



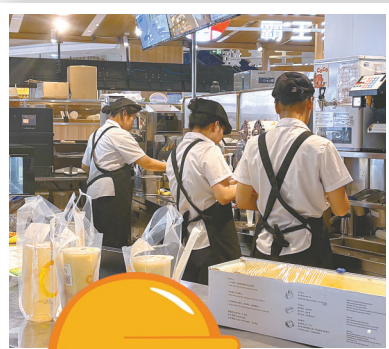
订单激增,骑手承受着巨大的工作压力。

# 你薅到这波「羊毛」没?

「外卖补贴大战」硝烟再起

□记者 陶秋凤 实习生 周雨婷 文/图

“美团0元喜提家门口原价26元的果茶!”“淘宝闪购买凉面凉皮只花了3.6元,平时至少16块!”7月12日,美团、淘宝闪购、京东秒送三大平台掀起新一轮折扣狂潮,一场“外卖大战”再次点燃消费者的热情,全民“薅羊毛”的狂欢如火如荼。此次“外卖补贴大战”究竟给各方带来了什么?记者通过亲身体验,并采访消费者、骑手和商家,听听市民如何看待这场商战。



忙碌的商家。

## 消费者 狂欢盛宴,实惠与隐忧并存

“怎么可能?一份凉皮、一份凉面,送到家只要3.6元。平时至少得16元。”7月12日下午5点,市民董女士在微信群看到好友分享的“外卖羊毛”信息后,立刻开始行动。她打开美团、京东外卖、淘宝闪购App,将各类红包优惠领了个遍。

7月12日,美团打出“周六,快乐继续”标语,在其自营的小象超市中,大量商品以超低价0.01元出售。淘宝闪购推出“188元大券包,五顿我全包”促销活动,“满15元减15元”的新人红包、“满25元减12元”的外卖红包,0.1元的华夫筒、冰淇淋和大杯茉莉花茶兑换券被抢购一空。京东秒送外卖则另辟蹊径,在京东App“秒送”频道推出单份仅售16.18

元的小龙虾,并承诺每晚供应10万份。

“吃不过来,根本吃不完!”正在放暑假的“05后”小胡感叹道,“大额券发不停,奶茶、咖啡停不下来。虽然有点担心身体,但看到平时二三十的奶茶只要两三块,谁能忍得住不买?”

而比较勤俭持家的孟先生一家则利用这些券购买生活日用品,孟先生表示:“不花钱就能买到一箱水,还不用自己拎回家,真是太划算了。”

“平台商家打‘价格战’,受益的是我们消费者。”市民们纷纷表示。然而,狂欢背后也隐藏着一些隐忧。一些消费者担心,频繁的低价促销可能会导致平台和商家的服务质量下降,甚至可能影响商品质量和安全。

## 骑手 订单暴增,收入与压力并存

订单暴增,压力直接传导至配送端。消费者在享受实惠的同时,面临服务质量下降和商品质量不稳定的隐忧。而骑手在收入增加的同时,也承受着巨大的工作压力。

7月14日下午,奶茶店门口,众包骑手王师傅行色匆匆,一脸倦容。“周末两天订单太猛了!我一天干20个小时,挣了800多块。”王师傅从12日零点开始接单,一直跑到晚上8点,除了吃饭,几乎没有停下来休息。“夜间接单提成更高。”13日,他的工作强度依旧。他坦言,“平时订单没这么多,一天也就三四百块”。

“那个是玩命的,我做不了。”身穿京东外卖服的张师傅表示。他的接单频率也显著增加,一天大概接50多单,

日收入约400元。

为缓解运力,美团在12日推出需自取的“0元购”咖啡茶饮通兑券。记者亲身体验发现,不同商家核销方式迥异。市区吾悦广场的两家奶茶店,一家店采取“先到先得”,专设前台处理“0元购”订单,默认饮品不可选甜度温度,但“速度极快”;另一家则需凭订单号取餐,效率较低,记者等了一个多小时才拿到按需定制的奶茶。此外,由于“0元购”活动只能当天核销,部分消费者下单后却没有去店里领取饮品。

“0元购”活动为商场带来了人流。广场内一位卖品牌衣服的销售人员说:“这波活动,也给商场带来人流量。周末两天,人流明显多了起来。”

## 商家 订单激增,利润与疲惫并存

狂欢背后,商家的心情却十分复杂。“周末两天都有几百个订单,非常忙碌。”我市一家品牌凉皮店的周店主说,他和爱人从早忙到晚,虽然很累,但还能支撑,也不需要另找帮手。“不久前,各平台区域经理找我们商家谈合作,各种条件我们很认可。虽然活动我们也贴了些费用,但很少,基本是各大平台贴的。”周店主举了个例子,消费者花4.8元购买一份凉皮和凉面,平台要补贴七八元,甚至更多,所以活动力度很大。

“12日,我们从早上9点半,一直忙到晚上10点,一分钟没歇!”市区一商场某奶茶店的店员大吐苦水。“三个人忙得团团转。我们工资是固定的,订单再多也不涨。”商家赚钱了吗?她们摇头。“券的力度太大。平台补贴一部分,商家也得贴一部分。人气是有了,但真没赚到钱。但其他奶茶店都参加,如果不参加就没流量。”店员刘女士如是说。

对中小商户而言,既希望借助平台增加流量和销量,又不得不承受低价竞争带来的利润压力。对此,商家做出不同的选择。“活动是相爱相杀的。”一家卖牛排的店家表示,“我们

没参加任何活动,不支持线上平台团购。”另外,有的商家提高外卖配送起送金额,如从20元起送设定为50元起送,希望消费者多下单;有的商家仅设置新品参与活动,而非以往的爆款产品。

据了解,这场“大战”,平台交出了亮眼成绩单:美团7月12日23点36分即时零售订单量达1.5亿元新高。淘宝闪购联合饿了么7月14日宣布日订单量突破8000万元再创新高(不含自提及0元购)。未来100天内,消费者每周六都可获得总额188元的外卖红包,用于购买超低价奶茶、咖啡和速食。

订单量的暴增对商家的运营能力提出更高要求,商家需要在短时间内完成大量的订单制作和配送,可能会面临人手不足、设备不足等问题。同时,也面临利润空间被压缩和运营压力增大的困境。而平台在争夺市场份额的同时,也面临成本增加和盈利压力增大的挑战。

这场“外卖大战”,看似是一场全民狂欢,实则是一场复杂的利益博弈。平台、商家、骑手和消费者又将如何在利益与挑战之间找到平衡?这些问题仍待进一步观察和探讨,本报将继续关注。

