

餐饮企业与团购平台“互撕”？

省内千余餐饮商家本周发起“无团购周”活动,宁波百余家门店参与



“无餐不团、无团不餐”是很多宁波人如今外出吃饭的真实写照。本周，有“吃货”发现包括涌上外婆桥、老屋印象、0574 龙虾的故事等餐饮商家，暂时停止了团购代金券的使用。记者进一步了解到，3月21日至27日，省内千余商家联合支付宝口碑发起“无团购周”活动，到店消费不用团购，使用支付宝可享受满减优惠。

种种迹象表明，曾为餐企揽客立下“汗马功劳”的团购，可能渐渐被部分餐企从主营菜单中抹去。浙江餐饮企业的“无团购周”活动，也是近半年来，继西安、武汉两地企业抱团抵制团购平台之后的又一次“去团购活动”。记者昨天走访多家宁波餐饮企业了解到，不少餐企对团购平台是又爱又恨——用，就是割肉换客流；停，就会门前车马稀。团购对餐饮企业来说，究竟是“蜜糖”还是“砒霜”？在去团购化成为大趋势的未来，餐饮企业该如何吸引客流？

记者 孙美星

商家发起“无团购周”行动 宁波百余家门店参与

细心的“吃货”可能已经发现，最近一周，团购商家比以往少了一些。

“现在只有团购的套餐能用，这个星期，团购的代金券不能使用。”市民杨先生是涌上外婆桥镇安街店的常客，已经习惯用团购代金券买单，但昨天他通过电话向该店订餐时，却被服务员告知，最近一周团购代金券暂停使用。

记者从支付宝方面获悉，3月21日至27日，浙江千余家中小餐饮商户联合支付宝口碑发起“无团购周活动”，活动的口号是“告别团购，让优惠更省心”。

支付宝口碑有关负责人表示，此次活动吸引了杭州、温州、宁波、金华、绍兴等地563个品牌、1065家餐饮门店参与。宁波参与的品牌50个左右，门店超过100家，包括涌上外婆桥、老屋印象、0574 龙虾的故事等。活动期间，用户无须经历买团购券、验团购券的过程，用支付宝付款消费可直接享受消费满100元减15元的优惠，甚至更多。值得关注的是，支付宝口碑方面表示，在此期间，不少餐饮企业还将暂停传统团购券的兑换业务。

昨天，记者拨打几家特色餐饮企业的

订餐电话，以顾客的身份询问团购券的使用情况发现，确实团购的活动少了，不过并不是所有参与的商家都停用了传统的团购券。

老屋印象鄞州万达店的工作人员说，现在美团、大众点评的团购券都不支持使用。0574 龙虾的故事鄞州店工作人员也表示，目前团购网站上没有优惠，以后是不是会有还不清楚。不过贴阁碧东渡路店工作人员表示，现在用支付宝付款有优惠，大众点评的团购券也能正常用。

商户与平台“开撕” 商户想“发出一种声音”

据了解，在此次“无团购周”活动中，真正停用团购券的宁波商家可能没有支付宝口碑方面宣称的百余家门店那么多，但毕竟传递了一个信号：曾经“无餐不团”的餐饮企业开始尝试淡化团购的痕迹。

实际上，浙江餐饮企业的此次集体行动并不是孤例。去年以来，一直紧密合作的团购平台和服务业企业之间，小摩擦不断。去年12月，西安多家餐饮、美容美发、娱乐等行业的商户抵制团购

网站，实行“直接买单也给团购价”。今年1月，武汉多家KTV企业也抱团抵制团购平台，抗议对方提高扣点。还有不少武汉商户打着“大众、美团撤出武汉娱乐界”的横幅上街，一些商户则直接撤出了团购平台。

“我们的小而美餐饮分会去年才成立，会员包括超100个餐饮品牌，近千家门店。参与此次‘无团购周’活动的餐饮品牌有40多个，占了近一半。”宁波市餐饮业与烹饪协会小而美餐饮分会

会长潘永健介绍说，自从大众点评与美团合并后，两家团购网站占据了团购市场八成左右的份额，垄断地位已经形成，去年年底开始，两家团购网站陆续提高对餐饮商家的扣点。由于顾客用团购的消费习惯已经养成，此举让不少小餐饮商家叫苦不迭。

“如今生意不好做，这次我们宁波的中小餐饮企业抱团参与此次活动，也是希望发出一种声音，不要让中小餐饮企业承受更大的压力。”潘永健说。

有商家说“团购像饮鸩止渴” 有消费者说团购是鸡肋

说起对团购的感觉，有餐饮商家坦言，“就像饮鸩止渴，既矛盾又纠结。”

