



## 热搜榜

前段时间，“外卖2个馒头收2次打包费”的话题冲上了热搜，引来不少消费者的关注，网友感叹道，真搞不明白商家到底是在卖餐品还是在卖包装！齐鲁晚报·齐鲁壹点记者发现，在德州类似的问题同样普遍，市民对此也表达了不满，不少商家表示，外卖平台抽成高，多次收取包装费也是无奈之举。

# 一份外卖却要收多份打包费

## 网友直吐槽，商家也无奈

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 马雪平

| 打包费说明       |          |       |
|-------------|----------|-------|
| 口袋1         |          |       |
| 招牌1份        | 每份收2元    | ¥2.0  |
| 点右上角★收藏...  | 每份收2元    | ¥2.0  |
| 随机赠送小凉菜     | 每份收0.99元 | ¥0.99 |
| 纯手工猪肉丸1份... | 每份收1元    | ¥1.0  |
| 小计          |          | ¥6.98 |



### 用户：部分商家的外卖包装费竟按种类收钱

“7样小菜在店里吃都是免费的，而点外卖却要收1.8元的打包费，更令人不解的是，小菜是和点的米粉放在一起的，这合理吗？”市民马先生提出了疑问。

市民刘先生也遇到了类似的问题，“我点了一份面条，加了丸子、鸡蛋等4样配料，要收6.98元的打包费。”刘先生说，配料明明和面放在一起，为啥还要另收打包费。刘先生本还要加辣椒油和醋，但这两样需要收取1.8元的

打包费，只得放弃。

9月1日，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者就外卖打包费问题，随机采访了几位市民。“之前外卖点烧烤，送来后明明都放在一个大袋子里，包装费却按种类收钱，几乎每样肉菜都有打包费，我点了5样就5元打包费，而自己去店里打包，却不收取包装费。”市民王先生说。

市民刘女士则对该现象表示理解，她认为，增加包装费是商家盈利的

一种手段，毕竟商家也要有收益，相互理解吧。

一位美团骑手表示，自己清楚平台上会对店家有抽成，平台上价格与包装费都较贵，所以自己选择在上班前去店内堂食。“但无论平台抽成多少，店家的包装费多少，恶劣天气较贵的配送费等，都与我们的工资无关，无论什么情况我每送一单都是5块钱。”

随后，记者选了三八路银座附近一家的麻辣烫，打开美团线上平台，一

份套餐为23.5元，加汤底1.99元、包装费4元、配送费1元，共29.98元。

而在饿了么平台上，同样的套餐为25.5元（会员价为23.5元），加汤底1.99元，包装费2.99元，配送费为0元，共30.48元。最终价格相差甚微，但美团上的包装费设置的较高。同样的很多商家点餐都需要打包费，在美团上普通餐饮的单个打包费在0.5—2元不等，用户点餐很少有不需要打包费的外卖。

### 商家：平台抽成高，设置包装费也是无奈之举

虽然“出了名”的包装费遭到了消费者的吐槽，但商家也表达了自己的难处。

记者了解到，外卖平台对商家的外卖订单抽成比例较高，不少商家选择用减少分量、提高价格或设置较多的包装费来保证自己的利润。

“前两年，通过美团业务员的推销，我们才加入的外卖，没想到一单抽成大约在22%左右。”位于东地大街的一家早餐店老板姜先生说，加入美团外卖只是想多一个销售渠道，但美团平台上月销量只有不到500单，店内生意仍是主要业务，店内忙起来不一定能顾上美团的订单。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者在店里看到，一份标准量早餐为4.5元，豆浆为2.5元，在店内打包带走为7元。而在美团上，一份标准量早餐为9.99元，豆

浆为5.99元，早餐每份打包费为1元，豆浆不另外收打包费，配送费为0元，一份外卖为16.98元，比店内购买贵了近10元。

“平台上的条条框框我们并不清楚，所有活动、价格都是美团业务人员帮忙设置的，我们要求平台除去抽成，保证利润就行。”姜先生告诉记者，打包费是自己店设置的。

“我家加入美团外卖三年多了，平台抽成为23%，比如这一单顾客实际支付21.7元，我实际收入只有11.06元，比例几乎是对半。”一家米粉店的老板庞先生表示，小分量订单自己利润非常低，大分量的订单所得利润还好些，比如顾客支付60多，自己实际收入能40多。

