



“零元购”大战升级 新“三国杀”局势已成！ 外卖“烧钱”不止 能否“烧到”消费者心里？



外卖神券天天领

超值红包享不停



各大外卖平台之间的“用户争夺战”，从刚刚过去的7月第一个周末起愈演愈烈。连日来，美团与淘宝闪购分别放出了大量且大额的外卖红包券。不少网友称，7月5日以来，自己一打开外卖软件，便会收到系统自动派发的大额优惠红包。面对2元一杯的奶茶、不到10元一顿的午餐，网友纷纷调侃：“真吃不动了，再这样吃下去，自己就要‘出栏’了。”不过，平台靠“砸钱补贴”的形式带来的增长是否可持续？

A 用户喜提“零元购”

“外卖大战”打响后，不少消费者迅速晒出了自己的“薅羊毛”战绩。7月5日下午5时左右，多名网友在社交平台上分享了自己在淘宝闪购以及美团两大平台上领取的大额无门槛外卖红包券，其中包括“满25减21”“满25减20”“满16减16”等。网友晒出的账单显示，一杯原价26元的某知名品牌奶茶，只需要2.2元就能买到，而且还免配送费。

另外，不少网友领到券后用不完，还用预订单订好了第二天的早中晚餐和咖啡奶茶。“很多都是‘零元购’或者几毛钱，太划算了。”外卖红包的大批量派发，让一些外卖平台出现了系统崩溃现象。

7月5日下午，部分网友在社交平台反馈，美团的外卖页面显示访问出错，出现了点不了外卖的情况。7月5日晚8时，“美团外卖”官方微博发文称，7月5日下午6点前后，因用户下单量突破历史峰值，触发了服务器限流保护，美团App小范围地区用户出现了短时服务异常，现已全面恢复，大家可以正常下单。其间部分受影响用户的优惠券，可延续至次日继续使用。美团外卖还表示，针对部分受系统影响短暂出现接单异常的商家将进行回溯，确保商家评分及后续排名等不受影响。

B 店员和骑手“忙冒烟了”

在这一轮“大战”中，平台接到的订单量有多大？7月5日深夜，美团公布的即时零售数据显示，截至7月5日22时54分，美团即时零售当日订单已经突破1.2亿单，其中餐饮订单已超过1亿单。7月5日20时45分，美团内网曾显示即时零售日订单突破1亿单。7月6日，美团工作人员表示，这一数据已经创造了平台有史以来的最高纪录。公开报道显示，去年夏天美团的订单峰值超过9000万单。

消费者疯狂下单，让不少外卖骑手接单量暴增。有骑手在社交平台晒出自己在7月5日当天的收入截图，附言“过上了一个晚上挣1000元的好日子”。截图显示，该骑手收入包括80元、180元和450元的“高温关怀金”，还有247.9元的收入，以及71.5元的“专属阶梯单单礼”，当天收入为1029.4元。

不过，也有餐饮店员和骑手表示，面对如此庞大的订单量，工作岗位上的自己也忙得脚不沾地。

在上海挪瓦咖啡由世纪广场店，咖啡机超负荷运转，打包台堆满待取的外卖单，店员们脚步带风。门店负责人王睿（化名）见证了周末单日外卖订单的翻倍增长，最

繁忙的周末整体订单量环比激增30%，比去年6月更是翻倍。为了应对汹涌的订单洪流，上周末，门店早班员工从平常的2人紧急增加到4人，全员进入加班加点状态。物料供应虽然经受住了考验，但是有限的门店空间（含前后仓）在高峰期仍显捉襟见肘。王睿表示，门店甚至曾因压力过大而短暂休息过半小时，调整后迅速恢复。

山东一家蜜雪冰城店员也在周末经历了“史无前例的爆单”。这家店日常周末营业额约1.3万元，在7月5日冲至1.7万元，创下营业额新纪录，售出约2700杯饮料。为了消化订单洪流，门店运营极限拉伸。

