

饭店如何做到排名靠前？

外卖排名的背后……

民以食为天。而当下，在很多不擅长或没时间做饭的年轻人眼里，这句话或许就成了“以外卖为天”。随着移动支付和互联网的发展，特别是近期受新冠肺炎疫情的影响，出行受限，外卖已成为日常生活中不可或缺的一部分。

太原人谁在点外卖？外卖平台商家的排名如何设定？为什么差不多的产品，商家的接单量会有天壤之别？记者就此做了调查。



12月23日，山西财政税务专科学校门前，送外卖的和取快餐的学生构成了别样的风景。随着各种订餐App的火爆，外卖餐饮已经延伸到大学生群体。 邓寅明 摄

1 谁在主导外卖排名

打开点餐App，选出一份餐，等待半个小时左右，接过外卖小哥手中的餐盒——这个过程中发生了什么？

临近午餐时间，不太会做饭的张俊磊习惯性地拿起了手机。打开一个外卖App，看了看排名第一的店铺，感觉推荐的饭菜还算对味，随即给自己和女友下了单。两根孜然烤肠、一份藤椒肉丁、一份尖椒肉丝、一份特惠小份土豆丝，加上3.5元的打包费、3.8元的配送费，总共43.18元，用了平台红包、店铺满减券，优惠下来实际花费26.68元。

大约半个小时，骑手将外卖送到了张俊磊位于胜利街安金梧桐府小区的家中。两双一次性餐筷，外带纸巾和牙签，每份菜除餐盒外，还都用保险膜密封。“虽然不如家里的味道，但省时省力。”张俊磊

说，外卖已成为他的生活必备。多数时候，自己懒得花时间游览，只在排名前几位的商家中挑选，当然点餐偶尔也会“踩雷”。“之前以为排名是根据自己的点单次数和外卖订单量而定，后来发现并不是。有时平台推荐的排名靠前店家，自己根本没有点过餐，月销量也不是很高，所以一直有疑问，是谁在主导外卖排名？”

其实，常点外卖的消费者都有此疑问。小桑是美团外卖东岗路一站点的负责人。“不同消费者打开外卖平台，商家的排名是不一样的。”他解释说，平台为了提高用户的使用体验，提高下单率，会根据用户之前的浏览、搜索、下单数据推测消费偏好，再结合附近的商户情况和订餐时间，推荐最符合条件的商家。

作为重要的流量入口之一，平台给出的推荐排名，直接关系到店铺的曝光量，进而影响客户的下单量。某种意义上，这决定了店铺的生死存亡。

位于体育路的老妈妈打卤面之前曾上线外卖平台，运营近3个月，月均销售仅30余单，一直无法将排名做到前面，随即放弃了线上外卖业务。“想做好外卖，首先要了解清楚平台的排名规则。毕竟只有排名靠前，门店销量才能上去。”该店王老板介绍说，“以店内的情况来看，开外卖业务基本上就是给平台打工。平台每单要抽25%的佣金，再加上骑手配送费，利润非常低，以20元的餐单为例，到手也就14元左右，单品价算下来还不如线下门店价，倘若单量不多，可能连本都回不了。单量上不去，排名不靠前，一些小规模饭店的外卖业务就成了鸡肋。”

“有些外卖商家对排名规则不够了解，导致单量较少，从而影响经营。”万达商圈一外卖平台站点负责人透露，“平台排名是有据可

循的。”影响外卖平台店铺排名主要有五大因素，包括店铺营业时间、产品名称、平台推广、店铺发券和店铺评分。平台为让消费者有更好体验，对营业时间较长的商家，往往会给予更好排名。产品名称也要符合多数人搜索习惯，如顾客想吃麻辣烫了，就会搜索“麻辣烫”，如果饭店名称太过于个性反而不利于系统检索。此外，参加推广和店铺发券也是提升曝光率与排名的手段。积极参加推广，更易增加被平台系统抓取的几率，流量也多。提前设置发券优惠，也便于系统给有下单潜力的顾客发券，增强其消费意愿。

“在这些加分因素中，最重要的是消费者的认可和评分。举例说，顾客进店，一看店铺满满的差评，肯定不愿交易，生意还有的做吗？所以，一定要重视客户的评价。好评多、评分高，外卖平台也会给流量倾斜，这样更容易形成良性循环。”该负责人表示，一家店的评分星级反映了口碑，会影响排名次序。否则，即便花钱推广，提升排名，顾客进店也不一定下单。

3 诚信才能长久经营

这两天，据某平台最新发布的《2021年外卖新势力城市榜单》显示，点外卖人群中虽然24至35岁年龄段占比超半数，但相比去年同期，今年全国“00后”用户订单量增幅近20%，成为外卖消费的“生力军”。而伴随着线上消费兴起成长起来的这一代人，有着鲜明的消费特征：对价格不敏感，追求特色、品质和口碑，即时性的消费需求旺盛。如此看来，面对主力消费群体，要想把外卖做好，就不得不重视平台上的排名和评价。

迎泽区东岗路一家烧烤店的经营介绍，客户给低评分的真实想法是让商家服务和产品品质有所改进。可实际运营中，多数商家都把销量当做外卖排名的核心，往往忽视了品质的提升，有些甚至还要起了虚假刷单买好评的套路。“品质好坏直接影响用户体验，而差评订单的多少，又体现出商家服务能力的高低。如果一家商家的用户体验差评订单比例较高，体验较差，便会使口碑变差，进而排名下降，商家的流量也就越来越少了。”

