

商家为争夺客流展开低价竞逐,却面临“越竞争越惨淡”困局

成本3.49元售价3.5元,“毛利一分钱”的兰州牛肉面如何生存?

本报记者 康功

进入6月,伴随着旅游旺季的到来,3.5元牛肉面重现甘肃兰州街头,引发各界关注,相关视频也在各平台热播,有人热捧并戏称“物价回到了10年前”;也有人前往探店品尝后直言“和8元一碗的面没什么差别”;还有经营者晒出食材成本吐槽“注定亏损,不可长久”。

3.5元牛肉面的出现,究竟是商家在激烈竞争中的无奈自救,还是一场精心设计的营销噱头?6月9日,记者走访兰州街头,虽未看到3.5元的牛肉面引发的“排队长龙”,但却实实在在地感受到了“平民美食”在激烈竞争中的行业阵痛。

3.49元的食材成本

在兰州市的每条街巷,无论大小,几乎都有牛肉面馆的身影。许多人因为一碗牛肉面而记住了兰州城,对于兰州市民来说,遍布街头的牛肉面馆则是开启一天生活的地方。

在兰州,牛肉面不仅是一碗面,也是一份被寄予希望的产业。从“一块案板两口锅”的作坊式经营,到日产数万份的中央厨房;从街头巷尾的烟火小馆,到远销海外的预包装速食产品,兰州牛肉面已成为拉动地方经济增长的重要引擎。据统计,2025年,兰州牛肉面产业实现线下实体店营收480亿元,供应链营收200亿元,预包装、展会、IP及品牌价值等多

阅读提示

近日,3.5元牛肉面重现甘肃兰州街头,引发热议。有经营者测算,一碗牛肉面的食材成本仅需3.49元。“低价内卷”成为客流饱和和压力下一些商家的“生存策略”,但违背基本商业规律的“一分钱毛利”生意难以长久。

元业态收入超120亿元,全产业链总营收达800亿元。

近5年来,兰州市一碗牛肉面的价格普遍为8元。标价3.5元的牛肉面一经亮相就迅速在短视频平台爆火,引发热议。

“张友德牛肉面”的经营者随即通过社交平台晒出成本清单:面条0.83元、牛肉1.2元、菜籽油0.45元、辣椒面0.26元、调料0.5元、蒜苗香菜萝卜0.25元,合计食材成本3.49元。如果算上人工工资、店面租金等综合成本,已经逼近6.5元。这位经营者公开吐槽:“卖3.5元绝对亏损,恶性低价竞争,最终损害行业声誉。”

对此,当地自媒体博主“老婆醉爱唱”进行了实地测算,得出的结论是“3.49元的食材成本属实”“卖到6元以下都是亏损”。

“一分钱毛利”难以长久

来自兰州市商务局的统计数据显示,兰州牛肉拉面海内外门店总数达到7.1万家。其中,兰州本地门店约3700家,今年前5月,兰州市又新增牛肉拉面经营主体23家。

随着餐饮市场趋于饱和,大量新店集中开业,近年来,兰州街头悄然出现了“6元面”甚至“5元面”的连锁反应。无论是通过“面肉套餐”变相降价,还是在线上平台推出4.9元团购,其背后都是商家在房租、人工、食材成本全面上涨的压力下,为抢夺有限客流而展开的激烈竞逐。当利润空间被无限压缩,整个行业的生态正面临着“越竞争越惨淡”的严峻考验。

业内人士表示,3.5元牛肉面之所以能引发关注,也折射出当前经济环境下的消费心理变迁。当前,大众消费加速回归理性,消费者不再盲目为品牌溢价买单,低价牛肉面,在某种程度上成了缓解生活成本焦虑的一种情绪出口。

然而,情绪不能代替商业逻辑,违背基本商业规律的“一分钱毛利”生意难以长久。兰州财经大学教授雷新认为,在成本刚性的前提下,长期的超低价必然导致两种结果:一是商家通过偷工减料、食材缩水来弥补亏损,最终损害消费者的健康与权益;二是陷入“劣币驱逐良币”的恶性循环,坚持

品质的商家难以生存,整个行业的创新与服务能力被严重削弱。

多方协同共治“一碗面”

许多事例证明,任何脱离成本底线的定价,本质上都是极端的“引流手段”——商家试图用低价作为诱饵,再通过其他高毛利产品或流量变现来弥补亏损。但当这种策略演变为全行业的无序价格战时,它便不再是单纯的“生存策略”,而是一种“竭泽而渔”的恶性博弈。

在兰州,牛肉面不仅是一碗“平民美食”,更是城市的“名片”和关乎数万人就业的民生产业。有关人士表示,面对“低价内卷”带来的行业阵痛,单纯依靠市场自发调节已难以奏效,建议构建多方协同的治理体系。

具体来说,相关部门应坚守安全底线,强化精准监管,加大对食材源头、操作规范的抽检力度,推行全链条溯源机制,确保“舌尖安全”。对于涉嫌无证经营、恶意低价扰乱市场的行为,应依法依规予以规范。