益禾堂外卖业务负责人湛鸣透露，门店这两个月延长了营业时间——从原来的早九点半到晚十一点，变成早八点半开门，甚至凌晨三点才结束。人员排班、食材储备、员工激励措施都需迅速调整。“这一两周每天都在加班加点加人，去准备食材、调整人员排班，尽量消化掉订单增长。”湛鸣还说，许多奶茶店不得不大量招募兼职，甚至动员亲属临时帮忙。“美团一开直接爆几百单。”有从上午加班到凌晨的店员在社交平台晒出自己的工作照，三个店员一人打包一人备料一人做餐应接不暇，只能紧急关闭外卖通道；待处理完重启饿了么，瞬间又涌进爆单。如此循环往复，根本做不完，而且第二天还有大量的预订单。

在配送末端，骑手们的车轮同样擦出了火星子。“5日夜里很多顾客看到优惠下了预订单，早上我们骑手去取餐的时候，看到的预订单就已经800多单了。”重庆骑手廖泽萌从后台看到，很多奶茶订单只要0.01元。饿了么小哥华元也有点无奈：“我现在人都是蒙的，上线一秒就跳出来了18个订单。”7月7日午高峰，华元试着联系一些顾客，询问是否能将外卖放在写字楼的外卖柜，得到肯定的答复后，他会表示感谢，把取件码发送给客户，然后顶着烈日继续出发。在手机页面上，还有十几个外卖待送。这两天，不少人说自己明明啥都不缺，但看着各个平台的大额优惠券，“手很诚实地继续下单”。

C 新一轮“大战”缘何而起

在连日来消费者忙着下单、商家忙着接单、骑手忙着送单的局面背后，是外卖平台开启的新一轮竞争。有业内人士认为，淘宝闪购是引发本轮暑期外卖大战的“始作俑者”。

7月2日，淘宝闪购宣布启动规模高达500亿元的补贴计划，将在12个月内直补消费者及商家。通过发放大额红包、免单卡、官方补贴一口价商品等方式给消费者带来优惠，同时上线店铺、商品、配送补贴及免佣减佣等措施，促进商家生意增长。

有消息称，7月5日是阿里外卖的冲单日，目标是峰值订单超过美团，预计可达9000万到1亿单。另外，阿里外卖的目标是2到3个月，整体订单和美团对齐。

新入局者京东也在7月8日宣布正式启动“双百计划”，投入超百亿元真金白银，扶持更多品类标杆品牌销量破百万，包括流量扶持、营销补贴、优质配送等。而为了阻击阿里，美团也上线了大量的外卖优惠券。

事实上，今年春节过后，外卖市场就持续热闹。京东外卖的高调入局，淘宝闪购加码即时零售，外卖行业从以往的二元格局，变成了美团、阿里与京东的“三国杀”。

显然，三家平台在日订量上的“争抢”进入了白热化阶段，尽管美团仍占据头部，但是淘宝闪购与京东外卖后来居上，实力不容忽视。

补贴、烧钱、场景营销……电商平台短兵相接的场景大家早已不陌生，但也有人提出疑虑，这一场“即时零售战”能打多久，订单的高增速又能维持多久？

当平台停止烧钱后，最终还是要回归骑手配送、平台运营、系统建设、用户服务等上来，而这些硬实力，拼的是长期耕耘，和对远景目标的把握。中国连锁经营协会客座顾问、零售电商行业专家庄帅认为，多业态协同发展将成为各大电商平台竞争的核心。

华东政法大学竞争法研究中心执行主任翟巍表示，从行业健康发展角度，外卖平台应当从短期的高额补贴竞争转为长期的“高质量竞争”，外卖平台应当制定合理的抽佣比例、运营模式、算法运行机制，切实保障作为新业态劳动者的骑手利益和平台内中小商家的利益，最终既使平台获得健康、有序发展，又能够惠及广大消费者、骑手和中小商家。据《中国商报》，综合自《广州日报》、上游新闻、潮新闻