

# 点个奶茶像“侦探破案”，要货比五家才能最便宜 后补贴时代，外卖优惠“躲猫猫”？

还记得夏天的外卖大战吗？红包漫天飞，奶茶几乎不要钱。可狂欢过后，不少市民却发现，当下的补贴不香了，红包缩水了，一顿操作下来好像没便宜多少？外卖“福利期”结束了？真相是：优惠并没消失，只是玩起了“躲猫猫”——如今点一杯奶茶，得像侦探破案：先在饿了么比价，再跑去淘宝闪购查券，接着刷美团、京东秒送，最后还不忘翻翻品牌小程序，真真是“货比五家”。

同一杯饮品，五个通道五个价，价差大起来能“砍半”！比价比到头秃，比价APP又不带外卖玩。有的“羊毛党”终于悟了：世上没有白得的便宜，如此比价不仅浪费时间，点外卖的总支出还增加了！不如“不点立省100%”……这份后补贴时代的“外卖抠门攻略”，请收好！

## “饿了么”的优惠呢？ 打开淘宝闪购看看

今年夏天的外卖大战中，各大平台通过“砸钱”的直接减免方式吸引用户。随着市场监管总局等部门约谈京东、美团、饿了么等平台企业，要求他们“理性竞争”，补贴方式逐渐变得隐蔽。

许多消费者并未意识到，平台已经调整了优惠策略。以往打开直接下单就能看到的大额红包，现在可能需要多次点击、领取才能获取；就连同一集团旗下的不同平台，也存在明显价差。

一些不常关注外卖信息的市民发现，在没有改变点餐习惯的情况下，外卖支出明显增加。来自杨浦区的市民许小姐表示：“之前饿了么的18.8元红包，我常领到‘28.8-18.8’这档，非常划算，后来领到‘38.8-18.8’的话偶尔也用，但如果领到‘48.8-18.8’就不怎么用了，一是因为贵，二是不需要吃那么大的量。”

市民李先生不太关注外卖红包，他的直觉是：最近饿了么不怎么便宜了。然而，身边常点外卖的朋友告诉他，最近，优惠都在和饿了么“同一个马甲”的淘宝闪购通道里。

今夏京东率先挑起外卖大战，在京东APP首页增加了秒送栏口。不久之后，许多淘宝用户发现，淘宝首页醒目处也多了闪购栏口。与此同时，淘宝闪购请了众多明星代言人，在各APP屏上狂打广告。即便如此，“淘宝闪购也送外卖，还是由饿了么的骑手”来送这点依然达不到家喻户晓。

而在外卖大战中知晓这点的顾客，往往会将淘宝闪购和饿了么划等号。其实，淘宝闪购是淘宝的即时零售板块，它涵盖餐饮却远不止餐饮。同属阿里巴巴集团的饿了么不仅为淘宝闪购提供餐饮类供给与配送服务，还向淘宝闪购开放全量商家资源。因此，对于那些点击淘宝闪购只为点外卖的顾客来说，难免觉得它“原来是饿了么啊”。

记者操作发现，同样一份餐点，饿了么使用红包后22.5元，若不支付，而进入淘宝闪购，东西直接在购物车里，价格是20.5元，便宜了2元。

或许是因为在“后补贴时代”，平台更倾向于“好钢用在刀刃上”。相比较为稳定的饿了么APP，让淘宝闪购的优惠力度更大，更能推广这一板块，与今夏铺开的大面积广告营销相呼应。如果从没用过淘宝闪购，首单可享受新人价，0元买奶茶。

## 下单前没仔细比价， 同一杯奶茶贵12元

明明很关注外卖信息，但忽略了在各平台间比价，则可能吃到“闷亏”。

此前，晨报记者报道过《想要堂食却发现外卖更便宜一半？》，对同一家店铺堂食价格和外卖价格倒挂的现象加以关注。但其实，同样的外卖餐品在不同购买方式间，同样存在官方价格更贵的情况。