庞先生告诉记者，因米粉需要粉、汤分离，盒子和塑料袋都要用到，外面

再套一个大塑料袋，成本增加了，再加上平台抽成，为了保证利润，只能在价格和包装费上“做文章”。

“店内小份米粉为12元，美团上活动价是15.5元。即使顾客不叫外卖，店内打包也需要1元包装费，美团上我设置的2元。”庞先生介绍。

记者在美团上看到，除了米粉有打包费，店内免费的小菜也有0.3元的打包费。“那小菜是打包单独放吗？”记者问到。“小菜是和米粉放一起的，我们没有另外的收包装费，有时候美团有活动给我们改价格，我们都不知道，如果不做平台的活动流量就少，流量少也就没有订单。”庞先生表示，自己对这些不太了解，为此还专门请了运营负责平台的内容。

除了抽成，庞先生每天还需要支付16—40元多不等的推广费，“我在平

台上充了钱，它每天根据顾客点击率、购买率、曝光率等自动扣费。”庞先生表示，自己也考虑过关掉推广，但是一旦关掉，每天只能有3—5单的外卖收入，顾客除非搜索店名，否则在浏览页面上排名不会靠前。

庞先生告诉记者，即使外卖的利润远不如堂食，加入了美团和饿了么两个平台，也能为自己店做宣传，多渠道赚个人气，但两个平台的抽成都是一样的。

“我们面包、点心都设置的不收包装费的，蛋糕需要2块钱包装费，因为需要放冰袋冷藏，防止在路上奶油化掉。”新湖大街一家甜品店老板高女士表示，她的店在美团接单，但并不由美团骑手配送。“自行配送平台抽成会低些，我们店的抽成是17%左右吧。”

### 平台：打包费由商家根据成本价按订单数量设定

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者发现，打包费在平台上不可取消，是硬性收取的一部分，但商家收取打包费的标准并不统一。记者向美团工作人员了解到，打包费是商家根据成本价按照订单数量进行收取的，也就是说收取的打包费是到了商家账户，是商家收益的一部分。美团后台只根据餐品种类的差别，对打包费设定上限值为10元，而对于商户庞先生所说的平台改价格并未回复。

同样，饿了么平台客服也表示，打包费差异以各个商家为准。对于配送费则是平台系统根据位置、时段、天气

等因素自动计算设置的。

据悉，各大外卖平台起步阶段约在2015年，这时的美团等平台迫切需要大量的商家入驻，经过两年的运营发展，美团在全国的外卖地图不仅扩大了范围也增加了商铺数量，对于一些线下经营不善的店铺也多了一条销售、宣传的渠道。有了人气与市场，便可以更好地盈利，从2018年开始，美团外卖抽成由15%提高至23%。

随着平台运营成本和人工费用的增加，美团逐渐调高抽成比例。在2020年4月，广东省餐饮服务行业协会官微发布交涉函，文中指出了美团外卖抽

成太高、设置垄断条款等问题，且当时正处于疫情后餐饮业的恢复阶段，美团的高抽成引起了广东省几百家餐饮企业的不满。

另据媒体在2021年5月的报道，美团对于履约服务费的抽成是遵循“保底费用+固定比例”的规则。商家与美团的合约中会规定每一订单抽成的固定比例，也会规定4—6元的保底价格。当订单价格乘以抽成比例小于保底价格时，会按照保底价格扣除相关费用；当订单价格乘以抽成比例大于保底价格时，会按照比例来扣除相关费用。根据商家自身的规模、是否签署独家合约等

因素，固定抽成比例在16%—23%不等。

面对美团高比例的抽成，商家要么选择黯然退出，要么继续承受。而平台的这种利润分配模式是让不少商家从价格、分量、包装费上“下功夫”的主要原因，成为弥补利润新手段、新套路，而这个利润分配模式最终承担却是消费者。

对于商家与平台付出的成本与人工费，消费者是可以理解的，但对于卖消费者高价包装费来贴合成本，是不可取的，那么如何尊重消费者的自主选择权，又能维护商家、平台的收益，是值得思考的问题。