

# 低价团购「便宜」了谁

·编者按·

当前,各商家线上低价团购套餐层出不穷。从咖啡茶饮到美食正餐,从新开餐厅到知名品牌,各餐饮商家为争取线上流量纷纷加入低价团购大军,满屏的“实惠”让不少消费者隔着屏幕动了心。

低价团购套餐靠什么盈利?团购价的背后,商家品质和服务是否缩水、是否存在隐性消费?不参加低价团购的餐饮店能否稳住客流?低价团购风能否长期维持?记者走近部分商家、就餐者、管理部门、消费者协会,探访低价团购套餐背后的秘密。



12月1日晚,银川市一老字号面馆内人气火爆。



实惠的火锅套餐。



日前,银川市金凤区长城中路街道在悠阅城商圈、枫林湾小镇开展“羊王盛宴·畅享悠阅·枫林欢庆”美食节活动。(资料图片)

## 低价团购,商家和消费者能否实现双赢

本报记者 马雨馨 文图

餐饮行业的毛利率不低,但房租、人工和原材料三大经营成本都在呈现上升趋势,导致净利润有限。团购的本意是将零售变批发,实现薄利多销,但内卷的价格市场,加剧了行业竞争,让商家陷入流量PK口碑的两难境地。近日,记者走进银川市多家餐饮商家,了解行业团购低价竞争背后商家的生存现状。

11月26日,在瑞幸咖啡中海环宇天地店内,等待出餐的咖啡摆满餐台。“我们的订单大部分都是顾客提前在微信小程序、抖音、美团等平台上下单的。”该门店店员向记者介绍,近两年以来,瑞幸咖啡官方不断推出“周周9.9元”系列团购活动,到店扫码下单也可享受线上平台不同程度的折扣,使用各类团购套餐消费的顾客占比超过七成。

这种以团购折扣价到店消费的情况如今并不少见,同样,金凤区爱至礼枫林湾店也依赖会员卡及线上团购满减券吸引顾客,热门单品在各大平台的推广成为引流关键。这种低价团购策略,已成为连锁餐饮机构常见的营销手段,旨在通过单品吸引顾客体验,进而促进后续消费。

然而,对于传统餐饮而言,这种策略虽能短期内提升了人气和流量,却严重压缩了利润空间,加之平台提成高昂,实际盈利微薄。袁记串串香中海城店店主马女士告诉记者,今年以来,店内陆续推出了双人和三人套餐、“9.9元50个签子”“一分钱抢20个签子”等促销活动,主要是为了吸引客流,而非赢利。面对行业内卷,串串价格从每签一元降至0.69元,利润空间进一步缩小,客流量成为盈利的关键因素,行业整体不景气,薄利多销成为常态。

在这种竞争环境下,餐饮商家面临着流量与口碑的双重挑战。一方面,需要追求流量以维持经营;另一方面,又需注重口碑以保持长期竞争力。

11月25日中午,刚到饭点,华彪面馆枫林湾店内人气火爆,顾客络绎不绝,二十几张餐桌全部坐满。“到店的顾客多数都是周边住户,是我们长期以来积累的回头客。”该面馆负责人表示,作为宁夏的老字号餐饮店铺,开店多年来,华彪面馆以其稳定的客源和良好的口碑著称。即便在周边新店低价团的冲击下,仍能保持人气。

“我们坚持使用宁夏本地的优质食材,虽然成本高,但为了保持传统口味,我们愿意承担。”面馆负责人表示,在房租和人工成本上涨的背景下,老字号通过深耕品质和口碑,维持了良好的经营状态。

总体来看,餐饮业的利润空间在流量与口碑的较量中不断被压缩,竞争愈发白热化。不同商户采取了不同的生存策略:老字号坚守传统与口碑,新式茶饮甜品追求低价与创新,传统品牌连锁餐饮则利用流量竞争客源。在成本上升和市场竞争加剧的双重压力下,如何平衡流量与口碑,成为餐饮业共同面临的难题。

## 好商品好价格好服务让人心动

本报记者 裴云云 实习生 程洋洋 文图

双人工作餐4.1折、68元;特惠汉堡4人餐69.9元;双人焖锅套餐83元、73元、133元任选……在消费者的追捧下,消费者对物有所值的餐饮服务需求日益增长,从快餐、茶饮到中餐、火锅、烧烤。低价套餐已成为众多餐厅吸引顾客的策略。然而,这种套餐是否能在不降低品质和服务水平的前提下,为顾客带来良好的就餐体验呢?

