

中央网信办： 外卖平台基本取消超时扣款

贯彻落实党中央决策部署,为更好维护新就业群体和广大人民群众合法权益,2026年1月,中央网信委印发《生活服务类平台算法负面清单(试行)》。随后,中央网信办会同有关部门精心组织实施,北京、上海、江苏、浙江、广东等地网信部门迅速行动,督促外卖、网约车、货运、网购、在线旅游、票务领域重点平台对照《负面清单》,深入开展自查自纠。美团、淘宝闪购、淘宝天猫、京东、滴滴、高德、T3、百度、满帮、货拉拉、拼多多、抖音、携程、去哪儿网等平台积极响应,已实施优化改进措施63项,承诺遵守算法要求139项,限期推进125项,在提升算法透明度、公平性、合理性方面取得初步成效。

优化订单分配算法。订单优先就近分配。滴滴出行、T3出行将距离作为首要派单影响因素,绝大多数订单由距离最近的司机接单。货拉拉不指派订单,全部由司机自主接单,按照“就近优先”原则确定接单司机的比例达93%。抵制不合理的差异化派单。多家重点平台承诺不会根据司机/骑手性别、年龄、价格承受能力、历史接单情况进行差异化派单。美团外卖派单主要参考顺路程度和超时概率,不涉及骑手个人画像。满帮承诺所有订单均由司机自主接单。设定同时接单上限。美团外卖、淘宝闪购、京东外卖,结合自身业务情况,均设定了骑手同时接单上限,并允许骑手在上限范围内自主调整。提升接单自主权和选择权。美团外卖、淘宝闪购、京东外卖为不同类型骑手,提供了每日至少4次无条件拒单或转单机会。

优化时间预估算法。设置宽容灵活送达时间。美团外卖、淘宝闪购、京东外卖已在消费者端,以时间段形式展示预估配送时间。美团外卖将探索在部分场景下,把骑手配送时间在合理预估时间点基础上向后预留不少于15分钟。疏通“最后一公里”送餐难。淘宝闪购试点“取送分离”配送模式,对于复杂内部环境的地点,通过固定人员固定地点集中取送,与外卖配送人员分离,提升配送效率,解决复杂场景配送难问题。美团外卖构建“进入难”和“上楼难”场景自动识别能力,已覆盖40万个小区的通行类型、410万个楼栋的上楼方式。基本取消超时扣款。美团带头取消超时罚款,淘宝闪购实现超时免罚全覆盖,京东外卖正逐步减少直接扣款处罚措施。优化防疲劳算法。各重点平台相继上线防疲劳措施。美团外卖推出“4小时和8小时提醒,累计跑单时长12小时强制下线”的防疲劳举措。滴滴出行司机24小时内累计在线服务10小时,强制下线休息6小时。

优化安全保障算法。完善安全保障机制。美团外卖、淘宝闪购、京东外卖对骑手超速、闯红灯等危险行为进行语音提醒。美团外卖在全国投放超过70万顶智能安全头盔,淘宝闪购提供智能耳机、智能头盔等智能装备24万件,提升骑手骑行安全保障能力。滴滴出行实时更新路网数据,提升规划路线安全性。激

励安全行驶行为。美团外卖、淘宝闪购上线“安全分”机制,通过现金奖励、权益奖励等措施,引导骑手自觉安全行驶。

优化收入抽成算法。保障劳动者报酬。滴滴出行将抽成上限从29%下调至27%,上线“返佣宝”自动返还月均抽成超过25%的部分。高德将打车信息服务费上限下调至9%。满帮、滴滴送货、货拉拉建立低价运费预警拦截机制。满帮等长途货运平台完善运费纠纷快速处置、法律追讨、权益补偿、赔偿先付等机制。滴滴送货建立货主信用评价规则,从源头预防运费拖欠问题,首创未支付运费全额垫付机制。货拉拉持续完善运费垫付机制,针对长时间拖欠运费、催费无果情况,对符合条件的司机予以垫付。承诺不转嫁营销成本。滴滴出行、T3出行、货拉拉、满帮等承诺,用户端使用的各种优惠活动不会降低司机端运费。保持规则公平统一。美团外卖、淘宝闪购、京东外卖承诺,不以骑手接单量、价格承受能力等因素对同类型骑手差异化设定配送费。滴滴出行、T3出行承诺,不依据在线时长、出车天数、优惠接单等情况进行差异化抽成。

优化定价算法。规范动态定价算法。各重点平台均承诺,不基于消费者浏览记录、支付意愿、支付能力、消费记录、消费偏好等信息,对同一商品或服务在同等交易条件下设置不同价格。规范自动调价工具。携程主动下架“酒店AI生意助手”(调价助手)。抖音承诺尊重平台入驻商家的自主定价权,不提供自动调价工具。促进流量分配公平有序。抖音承诺,不会将商家是否参与促销优惠活动与搜索排名、流量分配挂钩。淘宝天猫、京东商城等承诺,不利用算法实施不合理的限制交易、过度推荐等行为。

优化申诉处理。合理保障各方权益。美团外卖、淘宝闪购、滴滴出行等平台承诺,对无法判明是非或各有道理的情况,按照有利于司机/骑手、消费者原则分别处置。货拉拉平台坚持“证据不足一律无责”,对司机轻微过错免罚。约束算法自动处置处罚。高德将“停止派单”“列入黑名单”等影响司机重大权益的决定100%转由人工复审。滴滴出行、T3出行提前向司机下发预处理通知书,保障司机申诉权利。强化正向引导示范。各重点平台均将司机/骑手在工作过程中见义勇为列入正向考核。滴滴发起“正能量在路上”公益计划,满帮设立公益基金会,美团外卖、淘宝闪购、京东外卖等设置现金奖励,对司机/骑手善举善行予以表彰。

