



春节后上班第一个工作日，商务楼订单明显增多。

平台上的“窘迫”商家

中小型商家在平台上的“春天”何时能够到来，考验着政府监管、平台自身与尚在酝酿中的行业组织，也决定了数字社会的成色。

□ 记者 | 王仲昀

自从开店以后，除了自己父母，外卖平台的“蓝骑士”就成了万静（化名）最熟悉的人。风里雨里，自己的咖啡店总是少不了他们的身影。哪怕在睡梦中，脑海中依然会传来熟悉的外卖接单铃声。

两年前，“80后”万静在上海徐汇有了自己的咖啡店。常来的熟客习惯叫她“万老板”，她总是说，自己不是老板，其实也是打工的，给外卖平台打工。顾客会当这是自嘲的笑话，然而了解背后的经营数据后会发现，“商家给平台打工”，并不完全是笑话。

“不上平台揽不到客，上平台赚不到钱。”短短一句话，

说出了当下不少中小型商家在外卖平台上的无奈。

《新民周刊》近日采访了包括万静在内的几位小型商户。每个商家选择的外卖平台、在平台上的定价或许有所差异，但相同的是，采访过程中他们聊到平台与自己之间种种“游戏”时，都心情复杂。

复杂的原因来自两方面。一边是高额抽成、接近强制的补贴以及没有太多议价沟通环境，另一边是平台给小型商家带来了将近一半的营业额。平台近乎垄断的行业地位与带来的经济利益，这二者共同将如今平台上的中小型商家置于窘境之中。