

无需大厨只需“酱料” 看操盘手如何包装难吃外卖

明明评分挺高的，为什么拿到的外卖却那么难吃？不少消费者百思不得其解。

记者调查发现，这些流量很大但品质不佳的外卖，幕后隐藏着专业操盘手。他们从选址开始精准定位年轻客群，帮助那些没有厨师背景的创业者主持外卖店铺。甚至连消费者给出的差评，他们也有办法消除影响。

据北京日报客户端



疑惑

商家评分高于到店评价

中午12点，北京一栋大型写字楼，外卖小哥进进出出。记者打开外卖App，月销5000+、评分4.5分+的几个外卖商家，多数都集中在这栋写字楼的B1层。记者跟着外卖小哥来到B1层，这里有一个美食城，售卖黄焖鸡、麻辣烫等品类。此时，前来堂食的消费者不多，但美食城里的商家却忙得不可开交。一包一包的外卖，在等待小哥来取。

记者在一家东北菜点了一荤一素一米饭的套餐，堂食售价14元。所有的菜品都是提前准备好的，上菜前用微波炉加热。荤菜是商家招牌溜肉段，但与外卖平台展示的照片去甚远。口味也不佳，又干又柴。

这家东北菜在App上点餐页面的商家评分是4.5分，点击点评页面，该商家的3897个评价中，有175个差评，其中有很多关于包装、卫生、品质等方面的不满。此外，在点评页面，还有不太显眼的到店评价——3.5分。而这个分数在点餐页面是看不到的，点餐页面只展示4.5分的商家评分。

另有一家刚开业的猪脚饭，商家评分是4.7分。查看点评页面，差评8条，好评56条，差评率达到了12.5%。他家的到店评价是3.6分。

据记者了解，外卖评价主要针对送餐速度、菜品质量等，而到店评价主要针对菜品质量、餐厅环境等。

这个可以堂食的美食城，商家不多，跟着外卖小哥的脚步，记者找到了B1层的外卖区。浓重的油烟味中，是密密麻麻的只做外卖的商家，其中就有名字很长的网红商家。



某商家评分4.5、到店评价3.5的外卖店铺所使用的溜肉段照片



记者实际在这个商家评分4.5的外卖店铺，点餐得到的溜肉段

选址

开店认准写字楼大学城

像记者实地探访的这处美食城，周边写字楼密集，外卖流量大。一个18平方米的档口，月租金5000元。

某外卖加盟经理马克说：“做外卖最好的目标区域就是写字楼、大学城，年轻人聚集的地方。”

像马克这样的角色，就是外卖行业的幕后操盘手。记者以创业者的身份，在搜索引擎寻找时下流行的几个外卖品类——炒饭炒面炒粉、小碗菜、老饭盒等，迅速蹦出相关的加盟页面。“无需大厨，无需经验。”“两人开店，三十秒出餐。”“骑手扎堆，订单喜人。”页面上还有菜品花里胡哨的展示照片，与外卖App上商家展示的照片高度一致。

记者按照页面上的提示，留下电话，点击“获取资料”。虽然资料没来，但马克的电话来了。他声称，作为品牌加盟商，可以提供从选址、装修到经营、数据等全方位的支持。

记者表示，店址已经基本确定在某写字楼B1层。他回复“可以，但您要把具体店址发给我，我们有商圈保护，不能跟别的店冲突”。为了增强创业者的信心，他把该品牌另一家开在北京写字楼密集区域的店铺后台数据展示出来。数据显示，这家店前一天售出了近400单。

记者发现，这些外卖操盘手的套路都差不多，而且操盘手都是公司化运作。每个操盘手都代理公司的好几个外卖品类，炒饭、盖浇饭、小碗菜什么都做。操盘手的朋友圈也都相似，目前外卖平台上常见的那些网红味很浓的外卖，基本上都能看到。