同时,加大政策支持,缓解小微面馆的经营压力,鼓励行业头部企业建立原材料直供基地,通过规模化集采降低商户成本,从根本上化解“低价内卷”的生存困境。相关行业协会也应进一步细化“一清二白三红四绿五黄”的兰州牛肉面标准,将店面环境、服务细节纳入规范,引导经营者从“拼价格”向“拼品质”转变。



AI进菜场,让“鬼秤”无处遁形

6月10日,在江苏南京的科巷菜场,商户在装有电子计价秤作弊行为人工智能监管系统的摊位卖菜。

据介绍,该系统能够精准捕捉皮带称重、故意按压、遮挡干扰等不规范行为,还能自动监测水产交易使用黑塑料袋、秤盘上存在异物等异常情况,排除影响计量准确性的外部干扰。基于AI视觉识别结果,系统能够实时生成作弊行为预警信息,并根据风险等级进行分类,为监管人员提供指引,让“鬼秤”无处遁形。

本报记者 蒋茜 摄

带动超7500亿元投资、500余万人就业

东西部协作各项任务取得显著成效

本报北京6月11日电(记者徐潇 王凤仪)今天,国新办举行新闻发布会,介绍东西部协作工作进展成效。农业农村部副部长麦尔丹·木盖提在会上介绍,近年来,农业农村部会同各相关部门、各协作省份扎实推进东西部协作各项任务,取得显著成效。东西部共建产业园区近800个,在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的过渡期,引导企业到西部地区投资7500多亿元,推动产业集群化发展。

东西部劳务协作方式更加多元。在保持脱贫地区劳动力外出务工就业规模总体稳定的同时,更加注重拓宽就业渠道,提升就业质量,提高就业服务的水平。过渡期通过东西部协作机制帮助西部地区500余万农村劳动力实现就业,其中脱贫劳动力300多万人。

在消费帮扶方面,东部地区不断加大采购西部地区农产品力度,引导西部地区强化品牌引领,畅通流通环节,拓展销售渠道。协作双方更加注重通过市场化方式开展消费帮扶,共同培育消费帮扶品牌,携手建立农产品直采直供基地,建设产地仓、销地仓等基础设施,强化线上线下销售,持续扩大农产品销售规模。过渡期东部协作省份采购、帮助销售西部地区农产品近5700亿元。

此外,东西部协作助力乡村建设不断深化。东部地区充分发挥自身优势,帮助西部地区制定乡村发展规划,完善乡村基础设施,因地制宜推广积分制、清单制、数字化等治理方式,携手推进1500多个村庄开展宜居宜业和美乡村建设。

全社会数据意识明显提升,数据要素价值加快释放

2025年企业数据产品服务交易额增长39.8%

本报北京6月11日电(记者姜雨晴)今天,国家数据局举行新闻发布会,介绍推进“数据要素×”三年行动计划有关情况。记者从会上获悉,行动计划实施两年多来取得阶段性成效,我国企业数据产品和服务的数量和交易额实现双增长。2025年,全国活跃数据总量为1.67泽字节(ZB),同比增长28.46%;企业数据产品和服务数量同比增长29.29%,交易额同比增长39.8%。

国家数据局政策和规划司副司长、局新闻发言人梁捷介绍,“数据要素×”三年行动计划实施两年多来,全社会数据意识明显提升,数据要素价值加快释放。累计发布417个典型案例,11个行业领域的760个“数据要素×”典型场景指引,提前超额完成打造300个以上场景的目标。

日前,2026年“数据要素×”大赛正式启动,大赛将探索在以赛搭台,加快推动数据基础制度落地见效;以赛强基,加快推动数据基础设施建设运营;以赛促用,更好发挥高价值场景牵引作用;以赛兴市,加快推动建设全国一体化数据市场;以赛强产,加快推动壮大数据产业生态;以赛赋智,加快推动人工智能创新发展等6个方面取得新突破。

下一步,国家数据局将在做好数据治理、做深场景应用、做实价值释放上下功夫,通过场景牵引,切实把政策红利转化为发展机遇,加速释放数据要素乘数效应。

前4个月我国服务出口近万亿元

知识密集型服务出口占比过半

本报北京6月11日电(记者时澜娜)在商务部今天举行的新闻发布会上,商务部新闻发言人何亚东表示,近年来,在政策支持和产业发展的驱动下,“中国服务”的国际竞争力不断提升,特别是知识密集型服务出口实现较快增长。数据显示,1月~4月,我国服务出口达9850亿元,同比增长15%。其中,知识密集型服务出口增长11.7%,占总体服务出口的比重达55.2%。

所谓的知识密集型服务,涵盖知识产权、文化娱乐等领域。例如,在知识产权领域,相关研究机构数据显示,我国创新药对外授权金额屡创新高,2025年全球市场占比超过40%。在文化娱乐领域,我国网文、网剧、网游等数字文化产品在全球刮起了“中国旋风”,已成为文化消费和文化出海新引擎,“内容+平台+模式”出海步伐加快。

