

短视频带火餐饮团购套餐 是“财富密码”还是“饮鸩止渴”

□本报记者 张五阳 文/图

近两年,随着短视频平台的兴盛,餐饮团购套餐也跟着火了起来。这种套餐大多依靠探店达人到餐饮店展示就餐环境与菜品,在试吃环节中进行点评,让消费者可以不用出门,动动手指就能了解到这家店的特色美食与地址,“低折扣”“限时福利”等诸多优惠吸引着消费者前去打卡。

那么餐饮团购套餐到底是“财富密码”还是“饮鸩止渴”?到底谁赚了?谁赔了?

► 市区一家开团购套餐的饭店



社交平台变美食雷达 团购套餐成消费首选

本报讯 “我在抖音上看到一家湘菜馆的介绍,看着不错,一起去试试吧。”9月2日晚7点,刚结束一天工作的95后女孩周敏正给朋友打电话约饭。

周敏是一个美食爱好者,平时没事就喜欢看看美团、抖音和小红书等平台上的美食推荐,还会跟随博主们的步伐去探店、寻味。

“我喜欢尝试不同的美食,通过这些平台我可以直观地了解到一家店的环境怎么样、服务是否周到、人均消费等。”周敏告诉笔者,在她的抖音好友之间,美团和抖音的使用率非常高,大家刷到自己感兴趣的美食都会发到群里以供日后约饭。

“我喜欢吃鱼,你看我在搜索栏里输入一个‘鱼’字,下面就出现了这么多不同的鱼类餐馆、不同做法的鱼类菜品。”周敏说,通过社交平台,她常常能搜索到自己想吃的美食。

9月4日晚,在市区曙光街与中兴路交叉口附近的一家火锅店门前,聚集着不少年轻人,三五成群,或聊天,或刷手机。大三学生吴靖雯正与朋友耐心地等候就餐。

“我常在抖音上刷到他们家的视频,看起来挺诱人的,而且还有团购套餐,就来试试。”小吴告诉笔者,这家火锅店在抖音上人气颇高,顾客评论也比较好,爱“薅羊毛”的她自然不能错过。“你看我团的这个火锅套餐如果到店单点的话加上锅底小料费要350元左右,但团购价只需要200元左右,我们四个人吃的话,团购要划算得多。”吴靖雯展示着她团购的套餐。

小吴说自己在杭州上学,平常就喜欢通过各个平台的团购来薅商家的“羊毛”。无论是奶茶、咖啡、火锅、烤肉还是电影票,购买之前先看平台是否有团购。“有团购的话更能吸引我,虽然有些餐饮团购价跟原价并没有相差多少,但我还是会选择团购。一方面享受这种‘薅羊毛’的感觉,另一方面也能让自己养成良好的消费习惯。”

笔者发现,像小吴这样的团购党不在少数。“我定了某某平台的套餐,帮我核销一下吧”这样的话越来越频繁地出现在年轻人消费的场景中。一些平台上仅有0.5元优惠幅度的饮品却能月销上万单,这也确实表明团购这种消费方式获得不少年轻人的拥趸。

“以前跟父母一起外出就餐,他们通常都会单点,但自从看到我通过团购获得那么多优惠后,他们也开始使用团购了。”吴靖雯说,自己热衷的“团购”也在慢慢改变家人的消费习惯。

(朱梦楠)

达人探店赚不赚钱

“很多人都认为我们这个行业很风光,吃吃喝喝就能把钱赚了,但因为入门门槛低,我们这个行业并不如此,太内卷了。”9月1日,探店达人小张面对记者采访时,表现得很有无奈。小张说,在餐饮团购套餐刚出现时大家对这种新模式比较新鲜,那时的确能赚钱,随着越来越多的达人出现,现在餐饮团购套餐已经到了瓶颈期。

“现在基本一天就2000元左右,我们准备由原本的短视频团购向直播团购转型。”小张认为,入门门槛低是关键,很多达人才1000粉

丝就去找商家做餐饮团购套餐,而很多商家因为之前已经有了粉丝量较大的主播谈好的优惠套餐,也不在乎多一个达人去推广。

探店达人李小姐是我市某事业单位的员工,平时喜欢吃吃喝喝,自从发现了餐饮团购后,就开启了餐饮团购套餐达人之路。

“商家对我们挂团购套餐不抵触,我平均一天分佣金10多块钱,一个月加起来也不少了。几张图加个音乐,视频就做好了,既赚钱又能涨粉,还不耽误工作,何乐不为呢?”李小姐说。

记者在几位探店达人的采访中了解到,达人“探店赚佣金”既有个人行为,也有团队公司化运营,赚钱方法途径分为“付费探店”“套餐分佣”“直播抢购优惠券分佣”等几种方式。所赚金额也两极分化,头部达人靠商家给的探店推广费用加套餐分佣平均算下来一次有7000元左右,而一些刚入行的达人不仅要给商家免费拍视频,其销量分佣金也不会太高。在和商家的合作模式上,有粉丝基数的达人大多会直接进店和商家对接,粉丝少的达人则会选择商家发布的任务。

商家对团购套餐又爱又恨

打开短视频平台,搜索本地美食,便能看到琳琅满目的餐饮团购套餐,有大饭店的多种菜品团购套餐,也有如奶茶、蛋糕、土豆粉等零食小吃,甚至炸鸡排都有团购套餐价。如此多团购的背后,究竟商家对餐饮团购套餐怎么看?

