



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	每1份收2元	¥2.0
点右上角★收藏...	每1份收2元	¥2.0
鹌鹑蛋1份(...	每1份收0.99元	¥0.99
随机赠送小凉菜	每1份收0.99元	¥0.99
纯手工猪肉丸1份...	每1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赶上美团的订单。

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品类的差别,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,包装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。