内幕

不擅厨艺加勺“酱料”即可

操盘手最擅长的聊天技巧，就是降低创业者的畏难心理。小店铺，两个人，培训两天，再加上“特制酱料”，大概就是创业者需要准备的所有启动要素。

操盘手李强介绍，加盟一种盖浇饭外卖，不需要任何专业经验，只做外卖两个人足够，一个人负责出餐，一个人负责打包。出餐，只需要基本厨房操作水平。“原材料，肉、菜、油、米这些你们自己买，我们会配一种酱料，有这种酱料就行。”炒制好或者加热好的食材，淋上酱料，稍一搅拌，就能为食材提鲜增香。酱料的成本，大概是每1000元营业额配20元的酱料。

几乎所有的外卖加盟生意，都包括销售酱料。马克代理的一种炒饭，也有炒饭粉。“你自己在家里炒

饭，很容易就会粘、会干、会没有光泽。但我们这种炒饭粉，就避免这些问题。”先把米饭蒸熟，放凉，然后放入炒饭粉搅拌，备用。等客户下单了，再根据下单的具体是什么品类，添加牛肉、虾仁、蔬菜快速翻炒即可。“炒制过程，刚开始可能需要1分钟吧，熟练了以后，30秒左右。”

这些酱料、炒饭粉，其实也没什么秘密。在网购平台上，各式各样的神奇酱料，以极低的价格出售。一种炒饭粉，一袋500克，新人价只售6元，每袋可以用来炒制100份炒饭。一种盖浇饭酱料，一瓶2000克包装的售价31元，每份饭只需要放入20克，也就是31元的酱料能配100份盖浇饭。李强代理的盖浇饭，在外卖App上售价大约是25元。他所说的1000元营业额只有40份炒饭，就收20元的调料费，显然偏高了。

操盘

1个差评用10个好评解决

操盘手的核心收益，还是加盟费。记者调查发现，加盟费的价位大约分成两档，一种是1万元左右，一种是3万左右。

操盘手徐亮给出的加盟费是9800元，这笔加盟费包括品牌授权、技术培训、筹备支持。其余的设备采购、运营管理等，徐亮就不负责了。而且一次性交齐9800元，剩下的只有按需购买的调料费，其余一概不涉及。“平台运营、差评控制、推流费用等等，你都自己去弄，我不管。而且，我给你做运营，成本太高。一天下来，你花300块钱做推流，看上去流水挺高，实际到你手里没多少，都是些表面数据。”

马克给出的加盟费是29800元，他这笔加盟费涵盖的内容就多了。除了线下支持，还有线上运营。

开店初期，马克会在外卖App上搭建店铺形象，用统一美化的照片来装点菜单。然后，他还会为店铺提供AI数字人直播，24小时滚动播出，增加流量曝光度。最关键的是在每天黄金时段——中午10点半到12点半、傍晚4点半到6点半，提供定点推流。“保证附近的客户一打开App，能在第一时间、在前排看到咱的店铺。”

如果客户给出差评，会对商家评分、流量分配造成一系列负面影响。马克也有办法对付差评。“10个好评可以抵掉1个差评，我们会想办法把好评做上去。”这样，就不会影响商家评分。

除了加盟费、调料费。马克还要收取运营抽点4%。“是你的流水经过平台扣点之后的那部分，再给我们4%。扣点通过外卖App后台系统直接扣除，一般三天一结。”



某店铺的陪聊服务商品页面显示，该商品已售10万份

叫醒、陪聊、哄睡…… 有店铺包月高达3万元 “情绪消费”看上去很美

近年来，网络平台上销售的“情绪消费”服务如“叫醒、陪聊、哄睡”等，成为年轻群体的“新宠”。但这一新兴业态背后，个人隐私泄露、服务不透明等问题频发，甚至涉嫌违法违规。

作为消费新业态，“情绪消费”该如何规范发展？

“情绪消费”服务项目广泛

江西省吉安市吉州区的武先生是一名游戏陪玩师，他告诉记者，随着网游行业的蓬勃发展，游戏陪玩这一职业逐渐走进大众视野，且客户需求逐渐多样化，从单纯的陪玩陪发展到情感陪玩、娱乐陪玩等多个方向。

