

# 百万骑手劳动权益保障破题 行业回归服务竞争

本报记者 李静 北京报道

此前备受诟病的外卖骑手劳动权益保障问题,突然在这个春天迎来破局时刻。

2025年2月19日9:58,京东(09618.HK, NASDAQ: JD)在官方微信公众号“京东黑板报”发出《京东,为外卖骑手缴纳五险一金!》的消息。消息显示,京东自2025年3月1日起,将逐步为京东外卖全职骑手缴纳五险一金,为兼职骑手提供意外险和健康医疗险。消息还称,京东成为首个为外卖骑手缴纳五险一金的平台。8天之前的2月11日,京东刚刚官宣进军外卖市场,同时启动“品质堂食商家招募计划”,今年5月1日前入驻的商家可享全年免佣金。为外卖骑手交五险一金是京东在外卖市场投下的第二枚深水炸弹。

出人意料的是,2月19日稍晚时候,美团(03690.HK)官方微信公众号“美团Meituan”也发出《美团:将为全职及稳定兼职骑手缴纳社保,积极构建和谐劳动关系》的消息,消息显示:去年以来,美团就骑手缴纳养老保险、医疗保险等社

保方案做了认真研究,选择不同区域不同城市进行深入调研,并在有关部门的指导下形成了初步试点方案,目前正在搭建骑手社保相关的信息系统,预计2025年二季度开始实施,逐步为全职及稳定兼职骑手缴纳社保。

2月20日,饿了么则宣称:“从2023年2月起,饿了么就与生态伙伴一起按计划在部分城市展开试点,并持续加大对稳定骑手的专项补贴力度和范围。”

饿了么在2009年率先上线外卖服务,美团则是在2013年推出外卖服务。我国外卖市场经历十多年的发展,目前形成了以美团和饿了么双雄为主的市场格局。京东这条鲑鱼,杀入外卖市场就给行业带来了不小的变化。《中国经营报》记者从多位外卖骑手处了解获悉,目前,主流外卖平台大多还没有给外卖骑手缴纳五险一金。

中国物流与采购联合会供应链专家委员杨达卿指出,为外卖骑手缴纳五险一金这一举措具有积极的社会意义,能促进外卖行业更加关注劳动者的权益保障,进而促进行业回归服务竞争和长远发展。



京东这条鲑鱼杀入外卖市场,给行业带来了不小的变化。

本报资料室/图

## 企业成本之困

多年以来,外卖平台为什么不愿给骑手缴纳五险一金?原因就是外卖平台的骑手体量太大了。

“对企业来说,为员工缴纳五险一金是一笔不小的成本开支。”一位湖北省武汉市的私营企业主对记者透露,该公司为所有员工缴纳五险,按照武汉市社保最低缴费基数进行缴纳,“社保上公司每个月为每个员工要多开支一千多元”。

员工社保五险是指城镇职工基本养老保险、职工基本医疗保险(生育保险)、失业保险以及工伤保险,缴费金额=缴费基数×缴费比例。每个省市的社保缴费比例略有不同,缴费基数有不小的差距。

例如上海市,自2024年7月31日起,上海社保缴费基数下限为7384元/月,缴费基数上限为36921元/月。按照上海市社保单位的缴费比例[养老保险16%、职工基本医疗保险(生育保险)9%、失业保险0.5%、工伤保险最低0.2%],以上海市最低社保基数7384元/月来计算,单位每月为每个员工缴纳的社保五险费用最少为1897.688元。

在湖北省,个人缴费基数上下限共分为三档。2024年7月起第1档为武汉市和省直,个人缴费基数上限为22467元,个人缴费基数下

限4494元;第2档包括黄石市、十堰市、襄阳市、宜昌市、荆门市、随州市、恩施州,个人缴费基数上限为20844元,个人缴费基数下限4097元;第3档包括荆州市、鄂州市、孝感市、黄冈市、咸宁市、仙桃市、天门市、潜江市、神农架林区,社会保险缴费基数月标准为6805元,个人缴费基数上限为20415元,个人缴费基数下限4007元。

按照武汉市社保单位的缴费比例(养老保险16%、职工基本医疗保险8%、失业保险0.7%、生育保险0.7%、工伤保险最低为0.2%),以最低缴费基数下限4494元/月来计算,武汉市单位每月最少需要为每名员工缴纳五险的费用为1150.464元。

公积金的缴存在各城市也略有差异。在上海市,单位和职工住房公积金缴存比例为各自缴纳5%~7%,住房公积金缴存基数最高不超过36921元,最低不低于2690元。以最低标准来算,单位每月最少需要为员工缴纳的公积金为134.50元。

在武汉市,公积金的缴存比例中,企业单位可在5%至12%区间内

自主确定,非企业单位可在8%至12%区间内自主确定。自2024年2月1日起,武汉住房公积金缴存基数下限为2210元。以最低标准计算,单位每月最少需要为员工缴纳的公积金为110.50元。