市区凌云路一家餐饮店的经理杨鑫告诉记者,他们曾推出的小龙虾团购价399元。“一斤(1斤=500克)小龙虾成本在23元左右,加调料、配菜等卖399元,等于把所有利润都让出来了,目的就是为吸引客流。后来实在顾不住本儿,就给撤了”杨鑫说。

杨鑫介绍,商家对团购套餐又爱又恨,不上套餐,没有人来,上了套餐,人多了不挣钱,且越大的店越赔钱。此外,商家对套餐的折扣价格也在内卷。比如在他们店中团购

价399元的小龙虾,在一些烧烤大排档团购价是299元甚至199元。

经营一家米线店的老板王春红近期上了餐饮团购套餐,米线加鸡蛋加香肠等套餐原价11元,团购价6.9元,相当于打了6.3折,经过达人探店推广之后,店里中午到晚上几乎桌桌坐满。但是她在算账时发现,除去人工、房租、水电、饭菜成本后,看似热火朝天地干了一天,白忙活了!

“我们是小店,一共就10张桌子,来吃饭的全部都是团购进店的顾客,这些团购顾客在吃饭点把原本自然进店的顾客全‘挤’出去了。不赚钱就等于赔钱,我不准备再整了,这么继续下去,我们离关店不远了。”王春红说。

市区凌云路的一家鱼火锅店一次直播抢购餐饮团购券的金额

就达7万元,而店老板坦言:卖得越多,隐患越大。吃饭的顾客都是拿着优惠券来的,他们以后想恢复原价很困难。“假如你之前花20块钱就吃到了60块钱的饭菜,现在要你花60块钱原价吃,消费心理上是有差距的。”店老板说。

在走访商家中,记者发现,所谓餐饮的团购套餐大多以“折扣”去吸引顾客进行消费。多数折扣是4至6折,有些商家折扣甚至低至3折,如:筷子兄弟的2至3人套餐,原价129元,团购价399元,折扣仅3.1折。值得一提的是,有些靠场景(能办大型婚庆、会议的饭店)、服务(高端料理店、茶餐厅)、独特性消费的饭店,大多不受餐饮团购套餐的影响。“在这种情况下,我们是在饮鸩止渴。”一家开了团购套餐的店老板王先生无奈地说。

顾客能否落到真实惠

家住市区光明路与园林路交叉口附近的职场新人小王是忠实的“团购拥护者”。“我只看折扣低的饭店,一天换一家饭店吃,口味天天换,适合我这种刚入职工资不高的人群。”小王说。

9月2日中午,在市区某商场内就餐的刘女士约好友张女士一起吃饭,问店家的第一句话就是“有没有团购套餐”。刘女士坦言,她自从发现了餐饮团购套餐之后,几乎所有的消费都围绕着套餐团购价进行。“一顿饭,多一点的套餐也就五六十块钱,少一点的三十多块钱能吃到原价一百多元的饭

菜,一天换一个饭店,吃不同的口味,还能省不少钱。”刘女士说。

“我曾经遇到过两次‘坑’,对一些小型商家团购有了质疑。”在市区某事业单位工作的刘晓丽告诉记者,一次是菜品数量不一致,后来才发现有小号字标注的内容三选一。另外一次是菜品不新鲜,找了商家才给予调换。

“达人和平台赚钱,消费者落实惠,餐饮店让利维持,目前就是这样的情况。”市餐饮与饭店行业协会秘书长李卫国介绍,这两年实体店餐饮店并不好做,多数店老板其实也懂,但为了“活下来”,只能采

取这种以“低折扣”吸引顾客进店的经营策略,而且尽管使用了这种方法,商家也大多是在苦苦维持,而且因为长期让利,商家也撑不住,所以也可能会有一些商家为了多赚利润,出现“歪门邪道”的情况。

李卫国说,对于消费者而言,享受套餐价的同时,要认真核对菜品数量,同时也要注意菜品的新鲜度,以及是否与图片或视频达人所描述一致,是否有大盘换小盘等情况,避免自身权益受到损害。对商家而言,维护好市场价格体系,不要恶性竞争,不要以次充好,欺骗消费者,以免得不偿失,雪上加霜。