



外卖也能拼单啦?没错!外卖早已不是新鲜事了,但商家们最近却玩起了新花样,将外卖和拼单结合,上演了外卖版的团购。一些小伙伴已经抢先体验,仅需10元即可饱餐一顿。你心动了吗?

现代快报+记者 季雨

既能跟朋友拼,又能跟附近的人拼 10元饱餐一顿 外卖也“拼单”

10元就能搞定一餐

外卖平台“拼单”真香

拼单和团购,早些年电商平台就“玩”过了,其实并不是新鲜事。但是日前,各大外卖平台纷纷试水拼单模式,这种尝试让消费者们很是心动。

现在的外卖动不动就要二三十元,而拼单模式,则可以让人省下不少钱。10月19日,现代快报记者登录某外卖平台,在首页找到了外卖拼单的入口。平台打出的宣传标语就是:“9.9元吃好,0配送费”。点击入口即进入了拼单页面,同时跳出了“新人礼包”。这份新人礼包包括了首单返现以及拼单必成卡,在领取礼包后,就可以选择心仪的外卖店家了。

记者注意到,参与拼单的店家还真不少,菜品的种类也很丰富,有黄焖鸡米饭、水饺、蛋包饭、米线、汉堡、奶茶等。

这些菜品的价格普遍在10元上下,最高也没有超过15元。以一份洋快餐而言,一份香辣鸡腿堡、老北京鸡肉卷、小杯可乐的新人特价仅为6.9元;一份大份黄焖鸡米饭,加上土豆、豆皮等配菜,价格也才11.5元……若是不使用拼单模式,一份普通的大份黄焖鸡米饭就需要20元左右。

与网约车拼车不一样的是,消费者点击“邀请好友拼餐”,就可以发送给同事一起进行拼单。若是同事不想参与拼单,也不用担心。为了提高拼单的成功率,平台还在页面中设置了“附近拼单”的选项,可以查看附近正在拼单的消费者。如果看到心仪的店家,只需点击“立即拼单”就可以完成整个操作。

为吃饭“拼”了

网友们“广而告之”

现代快报记者了解到,拼单的操作模式,是外卖平台针对在同一家门店下单,收货地址相同或相近的不同顾客推出的外卖活动,其逻辑是节省配送运力,提升配送效率,鼓励门店用价格超值的菜品吸引顾客下单购买。在点餐方面,顾客可选择单独购买、拼单各自收餐、拼单一起收餐,这三种方式下单,区别在于对应的点餐价格依次降低。目前,在南京、无锡、沈阳、济南、厦门等城市,都已经开通了外卖拼单模式。

据外卖平台统计,90%上线这类“外卖团购”形式的商家都能实现订单量增长。记者联系到了某参与拼单模式的商家,该商家也证实了这样的说法。但该商家也表示,订单量虽然见涨,但其实并不怎么赚钱,

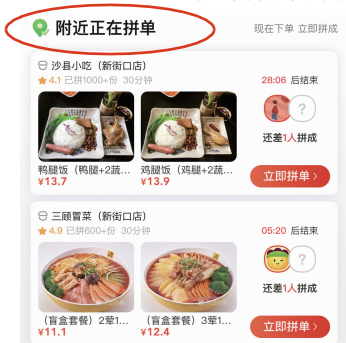
目的就是攒口碑和揽新客。

外卖平台悄悄上线了拼单模式,却没有广而告之,但是消费者却很热衷分享。在某社交平台上,网友们分享着外卖拼单的消息,并@身边的朋友,让他们一起来省钱。“这对每天不知道中午吃啥的我来说,太友好了,只要点开附近拼单就好了,大大节省了挑外卖的时间”“这下可以省下不少午饭钱了”……

虽然这种模式被消费者点赞,但有人欢喜有人愁。在采访中,有外卖小哥坦言,其实这种拼单模式,并没有增加他们的收入。“拼单并不需要顾客出配送费,都是公司补贴配送费。”骑手称,“在实际送餐中,拼单不仅可能出现‘双胞胎’,还有‘三胞胎’和‘四胞胎’,但只有一单的配送费。”



外卖平台拼单页面



消费者正在拼单 (平台页面截图)

迎合了消费形势 和消费者心理

近年来,消费者对于热销餐饮的需求也不断增长,给餐饮外卖即时配送带来了新的增长动力。

运联研究院高级研究员丁琦表示,一对一单点专配的模式,要求骑手一次订单过程只能配送一个客户,这在一定程度牺牲了骑手的配送效率,导致单票成本高。“配送端的成本往往由订单密度决定,但是骑手在一定的时效要求下,并不能无限限制地接单,而且单车承接货物的量也十分有限。”丁琦认为,随着订单量的提升,外卖小哥的效率将逐渐走向天花板。如果想要降本,可能要从拉长时效与承接量方向下手。

在这种情况下,外卖平台为了打开下沉市场,提高顾客的点餐频率,增加顾客在本平台的黏性,也为了抢占更大的外卖市场份额,开启了外卖拼单的新模式。拼单模式迎合了当前的消费形势和消费者心理,不过对于商家和骑手来说,这样的模式虽然有钱赚却不多。这种模式能走多远,现代快报记者将持续关注。