按照武汉市的最低标准来计算,单位需要为员工缴纳的五险一金成本为1260.964元。

多年以来,外卖平台为什么不愿给骑手缴纳五险一金?原因就是外卖平台的骑手体量太大了,覆盖全国数千个城市的外卖平台,骑手数量都在几百万级别。

2024年中秋节,美团CEO王兴在全员信中称:2023年,在美团平台获得收入的骑手约为745万,获报酬超过800亿元。《2023年饿了么骑手权益保障报告》显示,饿了么平台的活跃骑手数量已超过400万。

仅按照缴纳基数相对较低的湖北省武汉市的最低标准来计算五险一金的企业成本,以美团2023年的骑手数量约745万来计算,美团每月需要增加的成本开支超过80亿元;以饿了么有400万骑手来计算,每月需要增加的成本开支超

过40亿元。

不过,由于骑手流动性很大,平台企业的五险一金缴纳成本,不需要覆盖全口径的骑手。

另有公开数据显示,2023年美团“全年累计接单天数在260天以上的稳定骑手”大约82万人,这被认为是美团公告中所描述的“全职及稳定兼职骑手”。考虑到2023年之后,外卖市场与就业群体的规模仍在扩大,合理预估,美团的社保最终可能将惠及超百万骑手。

以百万骑手来估算,按照武汉市的最低标准缴纳五险一金,美团每月需要增加的成本开支,仍超过12亿元。

公开资料显示,京东旗下达达秒送约有130万活跃骑手,分布在全国2600多个县区市。此前的达达秒送为众包模式,为京东到家、京东秒送等业务提供同城配送服务。若京东外卖为达达秒送约130万活跃骑手提供五险一金,按照武汉市最低标准缴纳,每月需要增加员工成本开支超过14亿元。不过,目前京东外卖商家招募只针对北京地区,大部分地区的商家招募还没有正式开启。

# “蛟龙”撤退 博纳影业“行动”失败

本报记者 张靖超 北京报道

就在《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)势如破竹连破多项中国乃至全球影史纪录之时,2025年春节档的另一部新片《蛟龙行动》官方近日宣布:“将在充分听取广大观众建议的基础上,制作一部特别版,择日再与观众见面,敬请

期待。”

《蛟龙行动》出品方博纳影业(001330.SZ)投资者关系部向《中国经营报》记者确认,《蛟龙行动》确实已撤档,“虽然目前还有影院在放映《蛟龙行动》,不过这是之前给到他们的密钥还未到期,而在到期后不会再延期了”。同时,博纳影业的工作人员还向记者表

示,重新制作的特别版届时将重新剪辑、备案、申请新的准映许可证。至于具体日期,对方表示暂无明确时间表。

灯塔专业版显示,截至《蛟龙行动》宣布撤档,该片的累计票房仅3.8亿元,观影总人次仅776万,两项数据均位列今年春节档影片倒数第一。

对于《蛟龙行动》的撤档,多位业内人士表示能够理解博纳影业的选择。在这背后,一方面是同档期竞争对手《哪吒2》极其出色的市场表现,虹吸了整个春节档乃至春节档结束后的市场空间;另一方面则出在《蛟龙行动》自身的内容与宣发层面,竞争力不足是导致其最终失败并撤退的主要原因之一。

## 时过境迁

《蛟龙行动》的此番失利,被部分业内人士视作此类主旋律或新主流题材热潮的转折点。

而在此之前,博纳影业凭借多部此类题材的影片在市场上取得了不错的成绩。早在2014年贺岁档,博纳影业凭借《智取威虎山》拿下了8.83亿元票房,开启了中国影视行业对主旋律、新主流题材影视剧的拍摄热潮。此后的十年间,博纳影业出品了《红海行动》《湄公河行动》《烈火英雄》《中国机长》《我和我的祖国》《中国医生》《长津湖》《长津湖之水门桥》《长空之王》《志愿军:雄兵出击》《志愿军:存亡之战》等。其中的《长津湖》(57.75亿元)、《长津湖之水门桥》(40.67亿元)、《红海行动》(36.52亿元)、《我和我的祖国》(31.7亿元)、《中国机长》(29.12亿元)等均取得了20亿元以上的票房,而在今年春节档开始前,中国影史票房第一也是由《长津湖》占据。

但对于博纳影业而言,在经历新冠肺炎疫情的冲击后,由于没有产出票房爆款,经营压力凸显。去年4月,博纳影业董事长于冬在北影节相关论坛上提到,公司已经把资金全部集中在《蛟龙行动》。“因为拍摄周期、制作周期、需要准备的周期过长,就把一个公司的现金流焊在这儿了。中小影片可能要停下来,要等这个片子上完。所以这两年博纳影业的片子少就是这个原因。”

