

餐饮业与外卖平台：唇齿相依抱团取暖

本报记者 刘大江、胡林果、邓瑞璇 | 编辑 黄海波

疫情之下，餐饮业成为受冲击最严重的行业之一。随着国内疫情防控向好态势进一步巩固，餐饮企业积极转型应对危机，加快复工复产的步伐。然而消费者信心仍然有待恢复，行业复苏困难重重。

不久前，广东省餐饮服务行业协会与美团的一场“喊话”，再度折射出当下餐饮企业，尤其是中小微餐饮企业的生存困境。

140岁老字号挤上外卖“赛道”

一出新鲜饱满的虾饺，一笼蒸汽腾腾的排骨，再配上一壶热茶，和朋友闲谈二三——融进“老广”生活脉搏的“叹早茶”，三个月前一度按下“暂停键”。

在餐饮寒冬里，食客们放缓了消费的脚步，但餐饮企业却在想尽办法走近食客。

已经140岁的陶陶居，第一次加入“外卖大军”。这家老字号上线外卖平台后，迅速受到食客欢迎，新出菜品盐焗鸡更是成为“爆款”。

陶陶居总经理庞光胜说，他们还在尝试升级外卖包装，让消费者在家也能吃到热的盐焗鸡，“希望打造更年轻、更时尚的菜品，让粤菜实现创新传承。”

粤菜讲究食材新鲜和赏味时限，所以粤菜餐厅注重堂食体验。但受疫情影响，广州酒家、陶陶居等广东知名餐饮企业，以及众多中小型餐饮商户，纷纷转战线上，拓展外卖业务。

中国连锁经营协会3月发布调研报告显示，疫情期间，91.6%的连锁餐饮行业样本企业发力外卖产品。

从堂食到外卖，既是转型也是自救。仔记士多，广州一家粤菜大排档，开店20多年来一直只做堂食，疫情暴发后不得不开设外卖服务。

“堂食全停了，整个2月份只能依靠外卖来做。”仔记士多负责人李彩君说，上线美团外卖平台后，迅速增长的订单量让她有些意外，“现在堂食已经恢复，但外卖依然占到一半的营业额。”

多地餐协“喊话”外卖平台降费

随着疫情防控形势趋于平稳，广东餐饮行业正在有序复工。然而，恢复堂食以来，客流量、上座率普遍不太理想。

午餐时间，记者来到广州天河区一家粥粉店。老板龙利群一边招呼店内的客人，一边麻利地打

包餐食交给外卖小哥。

“堂食生意不到以前的一半。”龙利群坦言，今年2月以来，他一直很发愁，为了尽量多揽订单，已经上线两个外卖平台，“房东不肯降租金，现在每天的营业额不够开店的成本。”

截至目前，美团销量占据仔记士多外卖的八成以上，弥补了堂食不足，但李彩君高兴不起来。美团平台每单要抽取16%的佣金，加上堂食客流下降，全部销售额也只够覆盖成本。

李彩君认为，如果没有外卖，自己的餐饮店难以生存下去，要是能进一步减低平台佣金，对于餐饮店的健康发展更有益处，也有益于外卖平台的持续运营。

当外卖成为主要营收来源，外卖平台的佣金率，自然就成为餐饮行业关注的焦点。

4月10日，广东省餐饮服务行业协会向美团外卖发出交涉函，提出降低佣金费率并停止独家平台限制两大诉求，引起舆论关注。

事实上，疫情暴发后，河北、山东等地多个餐饮协会，也通过“公开喊话”的方式，呼吁美团、饿了么等外卖平台降低佣金费率，以缓解餐饮商户的经营压力。

佛山市南海区一家“桂林米粉”店负责人告诉记者，他们营业收入中，50%用于支付房租，20%用于支付原材料和人工成本。上线外卖平台后，抽取的佣金费率超过20%，自己的利润相当微薄。

美团对部分商家加大返佣比例

尽管相关部门已出台多项扶持政策，但对部分餐饮企业来说，租金、人力等成本依然难以消化，消费者信心不足则影响市场整体复苏。

根据国家统计局4月17日发布的数据，今年1月至3月，全国餐饮收入6026亿元，同比下降44.3%。

压力之下，有的餐饮企业通过涨价等方式自救，但效果并不理想。近日，西贝莪面村和海底捞上调菜品价格，引发消费者不满。两家企业随即致歉，表示将把价格恢复到门店停业前的标准。