国庆假期后,天气转凉,南京已正式宣布入秋。各大奶茶店借着“秋天的第一杯奶茶”这股风,铆足劲“讨好”消费者,例如喜茶推出的“喜柿多多”饮品,既符合季节限定,又用谐音梗为消费者赢得好彩头。网友们则各种花式“炫”奶茶,仪式感瞬间拉满。这些年来,奶茶不知不觉已经在年轻人的社交中成了“硬通货”。

现代快报+记者 邓雯婷

一杯奶茶 成年轻人社交“硬通货”

想逃过奶茶的“魔掌”?很难

“我是不喝奶茶的。”夏先生笑着说:“有时办公室集体点下午茶,我只点那个霸气橙子,是果汁。”夏先生不知道,从广义上来说,他喜欢的这款饮品也属于奶茶的一种。奶茶这个概念已经从传统茶饮进阶到新式茶饮,水果茶、奶盖茶、传统奶茶等都属于奶茶的范畴。近年来,不少奶茶店还推出了咖啡饮品。奶茶的包容性满足了消费者的各种需求,比如:热饮和冷饮、几分糖、加各种小料……

奶茶界是非常“卷”的,根据季节变换产品已经是常规操作,用独特的包装来吸引消费者才是商家的拿手好戏。酸菜坛奶茶、25cm的超高奶茶、椰子装奶茶、洗衣液奶茶……万物皆可装奶茶。

除了种类繁多,奶茶的价格区间也很大。以奈雪、喜茶为代表的高端品牌,旗下奶茶以二三十元为主,而以蜜雪冰城为代表的中低端品牌,最便宜的饮品是4元一杯的柠檬水。这样的价格,无论消费者预算多少,基本都能找到一款适合的饮品。

根据36氪研究院发布的《2019新式茶饮消费白皮书》显示:“在以水果茶、奶盖茶、奶茶为代表的新式茶饮里,90后消费者已成为主流消费人群,占整体消费者数量的50%,而80后消费者占比为37%。同时有93%的用户一周购买多次茶饮。”可以说,没有几个年轻人能逃过奶茶的“魔掌”。

从明星到普通人,都热衷“晒”奶茶

你喝的仅仅是一杯奶茶吗?很多网友觉得,自己喝的其实是一种社交方式:奶茶在手,会让自己显得更合群和时尚。而谈到奶

茶的社交属性,最容易让人想到的就是在社交软件种草了,打卡奶茶一直以来都是年轻人的必备操作。调研数据显示,70%的消费者通过网络社交媒体(例如微博、微信等)获取新式茶饮的相关信息,这也是目前消费者使用的最普遍的线上渠道。其次,通过短视频平台(例如抖音、快手等)获取信息的消费者占比也超过五成。

说到最早出现在社交平台上和奶茶相关的名人,绕不开那个南京姑娘“奶茶妹妹”。近年来,明星也爱在社交平台“晒”奶茶,甚至还有女明星声称自己一天最多喝8杯奶茶。

10月18日上午10点,茶颜悦色新街口IFCX店门口排起长长的队伍。“我经常在社交平台看到别人发茶颜悦色的帖子,排队的人这么多还能喝上真是让人羡慕。这家店开业两个月了,以为人会少一些的,没想到工作日的上午排队的人都这么多。”正在排队的季女士告诉记者:“等我买到奶茶,一定要在我的各个社交平台上秀一下。”

奶茶社交无处不在

用什么办法可以快速拉近和一个年轻人的关系?答案之一就是喝奶茶。似乎没有奶茶暖不了的场子。

小梅每周都会和闺蜜见面,吃饭时都会点个奶茶。有时候她为吃饭埋单,闺蜜为奶茶埋单,有时候反过来,这样AB制的方式也让两人关系更亲近。在小梅的朋友圈里,有很多她和闺蜜捧着奶茶的自拍照。“吃饭没有奶茶,会感觉空落落的。”小梅说。

王女士每次相亲基本都约在奶茶店。她告诉记者,两人一人一杯奶茶,消费也不高,一般不会出现谁埋单的尴尬问题,大家AA也可以。见面就直切主题,一杯奶茶的时间足够了。合适就去吃饭,不合适喝完就不再联系。

奶茶,在年轻人的职场里,是一种特殊的社交筹码。不少网友表示,同事帮个小忙,可以买杯奶茶来感谢一下。新人刚入职,请大家喝一杯奶茶,也能更快速融入集体。如果遇到升职加薪等高兴的事,也会请同事们喝奶茶,分享喜悦。

小蔡和同事们有个奶茶群,有时候一杯奶茶不够外卖起送价,大家就一块拼单。如果哪家奶茶店有促销活动或出了新品,大家也会在知道后第一时间在群里发消息。她说:“工作累了,点杯奶茶能让自己开心一下。我和同事‘战友情’的升温,都是靠一杯杯奶茶堆起来的,我已经喝了这个秋天的第N杯奶茶了。”



视觉中国供图