提升算法透明度。持续推进算法核心机理公开。各重点平台正统一调整算法公示专区入口,承诺进入算法公示专区点击不超过2次,采用图文结合等形式直观解释算法机制与逻辑,逐步实现核心算法100%公示。强化算法变动协商。各重点平台正逐步完善算法集体协商和事前公示制度。滴滴出行对涉及口碑值等算法核心逻辑的重大调整,提前至少30天进行线上公示。满帮将订单分配算法调整,由提前7天通过站内信通知变更为“7天征求意见+7天公示”。优化订单信息展示。各重点平台进一步推动订单信息公开透明。滴滴出行将订单费用明细的可查询时间从30天延长到90天。淘宝闪购综合评定订单重量、品类、数量、路段等配送难度因素,展示对应补贴额度,便于骑手清晰感知每笔订单收入影响因素。

中央网信办相关负责人表示,生活服务类平台算法治理取得了初步成效,但个别平台仍存在“选择性整改”“别人不改我不改”等问题,与新就业群体和人民群众的期盼期待相比还有不少差距。下一步,中央网信办将会同有关部门,持续抓紧抓实《负面清单》实施工作,进一步压实平台主体责任,适时组织专项检查,评估效果、督促改进。发现存在严重问题的,依法依规处罚。

(中国网信网)

快手电商上线 “老铁生活家”活动

□ 楼纯

近日,快手电商正式上线“老铁生活家”线上营销活动,围绕母亲节、520等重要礼赠节点,联动手机数码、家电家居、珠宝等多个行业品牌与商家,打造“品质好礼”消费场景。活动将通过内容种草、大场流量扶持、红包激励及营销

资源整合等方式,帮助商家承接节日礼赠需求,并为618大促提前蓄力。

本次活动以“给家人挑份品质好礼”为主题,将持续至5月20日,主打“限时好礼专场,送给最爱的人”的礼赠心智,希望通过情感化内容与品质商品结合,带动节庆消费需求释放。

聚焦礼赠需求 5月送礼消费持续升温

随着母亲节、520等节点临近,礼赠消费需求正在快速增长。快手电商数据显示,2025年5月,“送礼”相关搜索词环比上月增长148%,礼赠场景已逐渐成为消费增长的重要驱动力。

从具体品类来看,家电与数码行业呈现出明显的节庆消费特征。

在家电品类中,“送健康”“减轻家务负担”成为母亲节礼赠的重要方向。按摩器材搜索环比增长156%,颈椎/腰椎按摩器环比增长36%,家用保健器材环比增长46%;与此同时,果蔬消毒清洗机、油烟机厨房场景产品增速明显,

体现出家庭用户对于品质生活类礼品的需求提升。

手机数码行业则呈现更明显的520礼赠趋势。智能手表搜索环比增长73%,成为情侣互赠科技礼品的重要方向;学生平板、智能摄像头及手机等品类同样保持较高增长,反映出数码产品在礼赠场景中的普适性与消费潜力。

据“老铁生活家”活动有关负责人介绍,礼赠消费本身具有较强的情绪表达属性,而内容场景天然适合承接用户的情感需求。通过短视频种草、直播讲解以及节点营销,平台能够帮助商家更高效地建立礼赠心智,并完成转化。

聚焦“品质好礼” 平台加码商家扶持资源

围绕本次“老铁生活家”活动,快手电商将从流量、营销、产品政策及商业化资源等多个维度,给予商家集中扶持。

在内容侧,平台将重点推动“品质好礼”主题内容传播。商家可围绕活动话题#老铁生活家发布短视频,平台将根据内容曝光情况,对TOP20商家给予总计10万元bonus激励,帮助优质内容获得更多曝光机会。

在直播场景,平台将围绕母亲节、520等节点打造“品质好礼专场”,针对重点商家开放大场提报,并提供直播海景位、商品位、热门短视频曝光等会场资源支持。同时,平台

还将联合商业化侧给予bonus资源、计费流量折扣及非标资源扶持,帮助商家提升大场爆发能力。

在商业化投放层面,平台也针对礼赠消费场景推出专属人群扶持。依托磁力方舟“数码家电送礼换新族”等礼赠兴趣人群包,商家可在磁力金牛后台进行精准投放,进一步提升广告转化效率。目前,“数码家电送礼换新族”月活覆盖规模已超1200万。

此外,本次活动还推出“消返红包”激励机制。参与活动的商家,可根据活动期间的增量消耗获得磁力金牛消返红包返还,进一步降低经营成本,提升投放积极性。

从内容种草到618蓄水 帮助商家提前建立增长节奏

对于商家而言,本次活动不仅是一次节点营销机会,也承担着为618提前蓄水的重要作用。

越来越多品牌开始在4月至5月提前布局618,通过节点活动完成用户种草与流量积累。在这一背景下,“老铁生活家”希望帮助商家提前进入大促节奏,通过礼赠场景切入用户需求,提前完成用户触达与商品爆发。

本次活动将重点联动具

有礼赠属性的高品质商品,通过“内容+场景+转化”的方式,推动商家实现从种草到成交的全链路增长。

从平台角度来看,礼赠场景本身具备较强的消费确定性。一方面,用户在节庆节点存在天然消费需求;另一方面,礼赠消费更加重视品质与情感表达,也更适合通过内容形式进行传播。

活动期间,用户可在快手搜索“老铁生活家”,进入活动会场选购品质好礼。