

守夜人总司令被删文 250423：京东！京东！

上一次请杨笠代言的迷惑操作让京东损失重大，请看《24 年 1019：京东栽了个大跟头！》一文，最大的损失就是大量的人把钱从京东金融取走，并且把 APP 卸载了。这个损失是京东金融的资金盘，因为这个资金盘经过杠杆的加持就可以放到几倍，几十倍上百倍，基数减少，在杠杆的加持下总量和收益也同步减少。另一个就是入口，现代社会手机都不离身，APP 卸载了，京东这个垂直的入口就没了，所以，京东要想办法把这个资金盘和入口抢回来。

要搞这种事情肯定不能靠那群做瑜伽的人，需要有接地气的人来搞，最具代表性的人肯定就是刘强东！虽然刘强东拼命的往上层社会挤，而且还被人反复下套：《19 年 0426:胜天半子：凤凰男的悲剧性魔咒！》，但是，刘强东身上的草根符号，永远是搞这种事情最好的广告！

京东的外卖可以不赚钱，但是你要点京东的外卖就必须注册京东的账号，安装京东的 APP，然后，京东的入口就回来了。你觉得经常点外卖的是什么群体呢？这个群体具有一定的购买力，恰好与京东的商品能够匹配得上。当年愤怒的卸载京东的 APP 的也是这群人。为草根代言，富有同情心，这种情怀哪怕是做出来的，也能精准地击中这个群体的内心。

真正送外卖的人，购买力有限，也不在乎什么情怀，谁给的多就给谁干，哪怕一单只多出5毛1块就行。刘强东只要回顾自己小时候的艰难，与“兄弟们”站在一起，那想被精准击中内心又富有情怀的群体，就会主动为刘强东代言，给京东的情怀吹喇叭抬轿子，哪怕是之前愤怒的卸载了京东的人此刻，也会赞誉有加。你不得不说，刘强东才是真正会玩营销的人！与雷军雷布斯比起来，刘强东东哥玩的更是润物细无声，甚至本色出演。

每一次京东遭遇危机的时候，刘强东总能以草根形象力挽狂澜，上一次京东爆发巨大危机的时候，2019年武汉突然爆发疫情，就在大家束手无策，物资送不进去的时候。刘强东第一时间让武汉的京东把仓库里的物资全部搬出来供应武汉人民的紧急需要，然后组织京东物流的员工。以慷慨赴死的气概，前仆后继，单程向武汉输送物资，特别是钟南山教授的团队在武汉抢救的时候，出现物资短缺。氧气的问题还好办，因为武汉东边有个武钢，炼钢需要氧气，所以能够供应得上。但是医疗物资就需要外面输送，输送和调度需要一套体系，否则就会出现需要的人没有物资，送过来的物资堆积如山的局面，后来的上海就出现过这样的局面。当时京东物流以京东物流那一套成熟的体系，扮演了调度和分发的角色，所以钟南山教授都对京东感激不尽，因为这是救命啊！

当时有一篇文章《A539：他为什么能绝地反击！》发不出去，说的是京东物流在战争中可以扮演的角色以及京东在全国建立的体系对后勤的巨大支撑力！当然这篇文章中提到的不仅仅是京东，还包括顺丰等其他企业所建立的主干末梢和立体物流配网络。不知道什么原因发不出去，不过随后现实中确实开始构建这种全国一盘棋并设立五个国际节点的两用体系。

言归正传，2019 年武汉疫情一战是京东与淘宝的分水岭，从此以后京东和淘宝攻守易形，拼多多又抄了淘宝的后路。上次京东搞了个大新闻，试图以富有争议的方式吸引女性用户，结果事与愿违，此时此刻，又是刘强东东哥以草根形象出手，搞一波接地气的绝地反攻。你会发现一个很搞笑的事，京东虽然不停的试图往身上贴更高阶层的标签，但是京东给人最强烈感受的依然是草根，恰恰是刘强东东哥的兄弟们，才能让京东绝处逢生。

很久以前有一篇文章叫《23 年 1107：送外卖只能送到 45 岁？》，这个标题不太吸引人，但是内容却很实在。你不要看美团和饿了么摊子搞得这么大，你去看美团的财报就会发现美团是不挣钱的！美团收费这么高还不赚钱呢？确实不赚钱，因为开支比营收大。

根据美团公布的数据，全国每一周点一次外卖的人只有 145 万左右，但是你知道骑手有多少人吗？

光研究生以上学历的就有 7 万人，本科生有 22 万人，这个数据还是几年前的数据，本科以下的就更多，因为这个事儿没什么门槛，越是没有门槛的事，淤积的人就越多。你知道美团为什么要把每一个骑手都弄成个体户，自负盈亏不是搞成雇员吗？如果彼此是法人关系，平台不需要管骑手。如果彼此是雇佣关系，那就要交社保交公积金缴纳各种税费，企业扣一部分骑手扣一部分，这笔钱收上去也挺多的！这个点不能展开，明白就行。

说回正题，平台一旦把骑手都弄成雇佣关系，那个运营成本就会成倍增长，但是平台的收益是固定的，而且非常单一。无非就是通过外卖抽成来获得收入，当然也有一部分广告费用，但是，一个点外卖的 APP 和一个卖东西的 APP 同一个广告更愿意投在哪上面呢？肯定不是投在外卖的那个上面！你会在拼多多上乱刷，你会在美团上不停的刷广告么？在你点开美团平台之前，你就非常清楚你要吃什么。

下单之后你就把美团平台关了，所以广告投在这上面是没有什么价值的，平台抽成才是主要收入！问题就出在这里。

一周点一次，每一单不超过 30 块的人，全国总共才 145 万人，就靠这样的订单量要养活平台上的所有员工骑手和各种不产生利润的辅助岗位的人员。所以这几年美团在两边加价，一方面订外卖的成本越来越高，另一方面配送费也越来越高，同时骑手能拿到的配送费却越来越少。商家要上交的比

例也越来越高，这种变化都源于同一个原因：平台入不敷出，这就是为什么外卖平台坚决不愿意把骑手由独立法人合作关系的个体户弄成雇佣关系的原因。

难道京东来做外卖就有办法解决这种问题吗？没有办法！但是可以把成本转移：通过这种方式可以获取稳定的入口流量，然后京东可以通过广告和商品交易来获取利益，还可以节省大笔从其它地方获取有效流量的广告费。大佬文集圈这些支出和收益只要能 cover 住外卖的亏损就行，而且这些人既可以送外卖也可以送末端快递呀！一举两得，都是走街串巷的末端物流。经常订外卖的人，也必然是网购的主力对象，这帮人如果常年在京东订外卖，肯定在京东买东西，这种有效客户的获取本来成本就很高，京东此举等于不需要花钱就获取了，而且京东金融会让这群人把钱存到自己那里，这都是顺理成章的事。

读过一点书的普通人是最容易被感动的，读过一点书的普通人对这个世界缺乏掌控力，却总是憧憬着一种读过一点书普通人能理解的美好。当你能够以读过一点书的普通人所渴望的美好击中他们的内心，他们就会为你疯狂，会不吝惜任何赞誉。

这个世界很残酷，对底层人主要靠愚弄和欺骗，而对中间的群体，通常用编织幻镜的方式进行引诱！