公司因税收申报问题在纳税信用上被扣了分,2019年度纳税信用评为B级。在了解情况后,闽侯县税务局针对该公司的情况进行了专项税收辅导,纳税人及时修正了错误,通过纳税信用修复后成为A级纳税人。

“如果是B级纳税人的话,我们没办法一次性领取3个月增值税发票,普通发票不能按需领用,也享受不到A级纳税人相关的联合激励举措。”檀慧婷表示纳税信用真的很重要。

“得益于A级纳税人的身份,我们企业面临的营商环境有了明显改善,公司两个工作日内就完成增量留抵退税,退税速度按下了‘加速键’。退税款及时到位,极大缓解了我们的资金流通压力。”福建建新花卉产业园有限公司财务总监谢鹏飞说。

积极参与社会信用体系建设

据介绍,为鼓励和引导纳税人增强依法诚信纳税意识,主动纠正纳税失信行为,税务部门从2020年开始实施纳税信用修复机制。纳税人发生未按法定期限办理纳税申

报、税款缴纳、资料备案等事项且已补办的,可在规定期限内向主管税务机关申请纳税信用修复。

在2020年纳税信用评价中,700多万户企业实现了纳税信用修复,其中近70万户企业修复后实现了纳税信用等级提升。近6万户企业得益于信用修复机制,纳税信用等级提升至A级。

税务部门内部基于纳税信用评价结果的分级分类管理和服务措施已涵盖宣传辅导、发票领用、出口退税、纳税评估、日常监管等方面。

此外,税务部门积极参与社会信用体系建设,按要求定期向全国信用信息平台共享A级纳税人名单和重大税收违法失信案件信息,率先与29个社会信用体系建设部际联席会议成员单位签署了《关于对纳税信用A级纳税人实施联合激励措施的合作备忘录》,推出涵盖税收服务、投资、金融、贸易、环保等18个领域的41项守信联合激励措施;与34个部门联合签署了《关于对重大税收违法案件当事人实施联合惩戒措施的合作备忘录》,实施28项联合惩戒措施。