在与美团的交涉中，广东省餐饮服务行业协会提出，在美团外卖平台上，部分商户被抽取的佣金率达到26%，超过企业承受范围。呼吁美团减免整个疫情期间，广东省内所有餐饮商户外卖服务佣金5%或以上。

无独有偶，日前，浙江温州、江苏淮安等餐饮商户反映，其入驻的饿了么外卖平台，要求“独家”签约，否则将佣金上调至27%。

广东省餐饮服务行业协会表示，佣金高是一直存在的情况，此前餐饮企业对此并未十分在意。这次疫情让餐饮业受到冲击，外卖成为主要营收来源，餐饮企业经营外卖只为稳岗就业、保障民生，而外卖平台未有实质性的改变。

美团方面回应，“佣金是一个浮动值，普遍在10%—20%之间”。美团高级副总裁王莆中解释称，外卖平台的佣金由三项资费组成，分别为平台使用费、技术服务费和配送服务费。2019年美团外卖佣金收入为496亿元，其中超过400亿元用于支付骑手的费用。

“这意味着，美团外卖平台佣金超八成用在了骑手身上。在美团平台，近400万骑手获得了收入，降低佣金势必对骑手的收入造成影响，直接影响就业民生。”王莆中说。

经过交涉，4月18日，广东省餐饮服务行业协会和美团外卖达成共识：美团尊重餐饮商户自主选择线上各类平台，支持餐饮商家自主运营私域流量的多渠道发展，全面开放配送平台服务予以对接；对广东地区优质餐饮外卖商户加大返佣比例至3%—6%，扩大覆盖范围，返佣时间至少延长2个月。

王莆中表示，特殊时期自身也面临经营困难，但仍将继续对优质餐饮商户提供返佣扶持，加大补贴投入，希望带动商户订单恢复，提升消费信心，带动行业复苏。

“美团积极、及时倾听商家声音，及时推出一系列帮扶商家的切实有效举措，态度和诚意值得肯定。”广东省餐饮服务行业协会执行会长谭海城对这个结果表示满意。他表示，双方还将建立日常沟通机制，全力营造公平有序市场环境。

疫情彰显了外卖平台的价值，但未改变商户和平台作为唇齿相依的命运共同体的事实。广东省餐饮服务行业协会外卖专委会回复本报记者时表示，众多餐饮企业挣扎在存亡线上，外卖平台帮助企业渡过难关，餐饮行业才有可能继续支撑美团的长远发展。

多措并举助推市场整体复苏

广州吉目甜品店店主温女士告诉记者，门店每月固定开支超过8万元。过去只有10%左右的营业额依靠外卖，现在外卖成为主要来源，“即使外卖平台不收佣金，根据目前的订单量，每天五六百元的营业额，也不够各项成本支出。”

针对餐饮企业遇到的困难，业内专家呼吁继续开源和引流。提振消费信心。广州酒家集团餐饮管理有限



▲4月13日，两名外卖骑手在仔记士多门口等待。受访者供图

公司总经理何伟晖说，夜间消费本是重头，但集团目前的夜间消费收入，还没有达到预期值。消费者的信心还没完全回来，餐厅客流量、上座率有待恢复。

加大减免力度。广东3月出台政策，承租国有资产类经营用房的受疫情影响相关企业，可免收2020年第一个月租金，第二、三个月租金减半收取；北京、宁波等地也加大扶持力度，为部分中小企业减免房租。此外，万达、龙湖、新城等民营企业，或为承租户减免房租，或允许其缓交房租。

但对多数商家来说，短期的租金减免效果并不明显。根据中国连锁经营协会发布的报告，今年前两个月，近7成样本企业表示租金有所下降，但在这些租金下降的企业中，被减免金额普遍小于应付租金的20%。样本企业中那些位于购物中心的店铺，减免房租天数从7天到2个月不等，平均减免期为12天。

帮助企业“开源”。疫情期间，饿了么对商家推出佣金减免、资金支持、流量支持等优惠措施。美团推出商户扶持、返还外卖佣金以流量推广等措施。

互联网观察人士尹生认为，单纯依靠减免外卖平台佣金，对餐饮企业的帮助有限，核心在于帮助商家恢复经营和增加业务量。

疫情期间，一些餐饮企业为了自救，开始生产标准化食品或半成品对外零售。例如，针对一些热销菜系进行规模化生产，火锅店拓展生产“半自热火锅”、销售火锅底料等，提升整体收入。

