



外卖“老江湖”连关三店 餐饮平台流量红利不再？

记者 王心怡 见习记者 谢斌

几天前，王骁文算好了上个月的外卖收入，单店净利润只有三四万元，“连以前的一半都没有”。

他口中的以前是2017年年初，外卖风头最为鼎盛的时候。王骁文辞掉近百万年薪的工作，一脚趟入外卖行业，而后他花了两个月时间，把自家的日式料理外卖销量做到全宁波第一，还一口气开了七家店。不消说，那是他风光一时无两的模样。

但两年后的今天，即使是作为那个曾经戴上过“皇冠”的男子，王骁文也不得不承认，2019年的外卖行业正在冬日酿变，而宁波绝大多数的外卖商户也敏锐地感到“外卖越来越难做了”。

逃离

2018年下半年，王骁文狠心关掉了三家店，即使美团和饿了么两个平台能为他每天带来15000人次的曝光量。

“关店是必然的，配送跟不上是个大问题。比如一天有好几百单，而一半以上的单子都要一个小时甚至将近两个小时才能送到，这些客户大概率就不会再点我家的外卖了，而如果这种情况持续一星期或者半个月，就容易形成恶性循环。”

甚至，他还听到过不少来自骑手的抱怨。高峰时段，在宁波中心商圈商务楼送外卖时，骑手光是等电梯就要花15分钟，他们大多选择跑楼梯，而在这个过程中，食物很难因为颠簸而完好无损。

要么超时要么撒漏，左右都是被投诉。某种意义上，关店是王骁文在及时止损。

可更多的外卖商户关停店面则是一种无奈之举。以王骁文高新店所在的扬帆广场为例，开的比他早的关了，和他同期开的关了，开的比他晚的也关了，“凉了一片”。

眼看他起朱楼，眼看他宴宾客，眼看他楼塌了。

“很多新店刚开始，平台会给一定的补贴，自己也出很大力度的补贴，导致利润非常低，一旦平台补贴被取消，他们的单量迅速减少，很少有人还能扛住的。”王骁文说。

另外，外卖平台佣金的上涨也让众多商户如鲠在喉。

“一开始我进驻美团，服务费只有15%，还是有赚的。”咖啡店店主王军说，佣金是按照营业额占比收取的，对于那些每单佣金低于4.5元的，仍收取固定的4.5元。

“‘百团大战’时期，美团、饿了么、百度在外卖领域三足鼎立，他们为了抢占市场份额，推出各种补贴政策，对于商家和顾客都是好事，因为大家都拿到了实惠。”

随着“烧钱”大战僵持不下，百度选择退出，仅剩的美团与饿了么继续对垒，这时候，美团对商家的佣金从15%涨到18%，后来又涨到20%。

不久前，在美团与王军新一年的续签合同中，22%的佣金赫然在目。“做外卖的商户越来越多，我们的订单量持续下降。这么下去，没法儿干。”