11月24日,大学生杨兆在银川市西夏区与朋友吃饭,习惯性团购了一家连锁火锅店特惠双人餐。“原价215元,优惠套餐91.5元。”他表示,价格上确实比到店点餐便宜许多,而且服务方面也没有因为使用了团购而有所不同,对整体体验比较满意。

低价套餐以实惠的价格满足了年轻人对经济实惠性的追求。该群体收入相对有限,在消费时更加注重价格因素。但并不因为价格低而放弃就餐体验,反而更加注重餐食品质、服务和氛围感。部分消费者表示“可以吃贵的,但不能买贵的”。上班族陈先生购买了某知名火锅店的五荤四素甄选单人套餐。“零售价74元,拼团立减15元,到手价59元,这价格太让人满意了,服务丝毫没有缩水,体验很不错。唯一美中不足的是套餐菜品种类可选性差一点,吃得不够尽兴。”

“周末晚上,我选了一家餐厅的套餐,订了位置。一进门才发现,无论是大厅还是包厢,就餐者寥寥,餐具、灶具脏污不堪。”11月26日,银川市市民王女士告诉记者,消费者也要擦亮眼睛,不能被低价套餐迷惑。

餐饮商家推出低价套餐是一种商业策略。面对消费降级、购买力下降的市场变化,维持市场份额是餐饮品牌所面临的重要挑战。商家通过提供性价比比较高的低价套餐来适应大众市场的需求,不但能增加消费者的满意度和忠诚度,又能保持其消费群体的活跃度,巩固现有的市场份额,削弱市场变化带来的负面影响。

银川阅彩城一家火锅店的经营者告诉记者,低价套餐是商家重要的引流手段。“尽管价格较低,利润较薄,但能够通过口碑传播和社交媒体的曝光,让更多的消费者愿意了解、关注我们,从而增加客户黏性。”她坦言,要想得到消费者长期认可,食材的新鲜度、品类的丰富性、装修装饰的氛围感以及服务的特色化,每一项都至关重要。

单纯以优惠、低价抢客并非品牌展露的权宜之计,让消费者吃得安心、吃得开心、吃得放心,永远是餐饮行业的底线。

## 团购看清优惠 谨防消费陷阱

本报记者 陶涛

近日,有消费者在网上团购了银川市一婚纱摄影店128元的摄影套餐,到店拍照时因赠送的相框质量较差,和商家协商更换为白色相框,但收到的相框并不是当初承诺的白色相框,联系商家未果。经市场监管部门核实调解,商家同意二次发相框给消费者。

《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,经营者在经营活动中使用格式条款的,应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容,并按照消费者的要求予以说明。经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。

自治区市场监管局提醒广大消费者理性消费,谨防消费陷阱。首先要选择正规网络交易平台。合法正规的电子商务经营者会在其首页醒目位置公开企业信息。商家推出的满减、优惠券等各种促销手段,消费者在网购时应认真阅读各平台和商家的促销规定细则,了解确认优惠活动的使用条件、折扣范围和期限等内容,下单前了解清楚网页、直播间推荐的商品来源、功能、质量及价格等情况,不要相信绝对化用语的广告宣传,有不明确的地方,及时咨询商家和平台客服。不要轻信朋友圈的“熟人”货及平台主播带货,更不能点击来源不明的网址链接。

其次是按需消费,避免不必要的浪费。有的商家以促销为噱头,不排除商家用一些旧款、存货清尾货的行为。选购商品时,消费者应仔细阅读商家促销活动规则,针对预付定金的商品,要详细了解预售规则、商品介绍、赠品信息、发货时间、退换货规则等。面对跨店满减、直播间抢红包等促销行为,消费者要保持理性,着重关注商品的主体信息、功能功效、质量保障等信息。对于“一折秒杀”“清仓甩卖”等超低价折扣商品更要认真辨别,避免盲目消费。

消费者在购买生鲜和急需品商品时,应与平台客服沟通发货时间、发货方式等。建议消费者在网购时要及时保存相关宣传资料及购物凭证、交易明细等,这些都可作为证据进行维权。如遇消费纠纷,可拨打12345或12315热线,也可登录全国12315互联网平台等途径进行投诉、举报,或通过诉讼等法律途径,维护自身合法权益。



某商家推出的优惠套餐。(截图)

### 短评

## 让价廉和物美双赢

裴云云

物美价廉是消费者的终极追求,也是商家应该努力追求的目标。在餐饮业,低价团购套餐的流行既反映了市场对经济实惠的需求,也暴露了品质与成本之间的矛盾。消费者在享受低价的同时,对食物品质、服务质量和就餐体验的期待并未降低。因此,低价不应成为低质的借口。

实际上,这种低价团购套餐的兴起,既是行业变革的催化剂,也是对商家品质保证的考验。一方面,它迫使餐饮业进行深刻的变革,推动行业向更高效、更环保、更可持续的方向发展。通过技术创新,如智能厨房设备的应用、数字化管理系统的引入,餐饮业能够大幅提高生产

率,减少食材浪费,从而在保持品质的同时降低成本。这种变革不仅有助于餐饮业应对市场竞争,还能提升整个行业的竞争力。另一方面,如何在保持低价的同时,确保商品或服务的品质不缩水,这就要求餐饮业在供应链管理、菜品研发、服务培训等方面下足功夫。

不只是餐饮行业,低价团购套餐的兴起,是市场倒逼行业变革的体现。商家需要认识到,低价团购不是长期竞争的法宝,真正的竞争力应在保持价格优势的同时,提供高品质的产品和服务。经营者需要抓住机遇,迎接挑战,不断创新和调整,以满足市场的多元化需求,实现消费者物美与价廉的期待,才能赢得消费者的信任和忠诚。