

《华府诗友社诗友园地》第31期

谁启云端新乐府，华府诗社气姜夔

华府诗友社三月七日新春云端联欢会报导 雷厉风行

诗与歌这对孪生子，自从民间走入皇宫形成乐府后，影响甚远。三月七日下午，华府诗社的云端新春聚会，再现了这种娱乐形式，使牛年的到来令人耳目一新。才华横溢的诗友们，不仅自己填词谱曲，而且还自弹自唱。生生让著名的南宋词人和音律大师姜夔，九泉之下气得骨头都散了架。

正如诗社社长韩辉开幕词中所述，福祸相依。新冠疫情虽然阻止了我们在新财神大酒店品尝美味佳肴，却促使五十几位诗友在云端举行欣赏了一场艺术盛宴。在模特儿般的陈艺虹主持下，聚会于下午二时正点启幕。首发的是由华府著名导演和艺术家柳红伟编导的，儿童诗词微型话剧——咏牛。五位小朋友戴着牛头面具，认真地模仿着牛叫，一时间牛气冲天。每位小朋友都娴熟的背诵着诗友们的咏牛诗，稚嫩的声音和纯真的童趣散发着魔力，使观众顿觉年轻了许多。随后，诗社里的卧虎藏龙便纷纷登场，奉献精彩。

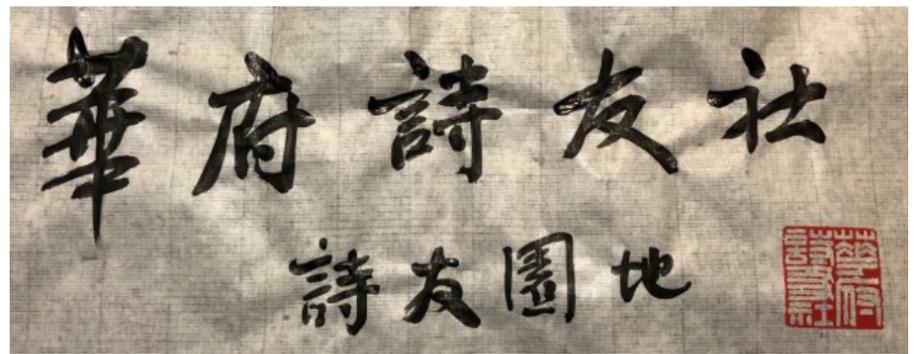
诗社前社长季肇瑾首当其冲，尝试对牛谈琴，一曲柔美欢快的《渔舟唱晚》使人们心也悠悠、神也悠悠。赵蔚文的优雅舞蹈，让人忘记了伴唱曲《月满西楼》中居安易土的闲愁。在国内屡获大奖的著名琵琶演奏家苏旻先用喜庆欢快的《步步高》送来新年的祝福，接着用寓意深长的《大浪淘沙》奉上美好的祝愿。左脑写软体、右脑舞杂文的金大侠，别出心裁，制作了有趣而形象、且带有牛字的字谜。谜底大多被小朋友们猜中，令人惊叹根的力量，也破除了橘生淮北而为枳的惯性思维。歌坛常青树张明文，随着著名手风琴演奏家鲍启新的伴奏，演唱了脍炙人口的《大阪城的姑娘》。美妙的歌声以及赵蔚文的优美伴舞，让大家从视觉和听觉上欣赏

了新疆姑娘的风采。张明文余兴未尽，又和张平、曹云、郭能华用意大利语演唱了歌剧《茶花女》中的《饮酒歌》，高亢、圆润、和华丽的四重唱让听众们未饮先醉。

最令人印象深刻的当属三首原创歌曲。华府小夜莺尹璠将诗友妍妍作词、Peter Gao 作曲的《亲爱的、你在哪里》，演唱的恰到好处，而且硬是把业余爱好唱出专业的味道。才貌双全的雨文来了个三自一包，自己演唱自己填词、自己作曲的作品。而且旋律优美、歌声动听，将《西湖美》表现个淋漓尽致。才子常铁军索性四自一包，增加了自己弹钢琴伴奏项目。这种才华在华府的社团之中，实属罕见。由此可知，诗使人雅，更使人卓。