记者探访中也了解到，尽管网络外卖平台和监管部门出台多项措施追堵漏洞，但仍有商家为了提升排名和曝光率，找刷单组织虚构交易、删除不利评价，或者会通过利益引诱一些好的评论，导致评价数据失真。

就此，太原市烹饪餐饮行业协会相关专家表示，现在外卖经济方兴未艾，加入外卖平台的餐饮店也越来越多。有商家认为，做餐饮外卖，只需通过平台获取订单，然后把外卖“送”出去就完事。对于这样简单化的观点，他不能认同。要把餐饮外卖做好，除品质要有绝对保证外，还需提供与之相匹配的服务，比如提高配送速度，转变服务态度，这些都利于提高好评度。另外，要增加客单数，需要在细节上下功夫，如平台图片的美观度、产品设置、菜品名字、店铺LOGO、店铺活动等。刷单买好评、先提价再优惠等此类套路，损害了其他经营者的合法权益，又扰乱了市场秩序。商家还是要找到自己的差异化发展空间，在外卖市场竞争中获取议价权和利润空间。

记者 梁丹

冬奥会催“热”冰雪运动

滑雪溜冰请注意安全

本报讯（记者 刘晓亮）2022年北京冬奥会日益临近，吸引了越来越多的青少年关注、尝试冰雪运动。近一段时间，每逢周末，我市曦岭、九龙、采薇庄园等滑雪场都会迎来众多游客，从事滑雪教练工作多年的李文琦借此提醒大家，对于冰雪“小白”来说，安全是最重要的，学习过程要循序渐进，切忌冒进。

穿戴专业装备防受伤

李文琦提醒，滑雪首先要准备好滑雪服，雪场内都提供租赁服务。“专业滑雪服和普通的棉衣、羽绒服还是有区别的”，滑雪服的袖口、裤口都可以调节松紧，防止进雪，而且滑雪服的领口多为直立高领开口，防止滑雪时冷空气灌入。

最重要也最容易被一些初学者忽视的滑雪装备，就是护膝和头盔。初学者易摔跤，有这两件装

备保护，可以大大降低摔倒受伤的可能性。

学习滑雪应循序渐进

对于初学者来说，尤其是第一次滑雪的人来说，不要着急滑行，应先在平地练习滑雪时的走步，先学会走再学滑。

所谓的“走”包括穿雪板行走、八字行走、变向行走等。如果是第一次滑雪，建议请专业人员指导。

一般而言，初学者大多谨慎，反倒是一些“半吊子”更生猛。以曦岭滑雪场为例，共有6条雪道，最长的一条达480米，中间有多个节点，“我们总是建议初学者从最低的一个节点往下滑，先把‘之’字转弯、刹停动作练熟了再往上走”，可很多人为了追求刺激，一开始就从较高的地方滑，这时候就要学会“摔跤”。李文琦提醒，学习滑雪摔跤是不可避免的，但如何摔却很有

“讲究”，比如感觉身体失去平衡时，要顺势向后倒，千万不要用手撑，身体不要翻滚，只需随坡度自然下滑，直到慢慢停住就好。

注意先热身再运动

滑雪场气温低，人们身体容易发硬、发僵，一上来就滑很容易受伤。因此，一定要做好热身，将髋、膝、踝、腕等多处关节活动开。而且，滑雪运动强度比较大，对初学者来说，每滑行半小时，建议休息十分钟，适当补充一些食物后再滑，避免在疲劳状态下滑雪。

此外，滑雪时切忌逞强、打闹，特别是那些有过几次滑雪经验但水平一般的滑雪者，更需要格外注意。建议先在坡度较为平缓的滑道上练习，当动作娴熟且能自如地避开雪道上的障碍物或其他滑雪者后，再去坡度较大的雪道上滑行。

乐享冬至 缤纷你我

滨体社区开展“为爱拼搭”活动

本报讯（记者 马向敏 梁丹）为了让辖区儿童感受传统节日文化的魅力，加深对传统文化和民俗的了解，培养孩子们的动手能力，12月21日下午，滨体社区开展了“乐享冬至 缤纷你我”乐高拼搭活动。来自辖区内的15名儿童，成为“爱在开端：0-6岁科学育儿社区家庭支持项目”活动在滨体社区的首批受益者。

“爱在开端：0-6岁科学育儿社区家庭支持项目”是由全国妇联和联合国儿童基金会主办、中国儿童中心承办，旨在推广科学育儿理念和技能，提升社区家庭教育指导服务，加强科学育儿宣传倡导，促进家庭建设和儿童健康发展的一项惠民工程，滨体社区成为首批项目

点。

活动中，老师通过播放视频向小朋友们介绍中国传统节日的由来和习俗。随后，老师带领小朋友们一起用乐高积木拼搭包饺子“神器”，孩子们在老师的指导下自己动手起来，各自发挥想象力，不一会儿，一块块零散的乐高积木在孩子们的小手中慢慢地变成包饺子“神器”。整个环节让孩子们深刻地感受到了乐高的奇妙，活动井然有序，现场气氛热烈。

本次活动让孩子们将玩和学结合起来，培养了他们的动手能力、学习能力、逻辑思维能力 and 创造能力。同时，他们也感受到了中国传统节气的魅力，加深了对中华优秀传统文化的了解。