2月21日，北京市市场监管局出台相关指导意见，全市允许餐饮服务单位在保证食品安全的前提下，在线上 and 线下销售本单位加工制作的半成品。

尹生建议，市场监管部门对于餐饮企业快速办理食品生产许可证予以行政指导，帮助餐饮企业更快实现自我转型。

发展多元线上渠道。中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为，“餐饮企业只有抱团才能与大平台博弈，单个餐饮企业议价力弱”。

广东省餐饮服务行业协会表示，鼓励餐饮企业多维度、多渠道获取流量，建立运营私域流量池，树立品牌IP影响力，切实降低流量获取与运营成本。

江西高安：“赣中明珠”更璀璨

近年来，江西省高安市发展势头强劲，去年首次进入全国县域经济百强县。但突如其来的新冠肺炎疫情，对经济造成的冲击前所未有，且国内疫情还没结束，境外尚在蔓延。此时，高安提出：确保完成全年经济社会发展目标任务。是否真的能实现？面对疑惑，高安市委书记袁和庚给出了三组数据。

第一组：3月12日，高安市单日工业用电量达837.94万千瓦时，首次超过去年同日用电量，随后保持稳定增长，于3月22日突破1000万千瓦时，恢复到生产旺季用电量水平，且一直稳定在1000万千瓦时。

第二组：截至4月10日，2020年全市计划新开工项目99个，计划投资104亿元；在建项目163个，2020年1—4月累计完成投资32.21亿元；竣工项目124个，2020年实际完成投资67.41亿元。其中投资65亿元的济民可信清洁工业燃气项目、投资10亿元的天孚光电5G通信项目即将投产。

第三组：截至4月10日，全市共新签约内资项目28个，其中亿元以上项目23个，包括投资达122亿元的新材料产业园项目和投资20亿元的装配式钢结构项目，累计签约金额229.08亿元；新签约外资项目1个，签约金额1.5亿美元，实际利用省外资金达19.14亿元。

“做出这样的判断，是我们基于现实基础，深思熟虑后的决定。不仅可以完成，我们还希望化危为机，实现进位赶超。”袁和庚信心满满地说。

一诺千金。实现任务，高安的信心和底气从何而来？深入企业和园区，可以找到答案。

行动快、敢担当，从而抓住了机遇，抢占了主动。这是高安信心和底气足的首要原因。早在2月11日，疫情防控最紧张时期，在抓好疫情防控同时，高安就着手复工复产和社会秩序恢复工作。在获得批准情况下，高安市先人一步撤销全市范围内所有高铁站、高速公路出口、国省干道防疫检测站，防疫检测点下沉到社区、单位、村庄。支持鼓励工业、农业和建筑业加快复工复产、应复尽复。此后，根据形势变化，不断调整策略和方向。



一步领先，步步领先。走进江西天孚光电生产车间，机声隆隆，一片繁忙景象。2月12日复工时，行业绝大多数企业还处在停产状态，江西天孚光电抢抓时机加快复工，巩固了老客户，新市场也不断扩大，新扩建的5G光通信器件项目也正在全面赶工。目前，订单排到了6月份，销售收入同比大幅增长。

这份信心和底气，还来源于高安市创新思路，善解难题，变压力为动力，化危为机，赢得了发展的主动权。

疫情面前，高安科学应变，主动求变，从每个细节入手，从一个个难点、堵点破起，从而在困难中捕捉和创造机遇。

疫情发生前，亿鸿钢构与建陶基地达成初步协议，投资1.5亿美元生产装配式钢结构。疫情期间，亿鸿钢构调整规划，土地要求扩大到400亩，而建陶基地，无法满足需求，项目面临流失可能。了解情况后，市里主动和投资方联系，同时，在市区其他地方寻找合适地块。最终，项目落户八景镇，3月份已开工，今年年底投产后，产能将达120万平方米。

下企业，入园区，进工地，处处是繁忙的景象，处处一片生机勃勃。一批引进的重大项目，开始“开花结果”，而新的项目，又接踵而至，为发展提供源源不断的动力。这也是高安确保完成任务的信心和底气。

来到高安建陶基地，还没进门，就看到一排排大货车在排队等候拉货。

高安陶瓷的生产销售旺季，提前来临。太阳陶瓷于2月18日点火开工生产后，销售收入达1.2亿元，比去年大幅增长，产销两旺；罗斯福陶瓷公司，每天运货车辆达200多辆，平均每天运载货物金额达500万元，而基地负责人的话更让人振奋：基地新上17条智能化生产线，145条生产线满负荷生产，部分产品出现断货。过去，高安陶瓷销售集中在黄河以南，如今开始进入四川、山东、内蒙古等区域市场，仅3月份就消化库存近4亿元。