诗社的活动自然少不了诗。诗友们的诗词以各种朗诵的形式出现，具有开创精神的华府好声音九州月儿变静为动，用朗诵的方式把诗友陈鑫的诗作诠释地《刚刚好》。钟伦纳教授则用粤语朗诵了自己的《小人颂》组诗，通过沏歌籐、苔、草、灌木这些不起眼的小物体，表达了对底层人和物的关注情怀。社长韩辉朗诵了她为刚刚出生的外孙女所填的两首词《天仙子》和《贺新郎》，在华府杰出舞蹈爱好者朱少敏水袖如练的伴舞下，尽情渲泄了荣升外婆的喜悦。诗友们就是如此用自己的方式践行着诗言志。

两位绘画大师的作画表演颇吸引人眼球。贺广华老师轻勾快描，十分钟之后，一头劳作罢载着牧童嬉蹄撒欢的水牛便跃然纸上。华府著名画家毛戎先生寥寥数笔，梅花老干的风骨便傲然挺立，随画笔而生就的朵朵梅花，也似乎飘逸出沁人的暗香。两位大师慷慨捐出新画作为特等抽奖奖品，让两位幸运者喜出望外。



聚会以诗会友，兼及歌、舞、书、画、朗诵多种形式。内容丰富、精彩纷呈。在华府社团迎新年的庆祝活动中，独竖一帜。曲犹未尽，大家纷纷表示期待着下一次的聚会。

特附上我为演员所赋的赞美诗以示谢意：

- 1.七绝·赞苏旻琵琶独奏（新韵）
指动音旋步步高，心怡乐趣上眉梢。
千般不快随昔浪，两手翻拨启翌朝。
- 2.咏牛·赞儿童诗朗诵
牛、牛、牛，自幼诗里游。
待到成年际，俯观黄鹤楼。
- 3.七绝·赞常铁军唱自度曲（新韵）
华府诗社多才俊，常氏铁军成美谈。
清嗓操琴扬自度，姜夔泉下亦惭颜。
- 4.五绝·赞赵蔚文月满西楼舞蹈（新韵）
红藕绕云摇，绿裙风裡飘。
易安观此舞，早把郁思抛。
- 5.七绝·赞陈雯唱自度曲
西施以貌搏今古，天下谁人不慕名。
雯俏琴歌自度，悠悠青史辩孰轻。
- 6.五绝·赞季肇瑾古筝独奏
指挑渔舟动，揉音颤水悠。
弦急似归箭，神悦晚霞收。

- 7.七绝·赞钟教授《小人颂》
藤草草木素为轻，野火风霜难阻生。
智者方能知厚意，栋梁无彼岂成名。
- 8.七绝·赞金庆松猜谜
才高九斗纵横行，巧设谜宫逗贡生。
心较比干多半窍，玩中寓教趣长萦。
- 9.七绝·赞鲍张赵表演唱
琴随随意生风暴，掀动维姑霓彩裙。
小伙不由歌咏赞，流云止步仅缘熏。
- 10.七绝·赞伊璠独唱（新韵）
初疑呼唤雨花石，五月鲜花吐意痴。
纵处天涯和海角，遏云雅韵岂无知？
- 11.七绝·赞月儿诗朗诵
听君娓娓刚刚好，雅静禅音耳畔浮。
笑向人间情未了，期希常乐应知足。
- 12.七绝·赞饮酒歌
华府乐界常青树，兴盛无时不作春。
任尔狂风犹卷地，同斟美酒品良辰。
- 13.七绝·赞贺广华大师现场画牛
随心画笔轻勾勒，劳后撒蹄引燕同。
犁遍周身贫脊地，再无饥饿再无穷。
- 14.五绝·贺毛戎大师画梅
虬干迎风立，愈寒愈愈春。
心离尘垢远，疏影故生魂。