“收费一般是5元一局，主要是为客户提供情绪价值。如果遇到客户既要聊天又想赢，收费15元一局。通常是在游戏聊天频道里发布广告来接单，游戏战绩数据好，自然有人找你。”武先生是随机接单，有时一天也能赚到两三百元。

中国消费者协会发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》指出，“情绪消费”已成为影响年轻一代消费决策的新热点。

电商平台页面显示，各类“倾诉、叫醒、陪聊、哄睡、安慰”等服务价格从1元至上百元不等。部分网店销量极高，如“失眠×××梦”网店一件标有“10元商品”的产品，销量超过30万单。此类网店的销售页面通常只有一张简单的介绍图片，相关的服务内容、服务时间、从业人员资质等信息均未体现。

某店铺价格表显示，此类服务消费价格差异很大，陪聊人员分为“盲盒、金牌、男神、首席、锦鲤和翘楚”不同级别，级别越高价格越贵。此外还分不同服务时长，从消费15分钟到包周都有，有的店铺包月费用最高达3万元。

服务人员缺乏相关资质

记者在某电商平台的一家店铺下单了10元的陪聊服务，随后以一名心情不佳的在校生身份与陪聊对象进行简单交流，陪聊者给予了简单的安慰鼓励。当记者询问对方是否具备心理咨询相关资质时，对方表示对心理学很感兴趣，但并没有担任过心理咨询师。

而记者询问客服相关服务人员是否持有心理学相关资质证书时，客服则以“陪聊人员经验丰富”等说法含糊其辞、回避问题。

北京邮电大学互联网治理与法律研究中心主任谢永江表示，商家若无法提供相关人员的详细信息，则可能侵害消费者的知情权。面对需要专业心理咨询服务的消费者，甚至的确有心理问题需要解

决的客户，如果从业人员没有相关资质无法提供有效服务，还可能给消费者带来更大的心理伤害。

部分服务涉嫌违法违规

中国互联网协会法工委副秘书长、中国消费者协会律师团成员胡钢指出，“情绪消费”服务因具有远程性，且会暴露个人信息，存在隐私泄露的风险。

除了泄露个人隐私的风险，以及服务质量、服务标准不透明，一些服务涉嫌低俗不良甚至违法违规行为。

电商平台客服在添加记者社交账号后表示，他们可以提供类似“线上女友”的服务，包含大尺度的视频聊天服务。对方提供的价目表显示，视频聊天服务分为“盲盒”“神级”和“首席”三种级别，时长有15分钟、30分钟或60分钟可选。其中，购买对方提供的色情视频聊天服务费用最高为1小时720元。在交流过程中，客服不断使用各类话术催促客户下单。

记者进一步调查发现，该客服使用的企业微信隶属于江西南昌

盲盒	神级	首席
15分钟 100	150	220
30分钟 180	280	400
40分钟 320	520	720

注：视频相较于文字选择性价比较低
1分钟内不满意可以换人
续单按原等级下单续费超需店员自报价
绿色聊天框为系统的开心

客服发送的服务价格表

的一家文化传媒有限公司，该公司发布的“店员培训”内容涵盖了陪聊人员的工作性质，如“陪聊、陪打游戏、情感倾诉”等，以及详细的工作流程，包括陪聊人员接单抢单、提现方式和晋升机制等，形成了一个完整的产业链。

谢永江认为，“情绪消费”相关行业需要做好真实的信息披露，区分其与专业心理咨询的边界，依法打击违法违规行为。如果“越界”或者提供专业的咨询服务又没有相应资质，很容易侵害消费者权益。行业也可能打着提供情绪价值的幌子，夹杂非法交易、提供非法内容，对此更应该治理整顿。

针对记者调查发现的各类风险以及涉黄违规现象，胡钢指出，“平台方要仔细审核平台内经营者的相关资质，对服务的全流程进行必要管理。同时，相关监管部门也可以适时发布监管指引性文件，不断促进新消费模式业态的规范和完善。”

据央视新闻