

# 美團攻港 300元優惠券吸客

## App首服務旺角大角咀「準時保」為超時外賣埋單

本港外賣送餐平台再迎來新挑戰者，內地外賣平台巨頭美團全新外賣品牌「KeeTa」今起在港推出，更大手筆推出「十億激賞」計劃吸引新客及餐廳，每位新用戶將獲300元優惠券。優惠首階段試點鎖定於旺角及大角咀，由今早8時起兩區居民可通過「KeeTa」App使用外賣服務並領取迎新優惠。「KeeTa」主打賣點包括：「一人飯堂」包運費60蚊搞掂、「準時保」為超時外賣埋單等，公司指之後會逐步將服務拓展至新區域，預計至年底覆蓋整個香港。



美團是內地外賣平台巨頭，旗下全新外賣品牌「KeeTa」今登港。

平台力推的「十億激賞」計劃除了直接向用戶送出優惠券，更會聯同餐廳推出特別折扣食品，以及免運費。例如新用戶使用新客優惠券，便可以連運費不足50元吃到麥當勞巨無霸漢堡包套餐。翻查目前「foodpanda」及「戶戶送」(deliveroo)的巨無霸漢堡包套餐定價約63元，加上運費及平台費等總額高達90元。其他優惠包括邀請朋友註冊，若其在7日內下單，邀請人即可獲價值50元的大額「滿減」券。平台更會長期推出「日日有着數」活動，每日隨機派發優惠券。

有分析指，「價錢貴」是香港消費者使用外賣服務的最大阻力，「KeeTa」則以低消費金額作招徠，目前「KeeTa」App中，不少餐品最低消費金額僅為50至60元，較其他平台為低。

「KeeTa」App首頁顯眼位置的「一人飯堂」專頁則主打細額外賣服務，聲稱以高品質、高性價比食品為主，加上運費只需60元就能「嗌到餐」，滿足本地食客對

於一人外賣的需求。在目前的一人飯堂專區，已有KFC、南記、茶星人、板長壽司、茶色生香等連鎖品牌在列。

此外，「KeeTa」還推出「準時保」政策，為超時外賣埋單。用戶下單後即可獲得準時保服務，保費全數由「KeeTa」承擔。根據規則，當用戶訂單實際送抵時間超出預計最遲時間15分鐘後，「KeeTa」將補償不同金額、無任何使用門檻的優惠券，補償優惠券會於約24小時內自動送出。

面對「KeeTa」來勢洶洶，本港主要外賣平台之一的「foodpanda」回應本報查詢時指，公司樂見外送平台行業百花齊放，令消費者和送遞員有更多選擇。「戶戶送」香港區發言人亦回應表示，「戶戶送」在港發展超過7年，一直對本地食物及生活百貨外送市場前景十分樂觀，並視競爭為推動創新的動力，「隨着外送行業持續發展，我們歡迎更多平台加入，攜手提升消費者體驗，致力提供多元化且價格相宜的選擇，並積極完善現有服務，幫助餐

廳及生活百貨夥伴擴展業務。」

### 「車手」最高收入可達3.5萬

美團早前在港出高薪搶外賣員成為一時熱話。今次「KeeTa」外賣員薪酬福利如何？根據美團官方招聘網站所見，美團的自僱外賣員分為「即時上線模式」和「預約時段模式」，即時模式下，外賣員能夠利用空餘時間隨時上線等候訂單，亦可隨時下線。預約時段模式則允許外賣員預約時段上線，其訂單服務費和被委派訂單的機會會較「即時上線模式」為高。

為吸引外賣員加入，美團推出特別迎新獎賞，14日內完成目標單量即可獲額外2,500元。有分析估計，若以行業標準每小時內送遞約2單計，交遞員當月做滿500單且獲所有獎賞，「步兵」(步行送遞員)收入可逾2萬元，「車手」(電單車送遞員)收入最高可達3.5萬元。