从送外卖到送万物，即时配送市场谁主沉浮？

不知你发现了没，现在打开美团外卖或饿了么，不仅可以点餐，还能点水果、鲜花、药品等，代表万物皆可送的时代已到来，背后是外卖平台历时N年搭建的即时配送网络终于迎来厚积薄发。明眼人都看得出，美团外卖、饿了么从送外卖进化到送万物，意在将非外卖类订单打造成新的增长引擎。不光外卖平台，达达、闪送等即时配送企业也热情高涨，加上顺丰等快递企业纷纷入局，即时配送赛道异常拥挤，十分火爆。

从送外卖到送万物

其实，外卖平台从送外卖升级为送万物水到渠成。毕竟，只要最后一公里点对点的即时配送网络日趋完善，无论送什么，并没有本质区别。因此，你会看到，美团、饿了么早已开始积极布局。

2019年5月，美团正式推出新品牌“美团配送”，并宣布开放配送平台，帮助商流提升经营效率。1个月后，饿了么宣布旗下即时物流平台蜂鸟品牌独立，并升级品牌名为蜂鸟即配，目标是未来每天完成1亿件商品即时配送。

去年疫情期间，为了助力抗疫，美团外卖、饿了么均推出无接触配送服务，解决不少用户用餐、买菜的难题，反映出即时配送已成为城市的新基建，具有不可或缺的社会基础设施价值，这也为外卖平台业务扩张奠定坚实基础。

美团、饿了么一边植根用户需求，一边契合商家服务，都在通过加码即时配送来实现自身本地生活服务野心。在用户需求激增、商家数字化转型、即时配送平台服务升级等多方共同推动之下，即时配送市场迎来爆发式增长，仅用短短4年便做到快递20年业务体量的一半。

艾瑞发布的《2019年中国即时物流行业研究报告》显示，2018年即时物流行业订单量达到134.4亿单，行业规模达到981亿元，并预计2020年将超过200亿单、达到1700亿元。即便如此，即时配送市场远未饱和，未来大有可为。

三大势力抢千亿蛋糕

面对千亿级即时配送市场这块诱人的大蛋糕，没有企业会不心动，各大玩家蜂拥

而至，大显身手。我总结，目前即时配送赛道共盘踞三类玩家：

一是外卖平台，以美团外卖、饿了么为首。最初即时配送的业务量主要来自餐饮外卖，目前占比仍高达近7成。随着用户需求越来越多元化，它们走上开放之路，为商家提供一揽子配送解决方案，将业务从餐饮外卖扩展到水果、生鲜、药品、日用品等生活消费的方方面面。

二是即时配送企业，比如达达、闪送、UU跑腿等。重点说说达达，其从餐饮外卖起家，2016年与京东到家合并后，结合京东自身优势走上一条差异化发展道路，与大卖场、标超、便利店、精品超市等合作，将业务延伸到仓储、落地配，并在618、双11承接京东部分订单，推动“零售+配送”双核驱动战略落地。

三是快递企业，以顺丰为代表。说到底，即时配送是一门物流生意，快递企业没理由不入局。2019年10月，顺丰同城急送正式开启独立化运营，其手握同城配送骑手一端资源，并且早已与部分餐饮品牌达成长期合作，履约能力也在业界得到认可，送外卖或其他物品未尝不可，说不定可以打造成第二条增长曲线。

除此之外，即时配送市场仍不断出现新的搅局者，比如出行玩家扎堆凑热闹，滴滴推出跑腿业务，曹操出行上线“曹操帮忙”，哈啰出行内测“哈啰快送”业务。不过，鉴于它们处于起步阶段，暂不成气候，因此不在本文讨论范畴。在即时配送行业规模仍有较大上升空间的当下，三大势力互相攻伐，近乎杀红眼。

那么问题来了，在群雄逐鹿的即时配送市场，哪类玩家最有可能杀出重围、一马当先？首先，必须明确一点，在万物皆可送的时代，外卖仍是一家独大，以近7成比例领跑，随着配送品类的不断扩充，其优势可能会被削弱，但鉴于一日三餐是高频刚需，长期来看其地位不可撼动。