比如，一杯喜茶的咸酪厚抹奶茶，在喜茶微信小程序上下单，19元一杯的奶茶本身，加上1元外卖打包费，再加上5元配送费，消费者在家中要花25元才能得到一杯。

在美团外卖点这杯饮料也不算便宜。尽管显示优惠了3.5元，但21元的奶茶本身，加上1元打包费和1.5元配送费，要花23.5元才能送上门来。如果想要更便宜的红包，就需要购买“神券包”。

饿了么的优惠力度更大：21元的奶茶本身，减免配送费，再用上红包，最终的价格是18元。

最猛的则是淘宝闪购：21元的奶茶本身，打包费1元，配送费0元，还有9元的平台红包，最终，消费者花13元即可坐等奶茶送上门。旁边的红字显示，已优惠13.1元，相当于打了对折。

京东未能参与这次比价，因为喜茶尚未入驻京东秒送。

记者又随机选了一个人驻京东的餐饮品牌来横向比价。主打本帮菜的海金滋，“一份本帮葱油鸡+刀豆土豆+米饭”的单人套餐，京东秒送的总价是30元商品+3元打包费+0元运费，需付33元。

在饿了么，这一套餐的价格为39.9元商品+3元打包费+0元运费，再减去11元饿了么红包，共计31.9元。

在淘宝闪购，这一套餐的价格为39.9元商品+3元打包费+0元配送费，平台红包达到14元，因此最终价格为28.9元。

而在这轮比较中，最终胜出的是美团外卖。此前在上一轮比较中，顾客需要花钱才能得到“神券包”，而在这里，标有“神券”符号的美团红包金额多达17元。39.9元的商品+3元打包费+0元配送费，减去17元，美团外卖的最终价格是25.9元。

“现在每单都最好比比价，按印象来真不行。”常点外卖的上海网友小齐举了几个例子，之前京东百亿补贴下的东西是真便宜，曾经15.8元买到某品牌三个香辣鸡腿汉堡；即使不在百亿补贴里的餐品，京东也总能更便宜一些。不过，这一法则近来失效了。

又比如，大半个夏天的外卖点下来，总有饿了么比美团优惠的印象。但忽然有天一打开美团，发现美团更便宜，“所以如果想要最低的价格，还是得比价”。

## 比价麻烦比价APP又缺位， 不点立省100%

但如此细致复杂的比价，其实与平台补贴大战的初衷相违背。通过砸钱进场，平台希望给消费者培养的是“这里更便宜”“认准这里”的用户粘性。但对价格敏感型的消费者来说，白白多付出几元都心有不甘。但是，这也会浪费大量的时间。

“以前点外卖，直接选店、选餐品、买单就行了，快的只需要几分钟。但现在有了比价的习惯，一个个APP打开，搜索找同一家店，再找一样的餐品，点点点到最后的支付页面看最终价格，横向对比。即使这样还要担心自己没领到平台最优惠的活动红包，经常要跳出这家店，再到红包活动页面去逛逛。点个外卖半小时不稀奇。”小齐说。

比价如此费力，不由得让人想到了电商的比价APP。然而搜索一圈，外卖的比价APP似乎空缺。“为什么没有外卖比价APP？”有网友提出这样的疑问，引来不少共鸣。也有博主提出用AI智能体来进行外卖比价的攻略，但复杂程度令人望而却步。“我还不如自己动手比价呢。”有评论坦言。

这种繁琐的比价过程，让许多消费者感到疲惫，有人索性“躺平”——减少点外卖的频率。“比来比去，最后可能省了几块钱，但浪费了很多时间，不值得。”市民沈先生之前是很爱点外卖，但后来他发现，如此比价除了浪费时间，还浪费钱，“因为觉得自己能点到最便宜的外卖，所以不自觉就提高了点外卖的频率，每到饭点总想着研究吃哪家，最终点外卖的总支出翻了几倍。”

外卖偶尔调剂口味可以，天天吃总不大好。“现在我尽量去职工食堂或者社区食堂吃，实在不想出门才点外卖。等天气凉快之后，要重新开始自己做饭。”沈先生表示。

晨报记者 徐妍斐