## 市場規模細競爭大 美團要打硬仗

近年香港送餐平台競爭激烈，原先主要由三大外資角逐，早在2014年，德國的「foodpanda」登陸香港，英國起家的「戶戶送」(deliveroo)其後於2015年攻港，美國發跡的「Uber Eats」則於2016年進軍香港市場。經過一輪混戰後，「Uber Eats」最先敗陣，於2021年底宣布撤出香港。至今本港外賣平台市場主要由「foodpanda」及「戶戶送」瓜分。

從香港的情況看，擺在美團面前的是一場硬仗。首先，外賣在香港並非「刚需」。以「foodpanda」為例，根據交銀國際去年10月的研究報告，其外賣用戶每月下單頻率約1.5次，遠低於美團內地用戶每月6次的頻率。第二，美團錯過了疫情期餐廳「禁堂食」的外賣爆發期。當10億元優惠使用完後，美團要維持用戶使用頻率實屬不易。

第三，香港的外賣市場規模細，競爭加大下恐全部「蝕住做」。香港餐飲聯業協會會長黃家和去年底曾表示，外賣業務2020年佔比一度達到30%，疫情稍緩和，儘管外賣平台發布的優惠刺激不斷，外賣生意佔比仍跌至15%以下。

第四，薪酬爭議與人力資源管理等問題。香港人手緊絀，美團需付出較同行更高的薪金才能吸引到送餐員加入。香港的送餐員多是印巴籍人士，考驗溝通和管理能力。近年送餐員也多次就薪酬、福利等問題與公司有勞資糾紛。



「foodpanda」及「戶戶送」瓜分本港外賣平台市場。

## 國泰「空中之旅」友師學員「遊機河」

國泰航空昨舉辦「空中之旅」活動，積極支持由香港特區政府推行的「共創明『Teen』計劃」，繼續致力促進青少年的發展。當日活動中，有約170名學員、友師及一眾嘉賓登上CX8350航班，乘搭國泰航空最先進的A350-1000客機在香港上空暢遊90分鐘，航班於香港國際機場起飛及降落。政務司司長陳國基在活動啟動儀式致辭表示，學員們通過包括「空中之旅」在內的各項體驗活動，了解到航空業的發展空間，相信在政、商、民三方協力下，一定能夠共創明「Teen」，為香港下一代的成長、成功，共創一片更美好的藍天。

上機前不少同學和現場的機組人員合影留念，李同學向記者表示，他十分期待這次的旅程，相信能夠看到不一樣的香港，希望

活動能夠令他收穫更多見識。從事金融業的張先生是李同學的友師，他指這次很難得有機會在香港搭乘飛機「兜風」，而且還是和「共創明『Teen』計劃」的學員一起，覺得會是一段難忘的經歷。



陳國基與學員友師一同乘坐國泰的特別航班。

## 幼童發展遲緩疫後增 逾半屬社交問題

扶康會昨表示，旗下的「牽蝶中心」及「牽蝶康兒中心」兩間特殊幼兒中心，疫後新增約20宗幼童發展遲緩個案，估計當中逾五成屬社交問題，而6歲前為介入及治療發展遲緩的黃金期，呼籲家長注意並及早評估，以安排合適訓練。

### 呼籲家長盡早介入訓練

扶康會表示，新增個案預料原已屬發展遲緩，因疫情爆發減少外出及與其他小朋友相處學習社交，或未能上實體課等，故衍生更多社交、認知、語言、大小肌肉發展遲緩問題，當中逾五成屬社交問題，如沒有眼神接觸，復課後不懂與同學相處。

扶康會「牽蝶中心」及「牽蝶康兒中心」經理兼特殊幼兒教育老師何麗華表示，不少個案亦有語言問題，「幼兒停學長期在家，有幼兒想去廁所，他指一指褲子，長輩已即時問『要去廁所嗎』，並即時取出痰罐讓他如廁。」這未能訓練幼兒語言和表達能力。

另外，七成在中心接受訓練的幼兒家長反映，因中心一度停開，他們或未必懂在家訓練子女，幼兒重返中心後行為表現有退步，如有南亞裔幼兒本懂得廣東話，惟回家鄉數月，重返中心後變成完全不懂。

扶康會臨床心理學家何穎兒說，0歲至6歲為幼兒腦部發育最快時期，若出現發展遲緩情況，應盡早介入訓練。