换言之，外卖将一直是即时配送市场的主力，订单量举足轻重，谁能拿下这块香饽饽，谁的赢面就更大。因此，美团外卖、饿了么的赢面更大。或许，单凭这一点就判断它

们赢面更大有点武断，为了让大家信服，我简单说下它们的核心优势。

前者是美团核心业务，最大优势在于根基深厚，不仅搭建完善的配送网络、配送服务体系化，而且与团购联动导入更多商家资源，覆盖更广泛的商家。过去1年来，美团市值大涨，与美团外卖市场份额、营收再创新高密不可分，为了维持这一大好局面，其必然更加重视美团外卖，力争2025年实现每天1亿订单的目标，推高非外卖类订单势在必行。

饿了么最大优势当属背靠阿里。去年4月，阿里将天猫超市事业群升级为同城零售事业群，代表其战略地位明显上升，而饿了么是阿里发力同城零售的重要一环，可以享受到更多资源加持。

至于即时配送企业，闪送、UU跑腿是创业公司，无法与巨头打持久战，达达倒是有得一拼，但恐怕很难占到多少便宜。一方面，无论是快送模式还是骑手人数、合作商家数，达达都与美团、饿了么存在一定差距；另一方面，京东和沃尔玛既是达达最大优势也是软肋所在，将其配送品类局限在偏商超，想要摆脱对它们的依赖并非易事。

而以顺丰为代表的快递企业，入局即时配送更多是盈利驱动，顺丰同城急送通过独立运营去扩大营收和单量规模，从而提升配送员的效率值、降低即时配送单位成本，并提升平台毛利。这决定其战略定力先天不足，导致投入力度有限、风险承受能力弱，无形中会束缚自身发展，体量很难上得去。反观美团、饿了么是坚定的长期主义者，第一要务是做大规模而非盈利。

即时配送的趋势和风险

目前，即时配送市场用户规模超过4亿，已形成美团、饿了么、达达三强格局，占据75%以上的市场份额。当然，这一赛道远未到真正分胜负的时候，未来十年是黄金十年，增速将维持在两位数以上，谁能笑到最后还是未知数，人人有机会、个个无把握。

想要赢在未来，必须牢牢抓住即时配送市场的发展趋势，并想方设法降低潜在风险，台上的玩家才能走得愈发坚定、从容。发展趋势方面，必须重点关注以下两

点：

一是市场细分日趋加深。尽管餐饮外卖体量大，但增速已落后于生鲜、药品等品类，生鲜电商渗透率仅为4.67%，线上药品销售仅为同类产品零售终端的3.3%，预示着市场潜力巨大，还能围绕它们在品牌、客户类型等个性化层面展开进一步细分。同时，即时配送原则上只要不违法都能送，基于此，更多非标准化和长尾需求有待挖掘，未来将渗透到用户生活的方方面面。

二是头部效应日益加剧。即时配送准入门槛不高，但生存和做大的门槛极高，即不存在所谓的小而美，争来争去必然演变为强者越强、弱者越弱。目前，即时配送主要服务一二线城市，下沉市场仍是一片价值洼地，未来战场将迅速蔓延至下沉市场，最终一定是头部玩家C位出道。换言之，美团、饿了么、达达三足鼎立的态势仍将持续，它们相互厮杀将是未来即时配送市场的最大看点。

当然，未来即时配送市场不仅有利好的一面，潜在风险也不容忽视。

一是社保“裸奔”。无论是美团还是饿了么，以及现在势头很猛的达达，都面临着外卖骑手游离在社保外的问题。调查显示，目前六成以上外卖骑手没有社保，出事后果难以被认定为工伤，让他们们的安全感无处安放，最大难点在于难以认定平台企业和灵活就业人员属于劳动关系。未来或将持续上演，平台必须予以重视。

二是唯快之下乱象渐显。即时配送行业在高速发展的同时，一些乱象也渐渐浮现，交通安全、信息安全、服务质量等饱受诟病。目前，即时配送平台多以第三方众包配送服务模式为主，达到低成本快速开拓市场、灵活调配人员的目的，但问题在于，众包模式对配送人员的约束力较弱，无形中加大管理难度。同时，针对即时配送中遇到的产品破损、退换货问题，平台无法有效抵御和及时响应。

整体来看，即时配送市场机遇大于挑战，谁能在这场混战中占据领先地位，美团、饿了么还是达达？时间终将给出答案。