

澳洲10在线计划

EMCm7DuGMf9lBRLV

澳洲10在线计划围观京东VS美团：同一款汉堡，京东比美团便宜5.1元

大象新闻记者 申子仲

京东VS美团在外卖领域的“战局”引起多方围观。

4月23日下午，大象新闻记者通过“美团外卖”与“京东秒送”两个平台，体验同时间下单同一家的同样套餐发现，京东比美团便宜5.1元，此外，美团骑手提成4元左右，京东的骑手提成8块多。

不可否认，京东强势补贴动作吸引了诸多用户。

郑州消费者赵女士此前每月在美团订外卖花费在千元左右，坦言体验京东后暂时卸载了美团，“目前京东补贴10元很诱人，且还免运费，平常一杯17元的奶茶仅需付7元。”不过，她对于之后到底用哪个APP持观望态度，“京东补贴活动结束后，还是要看哪家的服务好。”

记者采访发现，消费者、骑手、业内人士对于这场“战局”持不同态度。有业内人士坦言，电商竞争对于市场规范和消费者权益而言，无疑是积极的。

记者体验：同一家同款汉堡套餐，京东便宜5.1元

为避开送餐高峰时段可能引发的意外状况，大象新闻记者选在当天下午3点54分的用餐空档期，同时下单了位于河南郑州中原区汝河路上的一家汉堡店。

预订的同款“一个人吃饱”套餐，包含一个香辣鸡腿汉堡、一份鸡翅、一份薯条、一份中杯可乐。京东的价格为16.8元，可直接下单。而美团在使用优惠券后，价格为21.9元，比京东贵了5.1元，平台同时显示低于20元不送餐。

该汉堡店距离记者所在地1公里左右，下单后，两家平台均显示送餐预计抵达时间为16点21分。记者于是猜想送餐者会不会是身兼两职的同一位外卖小哥。

下午4点15分，首先敲门的是一位身穿花色T恤的大哥，自称姓吴，50多岁，以前在顺丰做快递员，10多天前入行京东做外卖小哥。

聊了没两句，一位穿着标志性黄色T恤的美团外卖小哥也到了，看样子有30多岁，姓肖。

两位外卖员前后脚赶到，相视一笑。

记者问美团小哥为何同款套餐，京东会比他们便宜5块钱，相当于八折还多。

肖先生坦言：“京东活动力度大！”

骑手说法：16.8元的外卖单，京东骑手提成8块

记者有意约他俩进屋细谈，美团的肖先生称还有单子，耽误不得，急匆匆走了。记者追上去，说京东已经放话未来三个月再招10万名全职骑手，而且还上五险一金，问他有没有跳槽意向。

“还得看看再说，”肖先生脚步匆匆，说眼下正值京东搞活动拉人头的造势高潮期，但究竟能持续多久，还得等落潮了再说。

又问他这一单的提成，肖先生撂下一句“没多少，4块钱左右吧。”骑着小电驴一溜烟没影了。

留下来的骑手吴先生称，自己开的有一家粮油店，做外卖只是副业，而且自己年龄也大了，有意不接太多的单，“平均一天挣100块钱左右吧”。

问及提成，他说16.8元的这一单，他能提8块多，“美团‘抽’得比较厉害。”

“20多块钱的餐还能便宜5块多，说明京东现在是在赔本赚吆喝。京东给做餐的商家、买餐的你们，还有跑腿的我们，都有补贴。可赔本的事儿，肯定不是长久之计。”吴先生坦言，眼下自己也是先跑着看看。

同一商家同一客户的订餐，为何不能由一个骑手来送，以节约人力成本。

吴先生说，他只能接京东平台的订单，美团的骑手也只能接美团平台的订单，不同平台的骑手各干各的，大家井水不犯河水。

普遍心态：部分骑手怕折腾所以观望

问及为啥还没换上京东的红色工装。骑手吴先生说京东外卖刚铺开，红色T恤衫他已经订过了，28块钱一件，货还没到。估计要不了多久，美团黄、饿了么蓝、京东红就要在街头“五彩斑斓”了。

当天下午5点多，大象新闻记者通过订单信息回拨了美团外卖小哥肖先生的电话。

“在美团工作多年，平均每天能挣200元左右，已经非常习惯这种工作状态。”肖先生说，这次京东对美团的冲击确实挺大的，自己也有同事跳槽，但他之所以还在观望，主要还是担心京东的造势活动一旦过了风口期，一番折腾之后，最终各平台抽成还会回归大差不差的境地。

当记者告知当天的同单订餐吴先生提成了8块，比他整整高了一倍时，电话里的肖先生多少还是有点吃惊：“不会吧？这么多！”

业内分析：京东为何要入局外卖市场？

“百亿补贴”“超时免单”“0佣金”“二选一之争”……京东与美团4月份开打的这场外卖大战，吸引了太多眼球。

一个依托全品类传统电商优势，要向高时效本土化即时零售渗透；一个凭借传统餐饮配送规模效应，也要向全品类深入。殊途同归的竞争目标，可谓不可避免。

如此白热化的竞争结果如何，业内人士如何看待？

“最终结果难料，但个人还是觉得美团的胜算稍大。”有着多年电商从业经验的李先生告诉记者，餐饮外卖本身的利润已经很薄，京东切入餐饮外卖的目的，也不是再从中分走一杯羹，而是要将自己的基本盘由“次日达”进化成“即时配”。而“即时配”本身就是美团的最大优势，且已苦心经营多年，在物流与算法上难以撼动，此前美团已经开始布局进军3C数码等即时送达领域。京东这次“烧钱大战”打反击，自然会形成轰动效应，“但补贴‘烧’完之后呢，毕竟靠‘烧钱’打不起持久战。”

李先生说，此前，饿了么和其他平台也都试图在这方面寻求占比突破，但最终的结果显而易见。

无论京东VS美团结果如何，李先生认为，如此电商竞争的盛景已经多年不见，其意义对于市场规范和消费者权益而言，无疑是积极的。

168澳洲幸运10正规官网开奖直播

澳洲幸运8计划软件

快三数据分析器软件

澳洲幸运10开奖号码结果

168澳洲幸运10历史开奖查询

168澳洲幸运5历史开奖查询

澳洲10开奖结果历史2022

澳洲十分计划

澳洲幸运5开奖号码查询

澳洲幸运10计划规律图片

澳10怎么玩赢钱?天天输

澳洲幸运10计划正式版下载地址

澳洲5机器人平台出租

168澳洲幸运5历史开奖记录查询

澳10免费计划

中国体育彩票内部资料网

单双稳赢公式100%

澳洲幸运5预测免费计划

168澳洲幸运5开奖官网网站