“说句实话，现在餐饮企业就像被绑架了一样。上团购，不赚钱，有时候还要亏。不上团购，眼看着生意都跑到别人地方去了，也不行。”宁波某餐饮连锁企业负责人告诉记者，现在很多餐饮企业对团购的感觉都是又爱又恨，进退两难。

与商家不同，宁波消费者对团购的态度大多是力挺。资深吃货杨先生说，“以前我经常是打开团购网站找餐馆，哪里有特色吃哪里，团了再吃。现在我们是吃完了再来搜团购，有优惠就用团购付。”

不过也有消费者认为，随着各种支

付优惠方式的增多，团购也渐渐沦为鸡肋。“以前看电影我还团个电影票，现在从很多客户端上直接买票，也就十几元钱一张，根本不用团了。吃饭也是这样，有时候服务员买单的时候会说‘不用团购，直接给你团购价’。”网友卢女士认为，现在支付宝、微信、信用卡优惠方式很多，吃饭也不一定非要上团购网。

而像杨先生这样有着团购习惯的消费者，正是商家的痛点。“越来越多的顾客是进店消费后再使用团购券，而不是首先被团购吸引才来店里消费的。”四季永逸大饭店餐饮总监陈雷认为，这说

明团购平台的引流功能已经弱化，与此同时，团购已引发了价格战，价格被压得越来越低，平台收费再提高，让商户很难赚钱。

商户不赚钱，团购平台就赚钱了吗？有数据显示，2011年8月，全国有5058家团购网站，到2014年6月，还剩下不到200家。业内人士估算，目前全国的团购网站加起来也就100家左右。过去几年，团购网站消失率超过95%，也导致现存网站的市场份额更加集中——美团和大众点评合并后，占据了近八成的市场份额，百度糯米占了两成份额，其他小团购网站占比很小。

实际上，不止是餐饮企业在尝试去团购化，团购平台本身也在尝试“去团购化”的转型。据媒体报道，大众点评负责人不止一次在公开场合表示，要逐步去团购，大众点评和美团合并后的一大策略就是推广“去团购，扶持快捷支付”。

宁波不少商家也证实，如果选择团购平台本身的支付方式，对商家的扣点比普通的团购模式低很多。因此也有业内人士大胆预测，两家团购巨头合并后，团购将逐渐消失，未来团购市场之争将转向移动支付市场之争。

平台也在尝试“去团购化” 目标紧盯移动支付市场

在此次“无团购周”活动之前，已经有宁波企业率先尝试对团购网站说“不”。去年10月起，水锦堂火锅下线了其市区四家门店在团购网站的优惠，选择在冬天火锅市场的旺季下线团购，被业内认为是一个大胆的举动。

“团购券使用率越高的门店对团购的依赖度越大，这是很可怕的。现在餐饮企业的纯利润能达到15%~20%就已经是很好的了，如果在团购网上再打8.8折，相当于让利12个点。以前团购平台不收费，商家还能过得去，现在平台再向商家收3到5个点的扣点，商家还能赚到



漫画 章丽珍

专家：摆脱低价依赖，打铁还需自身硬

“团购是一种商家引流的方式，通过短暂的促销，提升消费者的注意力，同时帮助消费者找到合适的消费场所。但随着现金折扣概念的流行，团购的吸引力正在逐渐下降，这是不争的事实。此外，因为商家为团购提供了折扣，为了维持运营又不得不降低质量，这也使得消费者对团购的体验更差。”宁波市电子商务研究院执行院长、浙江大学宁波理工学院教授林承亮认为，支付宝口碑推出的此次活动，正是看准了这个机会，希望通过此举提高自身的市场占有率，虽然短期内商家使用支付优惠的方式没有太多的成本，但不排除以后支付宝也会向商家收费。

“团购也好，支付宝也好，都不能解决商家既要引流，又不能通过‘割肉’方式来换的问题。餐饮企业要想摆脱团购平台的依赖，还是要靠自己，打铁还要自身硬。”林承亮说，目前不少餐椅企业的转型还只是停留在业态调整的阶段，比如正餐转型轻餐饮，高端消费转大众消费。而想要真正实现供给侧改革，就一定要在经营模式上有所创新。

“我知道宁波一家小有名气的主打农家菜的连锁餐饮，最近转型做了一家注重老宁波体验消费的餐厅，在里面吃饭消费者不但能品尝到美食，还能体验到宁波老底子的传统民俗，很受消费者的好评。这家店不靠低价团购，照样吸引了顾客的注意力，这其实很值得其他餐饮商家思考。”林承亮说，如果餐饮企业自身有特色，就不会沦为团购平台或其他引流模式的傀儡，反而会令其成为企业营销手段的有益补充。