

坚守

即使悬于头顶的“达摩克利斯之剑”摇摇欲坠，依旧还有人在坚守，还有人在前赴后继地攻城略地。

单就王骁文所见到的而言，每个星期还会有外卖新店开业，“虽然形势不算好，但没有人否认它还能赚钱。”

因为叫外卖已然成了一种生活方式。根据艾媒咨询去年发布的一组数据显示，中国在线餐饮外卖市场规模每年保持两位数速度扩张，2017年外卖市场规模突破2000亿元大关，2018上半年中国在线餐饮外卖市场规模已超1250亿元，2018年全年整体市场规模将达2430.0亿元。

艾媒咨询分析师认为，经过近几年外卖服务的普及，其市场发展已进入稳定增长期，在线餐饮平台竞争重点应从增量转向用户存量的挖掘，逐步转移到配送效率、服务体验、食品安全的优化。

这些，既是王骁文选择坚守的理由，也是他如何坚守的做法。

他留下来的四家店都是经过精心细选的，三家在大学城边上，一家在高新区的扬帆广场。“我们现在的目的很明确，就是抓牢学生和白领这两个群体。大学每年都有新生入学，也意味着我们每年都会有新的客户群。”

在美团没有对他上涨佣金的前提下，他果断把餐品的定价调低了20%。起初，他对自家外卖的目标受众有着清楚的认知：普罗大众他不要，能承担得起一顿外卖三十元左右价格的白领、年轻人群体，才是他的心头好。如今，再不愿意弯下的腰也得“屈服”于现实了。

“不少和我们同类型的新店本身定价就不高，再加上各种补贴，用户实际支付的可能就十块钱，我们一份二三十元的便当便没有竞争力可言了。我们的价格也只能往下压，当整个外卖市场都把客单价格调低后，利润就一直上不来了。”

对王骁文开了四年的几家老店来说，守住了就是胜利，活下去就有希望。

坚守路上，新店的日子同样不太好过。颜大翔的咖啡店藏在大河巷里，只有7平米，旁边是卖烧鸭面、龙虾烧烤、面结面、鸭脖等的店，再敏锐的嗅觉也很难从炸炒烹煮的人间烟火气中捕捉到咖啡豆的味道。

也正是因为店面实在太小了，几乎没有留下堂食的空间，他的咖啡店从开业之初，就定下了“立取即走”的策略，一旦量走起来的话，房租、人工、水电的费用会被压缩到很小。这决定了，他的用户群体大多都是从外卖平台来的。

从他去年8月份入驻美团和饿了么后，他与美团签的佣金一直是22%，与饿了么签的佣金稍微低些，17%。

最近，他联系了美团的业务经理，希望对方能降一下佣金，但被告知“只有大的连锁餐饮才有资格拿到较低的佣金，单店一般只能19%起，且佣金高低还和配送有着直接关系。一般来说，20%以上的佣金可以享受美团专送，配送范围更大、服务更专业，而低于20%的佣金只能享受普通配送，配送范围小，无法保证配送时效。”

为了求生，部分新店选择提高外卖餐品的价格，把成本转嫁给用户。一位不愿具名的韩料店老板告诉记者，比如一份辛拉面，在店内堂食定价15元；而到了美团和饿了么的外卖页面，这份辛拉面的标价变成了17元。

另外，美团外卖近日的战略中心转移，也被不少商户视为坚守下去的希望。1月23日，在2019美团外卖产业大会上，美团点评到家事业群总裁王莆中表示，2018年美团重点是满足消费者需求，2019年将重点转向商家，投入110亿元布局B端。

这110亿元不是单纯的补贴。据王莆中介绍，具体将会行业营销、数字化升级、供应链服务、商户奖励等四个方面重点补贴商家。

没有永远亏钱补贴的互联网平台，这是一个基本事实；美团、饿了么等外卖平台之间的竞争也不应只体现在费率上，这也是个不争的事实。

正如有媒体评论的那样——“在本地生活领域，决战的关键点应该是，谁能够通过高效的互联网技术真正给商家赋能，提升其数字化能力，为其直接带来客流和利润”，挨过了冬日，宁波的商户还是期待初春暖阳的到来。

22%是什么概念？

按王军的说法，如果消费者在平台上点了100元的外卖，那么美团要抽成22元。如果再遇上搞活动，比如满25元减5诸类，满减完后到手根本没有100元，但美团还是要收22元。

他算了一笔账：扣除房租、咖啡豆、水电、人员等成本，店里的利润基本在20%~30%。“咖啡店不像餐厅，量肯定比不了，而美团如此高的佣金，意味着它躺在那，就能获得我一大半的利润，无异于空手套白狼。”

王军显然不肯轻易认输。一方面，他控制外卖商品的分量，另一方面，他在微信上开发小程序，鼓励消费者用小程序点单，并与达达外送进行合作，企图绕过美团、饿了么两大外卖平台，以此降低成本。

对此，记者曾多次尝试联系美团宁波区域的业务经理，均没有得到正面的回应。不过，搜索相关报道，我们依旧能发现，美团方面公开表示是：“佣金提高主要是因为公司运营成本和人力成本的提高。而商家退出，则是部分商户合约到期，或被市场淘汰后的结果。”

无独有偶，作为美团的竞争对手，饿了么此前也被披露将佣金提升至26%。

记者从饿了么方面相关人士处核实，他们宣称“大多数是没有提高佣金，且正在切实降低佣金，目前全国的平均水平为13%~18%”。

不过，记者以“想要开一家日韩料理店”为由拨通了饿了么宁波区域业务经理的电话，得到的回复是：“具体费率根据门店基本情况、经营规模、菜品定价而定，目前，宁波市面上的日韩料理店的普遍费率在20%以上。”

商户不堪平台提价、配送瓶颈的压力。而美团点评的财报显示，美团餐饮外卖业务的毛利率从2017年开始扭亏，到2018年第三季度已提高到16.6%，平台对用户的议价能力明显提升。