

# 薅羊毛吃“霸王餐” 是正常营销 还是恶性竞争

随着人们生活节奏的加快和网络送餐便捷性不断加强,日常点个外卖,在家里轻松吃个饭,已经是不少年轻人生活中的一部分了。但是,记者最近接到一位餐饮业内人士的爆料:某些商家的“霸王餐”活动,正在“逼死”不少小餐饮店。这到底是怎么回事呢?

## 业内爆料 有商家每月花10万元补贴“霸王餐”

徐先生日前通过热线爆料,作为一个曾经的餐饮业内人士,对于目前市场上日益兴盛的“霸王餐”活动,表达了自己的担心。

“目前,有的商家用组建微信群等方式,在小程序上派发各种任务,让成员去他们指定的餐饮店下单,就可以获取高额的返现,有的甚至是免费的‘霸王餐’。这些进行推广的商家可以通过推广获取流量。”徐先生告诉记者,通过这样的方式,消费者需要给予好评,并且通过私域流量进行扩散和引流。这些餐饮机构所在的平台,看到相关数据后,就会利用算法给予其更多的曝光量和自然流量,让相关商家的订单量更多。

“不过,用这样的方式,餐饮机构付出的代价也不小。”徐先生

给记者算了一笔账,比如一笔20元的餐饮订单,加上返现、返点和推广费用,餐饮机构最多可能要付出25元,基本上是赔本赚吆喝。有的餐饮机构每个月花在“霸王餐”和高额返现上的费用有数万元,最高的要花10万元进行补贴。

徐先生认为,这样的操作会形成马太效应,非常不利于那些小型餐饮店。“本来小店的经营就比较艰难,现在这种方式让他们更加难以获得消费者的关注,长此以往,就会难以为继,最终只好停业或者转行。我觉得这是一种不公平的竞争方式。”徐先生希望这种现象应引起各方的重视,塑造一个公平公正的市场环境,而不要被“资本所控制”。

## 记者体验 用小程序订餐,25元返现18元

徐先生给记者推送了几个比较常见的小程序。记者进入之后,发现里面的确有不少商家在推出高额的返现活动。比如一单25元的订餐,可以返现18元,还免配送费。但是每个单品都有数量限制,页面上会显示剩余数量,主要还是看消费者的手速。一般来说,相关订餐单价不高,在20元至30元区间,每个单品的数量也不超过50个,品种从主食到甜品、饮料等。

“这种推广不同于各大外卖平台那么公开化,都是通过私域的人际传播,要有人拉你进群,然后

发布任务,每天的数量也是有限的,不过这样的群和小程序有很多,每天参与的人也有不少。”徐先生向记者道出了其中的奥妙。

记者在其中一个小程序中扫码加了一个微信,发现是企业微信,是专门用来做推广的。微信号工作人员表示,可以根据餐饮机构不同的定位和性质,制作相应的小程序,然后进行精准的拉人和推广,最后通过好评、提现等方式,让餐饮机构有更多曝光量,在细分领域中排名靠前。操作费用一般是每单销售额的5%。

## 网友说法 “薅羊毛”也要看好好不好吃

大学生小李之前被人拉进了一个群,下了几单“霸王餐”。

小李向记者透露,自己是通过朋友转发的链接知道了“霸王餐”的存在,第一次点进去后,需要输入手机号注册会员,并添加客服进行会员激活,才能进行接下来的免单操作,这让他有些担心自己的个人信息是否有泄露的风险。

浏览界面后,小李注意到里面不仅有有名不见经传的小商家,还有一些知名餐饮企业入驻,且返利力度也很大,但其中大牌需使用特定的“大牌专享券”才能返利,而这又需要更多的消费提升会员等级才有资格获得。

整个返利操作过程不是很难,基本可分为上传订单号和上

传好评截图两个步骤,上传完好好评后审核通过即可提现。不同的是,有的平台可直接通过网页链接上传截图,而有的平台需要通过APP进行操作。操作成功后,返利红包很快就到账了。

小李第一次点的是附近好评较多的店铺,可收到外卖品尝后,发现味道不尽如人意。他推测有许多商家也是通过这样的方式提升好评率,增加了店铺的曝光度。

“一开始,我就本着薅羊毛的想法,下了几单。发现味道没有想得那么好,后来就不再积极参与了。吃饭还是要看口味和感觉,不是免费或者便宜就是好的。”他的话代表了部分消费者的心态。



徐先生向记者推荐的小程序截图。



下单后的返利活动。受访者供图

## 平台态度

### 严禁虚假刷单行为

线上展示餐厅、支持点外卖等方式,一方面为消费者提供了多元化的消费场景,而另一方面也会出现一些刷单、虚假好评以及恶性竞争的情况。因此,一些大平台对此类事件始终保持着高度重视。

大众点评一位工作人员表示,对于虚假点评等行为,他们一直采取零容忍的态度。平台方在此类情况中,会采取多种手段,推动政企联合共治,维护良好的网络消费环境和秩序。

## 专业人士

### 这种方式并不新鲜

不过,也有专业人士对徐先生的爆料提出了异议。甬邦餐饮联合会秘书长水锡锋认为,这只是市场竞争的一个常规表现,也并非新鲜事。

“在网络和平台出现之前,这种类似的促销方式就有了,比如一元钱尝鲜、开业大酬宾或者买一送一。现在无非是通过网络把这个范围扩大而已。”水锡锋觉得,类似“神秘人”爆料的方式,可能更多是出于一种竞争手段。“餐饮商家既然愿意参加这样的活动,起码他们认为这对生意是有帮助的,如果你愿意也可以加入,这是一个权衡的关系和过程。”

他也认为,在没有违反平台规则和相关法律的前提下,商家可以采取不同的促销活动。当然过度的资本介入,确实会让部分中小餐饮机构难以为继,不过这也是市场竞争残酷性的一种表现,商家要从餐饮质量上下功夫,再通过适当的宣传方式促销,“整个市场是一个动态平衡状态,从长远来看,总会回归正常的趋势。”

记者 毛雷君 黎莉  
实习生 张吾菲