从业绩来看,自2022年第一季度结束后,博纳影业的业绩便进入下行周期。数据显示,2022年第一季度,博纳影业营收12.91亿元,净利润2.95亿元,此后的三个季度不仅收入均较第一季度大幅减少,且都出现了亏损。2023年,全行业强势复苏之际,博纳影业出品的影片却没有一部票房超过10亿元,导致全年收入同比减少约20%,全年净亏损2.37亿元。2024年,博纳影业押注的《传说》《红楼梦之金玉良缘》的合计票房更是仅有约8600万元,这也导致博纳影业前三季度的累计亏损达到3.56亿元。

“从这两年类似题材的影片的市场表现来看,票房已经很难与2015年到2021年这段时间相比了。这就需要影片的主创和出品方结合当下观众的心理需求进行内容上的打磨。”上述影院管理公司的人士说。

## 内容与宣发短板明显

作为2018年中国内地年度票房冠军《红海行动》的续集,《蛟龙行动》由林超贤执导,黄轩、于适、张涵予等一众明星加盟,影片以国内首部核潜艇题材为卖点,展现了诸多前所未有的战争场面,包括核潜艇内部全景、单兵飞行器作战等。在《红海行动》和《长津湖之水门桥》在春节档获得巨大票房成功后,作为硬核战争片的《蛟龙行动》原本被看作是春节档的有力竞争者。

在档期宣发开始后,《蛟龙行动》数据开始全面落后。灯塔专业版显示,《蛟龙行动》的累计想看数据长期落后于《封神第二部:战火西岐》《射雕英雄传:侠之大者》;从映前50天左右开始,想看数据被《哪吒2》反超;到映前一个月时,又被《唐探1900》反超。直至最终上映,仅领先于春节档常客《熊出没》。

复盘《蛟龙行动》的宣发,其中被诟病最多的是其一条预告短片中,内容显示因台词涉及“国家机密”,演员需在拍摄时警惕外籍演员靠近,甚至要迅速藏起剧本以防泄密,试图以“硬核保密”为

卖点制造话题,而不少网友并不买账。记者在社交平台上看到了许多如“若台词真涉密,电影公映岂非全民泄密?”“建议禁止外国人观影”“保护机密,从我做起不买票”等留言评论。

春节档正式拉开帷幕之时,《蛟龙行动》在内容上的问题也进一步暴露出来,例如在影片中存在部分既不符合当下的科技现实,也与大众情绪相反的表达,特别是在影片中,敌方“仿生机械狗”被设计为碾压中方装备的“黑科技”,而在去年年底的珠海航展上,国产的仿生机械狗大放异彩,在媒体、社交平台上引发了广泛关注与讨论。

广东省电影行业协会副会长、一级电影文学编辑、珠江电影制片厂著名电影策划专家祁海认为,《蛟龙行动》之所以在春节档失利,有两大原因:一是同档期的《哪吒2》太过于出色,让其余5部影片都相形见绌;二是《蛟龙行动》在自身的宣发与内容上均有缺陷。

“这类国产军事动作题材,借鉴了好莱坞战争动作片经验。从2017

年的《战狼2》到2018年的《红海行动》,再到后来的《长津湖》,都提供了此前国产影片不曾有过的题材,在这些年里凭借题材红利,取得了成功。”祁海说,“但是这些影片中,大部分在艺术表达、内容叙事等层面有短板,《蛟龙行动》也是如此。当红利期一过,观众要求提高后,再加上有《哪吒2》这样一个超强对手的存在,《蛟龙行动》的短板就会被放大,失利在所难免。”

据灯塔专业版发布的《2025春节档电影市场洞察报告》,从大年初

一到初七,除《哪吒2》外,所有影片的单日票房走势均呈现逐日下滑的状态,但《蛟龙行动》的每日票房均是垫底。从口碑来看,《蛟龙行动》的豆瓣评分为6.3分,排在今年春节档所有影片第四位,仅高于《封神第二部:战火西岐》(6.0分)和《射雕英雄传:侠之大者》(5.3分)。

“《蛟龙行动》前期在宣发上输给了口碑比它低的,后期在内容上又没有绝对优势,很难重现前作《红海行动》靠口碑逆袭夺冠的事例。”一位影院管理公司的人士如是说。

## 博纳影业近几年出品影片的市场表现

片名	上映时间	票房	片名	上映时间	票房
《智取威虎山》	2014年	8.83亿元	《无名》	2023年	9.31亿元
《湄公河行动》	2016年	11.86亿元	《长空之王》	2023年	8.5亿元
《红海行动》	2018年	36.52亿元	《传说》	2024年	0.8亿元
《烈火英雄》	2019年	17.06亿元	《红楼梦之金玉良缘》	2024年	0.06亿元
《中国机长》	2019年	29.12亿元	《蛟龙行动》	2025年	3.89亿元
《我和我的祖国》	2019年	31.7亿元			
《中国医生》	2021年	13.28亿元			
《长津湖》	2021年	57.75亿元			
《长津湖之水门桥》	2022年	40.67亿元			

据公开信息整理