

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：李祎飞

学号：1810122423

学校院系：北京大学医学部基础医学院

提交日期：2020 年 12 月 18 日

外卖 O2O 平台商业模式中的经济原理

——以美团外卖为例

如今，外卖平台已经成为当代大学生不可或缺的干饭依靠，给与我们方便点餐的同时，也在给我们带来很多纠结，比如配送费，满减优惠，打折优惠等令人眼花缭乱的选择，实际上，这背后都有经济原理在支持。

在外卖消费的过程中大致可以分为三个主体，外卖平台、居民、外卖企业部门，他们有不同的目标和约束条件。对于居民，特别是高校学生干饭人来说，目标总是获得质量更好的食品，因为他们不愿意去十分邻近的食堂，而是选择外卖，约束条件为消费能力；对于外卖平台，他们的目标只有盈利，天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往，获得利益是他们构建平台的动力，美团的收入来源主要是餐厅佣金和广告费，支出为骑手和运营成本；对于外卖企业部门，也是追求更高的利润，在收入端是通过外卖平台实现更高的成交量，在支出端是给与外卖平台餐厅佣金。

对于美团平台的主要对象——高校大学生来说，在食堂消费时，一部分的学生消费者剩余很高，但是食堂的食物令他们厌恶，这时他们为了追求最大目标，会把自己的消费者剩余全部支出以获得更好的食物内容；对于美团平台，收入和支出两部分是没有相关性的，为了追求最大目标，选择尽量打压支出项目，比如骑手（打工人）的工资，或提高他们的工作效率，提高利润。这可能是打工人的弹性较低，餐厅资本的弹性较大，在收入端提高餐厅佣金得不偿失，而在支出端压榨打工人比较简单；对于餐厅，收入端和支出端有相关性，因为外卖平台的确认，也就是确认了引流量（多出的成交量）和餐厅佣金，所以改变比较困难。为了追求最大目标，他们选择提高外卖平台菜品价格或者减少食物数量，使得线上和线下食物内容不统一，可以尽可能提高利润。

配送费的引入

配送费是外卖平台的收入，是居民的支出，美团采用了区别定价的方式。第一，消费能力区别定价，对于很多高消费的店铺收取高额配送费，对于中低消费的店铺收取少量配送费，这是由于消费者群体不同，高消费者的价格弹性很低，可以收取高额配送费，对于低消费者，需要注意价格弹性，避免利益受损；第二，时间区别定价，在夜间提高配送费有合理的理由，

因此可以提高配送费，提高收入；第三，杀熟区别定价，根据调差显示，开通美团会员，享受美团红包的用户，配送费上升，可能是美团来通过配送费提高以减少美团会员的白嫖，降低成本。

满减优惠的引入

满减优惠影响商家和居民的消费活动，满减优惠是由商家提出的，满一定金额对消费者总金额进行优惠，随着总金额的升高，给予的优惠就会更大。没有满减优惠时，居民会在消费者预算约束线以下做出决策，但当出现减免优惠时，居民可能会提高预算约束线至满减优惠处，此时相当于间接提高了居民的消费，这个时候既满足了居民的占便宜心理，又使得商家获得了更大的利润，实现了商家更大的目标。本质上是促进了消费。

打折优惠的引入

打折也是商家和居民的消费活动，也是由商家提出的，打折对于居民来说可以节约成本，使得消费者剩余提高，福利上升，对于商家来说，打折可以使得消费量提高，利润可能维持，在这过程中，提高了餐厅流量，有助于获得更多的稳定客流，对于长期利润的获取可能有良好的效果，也是为了追求商家的最大目标。

曾经存在的津贴红包

外卖行业刚刚兴起的时候，由于平台间的激烈竞争，产生了平台对商家的巨大需求，为了吸引更多商家入驻，在抽成过程中平台占下风，而给了商家更多的优惠。同时为了让用户养成点外卖的习惯，平台只能采用高额补贴的方式。这也导致美团、饿了么在内的外卖行业长期处于亏损状态。目前看，外卖市场前期过于“激进”的补贴方式，让商家普遍认为线上成本低廉，其实外卖成本相对于线下只高不低，外卖平台待市场稳定后展开盈利布局无可厚非。只是，这一过程逐渐演变成了“流量收割”——通俗讲，就是开始时烧钱跑马圈地，提供补贴以让商家先加入平台，待到占领市场后就开始向商户征收费用。由此看“流量收割”一说是有一定道理的。但是“流量收割”绝不是企业发展的终极目标，企业是以服务大众为初衷，但这个过程中要生存就必须实现盈利。像美团这样的平台型服务企业，本身运营（包括对配送系统的维护、日常运营、商家维护等）始终处于一个高成本状态。为提高自身的竞争水平，平台还需不断进行研发的投入。所以，在市场培育期过后，从客观经济规律角度，企业普遍会对原有价格进行一定幅度的上涨，以让整体收支趋于平衡。从长期的角度看，这种亏损是不可持续的，因此如今的美团已经没有了所谓的津贴红包了，这是市场从病态的竞争回归正常的标志，平台也在渐渐的回归最大目标的实现。

本文分析了外卖 O2O 平台商业模式的主要主体，并对他们的目标及实现做了说明，又分析了该商业模式中的不同的操作手段引入的目的，说明了外卖 O2O 平台商业模式的主要经济原理。

2000 字

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ: 3049816538