除知识密集型服务出口外,旅行服务出口也实现了快速增长。1月~4月,旅行服务出口1471.5亿元,增长30.4%,在前5大服务出口领域中增速最快。

今年以来,商务部会同有关部门出台了一系列政策,包含促进旅行服务出口、服务贸易标准化、加快建设国家服务贸易创新发展示范区和国家数字贸易示范区等。同时,持续实施对外文化贸易“千帆出海”行动计划,助力文化企业开拓国际市场。“下一步,我们将继续抓好相关政策落实落地,加快培育服务贸易新动能。”何亚东说。



绿色造船提质增效

6月10日,中国船舶集团青岛北海造船有限公司为比利时船东建造的同系列5艘31.9万吨氨预超大型原油船第四艘顺利交付。该船总长339.5米、型宽60米,预留氨燃料系统及两套6000立方米氨燃料储罐改造空间,后期可实现氨燃料动力系统高效升级,精准契合全球航运低碳转型趋势。

依托前3艘船舶建造经验,项目工序持续优化,建造周期逐艘缩短,交付效率稳步提升,彰显我国高端绿色船舶制造过硬工艺水平与批量建造实力。 本报通讯员 张进刚 摄

26款产品,242个车站,票价“折上折”

儿童旅客可购买铁路旅游计次票

本报北京6月11日电(记者刘静 赖志凯)记者今天从中国铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,6月11日起,儿童旅客可购买铁路旅游计次票,并享受儿童优惠政策。亲子、家庭旅游出行更加便捷实惠,将有力促进铁路融合发展和服务消费扩能提质。

国铁集团客运中心负责人介绍,为更好服务旅客旅游出行,2023年6月,铁路部门依托旅游资源富集的线路推出了铁路旅游计次票产品,主要面向成人旅客发售,按照“1次购买、分段乘坐、15天有效”的模式运行,购票人可在指定的车站间自主选择2至10段行程出行,每段行程单次、单向、指定席位,票价均享

受不同幅度的折扣优惠,较好地适应了旅客灵活出行、边走边游、快旅慢游的旅行需求。

此次铁路部门对产品进行优化升级。优化升级后,儿童旅客也可购买铁路旅游计次票,票价对成人旅客的5折,实行“折上折”。

该负责人介绍,目前铁路旅游计次票产品有26款,涉及全国242个车站,串联众多热

存在虚假宣传、促销规则制定与公示不规范等问题

“6·18 百亿补贴”并非真百亿 5 家电商平台被约谈

本报北京6月11日电(记者杨召奎)今天,北京市市场监督管理局约谈淘宝(天猫)、京东、拼多多、抖音、小红书5家电商平台,通报平台“内卷式”竞争综合整治发现的第二批典型问题,主要包括促销活动虚假宣传、促销规则制定与公示不规范、商品经营者信息未公示等问题,并提出整改要求。

据悉,自2026年5月起,淘宝(天猫)平台在媒体和应用程序端广泛宣传“6·18 百亿补贴”活动。但监管部门向平台了解,百亿补贴并非“6·18”期间平台投入百亿资金补贴消费者,实际是一项长期的营销活动,平台多次拒绝提供本次“6·18”活动期间投入的实际补贴

金额及平台、商家间的出资比例。平台未在显著位置公示“百亿补贴”相关活动规则,“百亿补贴”频道内部分商品未公示实际销售者资质信息。

拼多多平台推出“百亿补贴”活动,但在规则中明确投入的实际补贴金额及平台、商家间的出资比例,无法提供相关证明材料。在促销规则中,“对于与商品有关的任何纠纷,拼多多作为平台方,可在法定范围内予以必要协助,但不因此承担商品有关的责任”,单方面免除了平台的法定责任。

京东平台推出“百亿补贴”“百亿农补”活动,但在规则中未公示促销期限,未明确投入的实际补贴金额及平台、商家间的出资比例,

且无法提供证明材料。“百亿超市”未公示活动规则。

抖音平台推出“6·18 好物节”及“百亿消费券”等活动,但未向消费者公示促销规则;在活动招商规则中规定,如平台对活动规则进行调整会直接通知商家,未设置公开征求意见环节。

小红书平台“积分抽好礼”有奖销售活动信息公示不完整,仅标注奖品总量,对中奖概率、开奖规则等核心信息均未明确公示。在活动规则中规定,平台可以对活动规则进行变动和调整,消费者“继续参与视为同意”,排除消费者调整的权利。

中国社科院大学互联网法治研究中心主

任刘晓春表示,平台竞相开展“百亿补贴”,可能引发“内卷式”竞争风险,不利于行业健康发展。特别是非理性的大额补贴行为,不但扭曲市场价格机制,甚至个别平台规定补贴由商家全部承担,导致商家陷入不降价就没流量、降价就亏损的两难困境,阻碍行业创新和升级。

北京市市场监督管理局强调,各平台要深刻认识“内卷式”竞争的危害,将卷补贴、卷价格转向比创新、比服务,促进平台与平台内经营者、劳动者共赢发展。同时,要立即组织全面自查,按照相关规定,对“6·18”促销规则进行系统梳理与审核,对不合规问题迅速整改。