服务好不好?长沙餐厅现“扫码打赏”

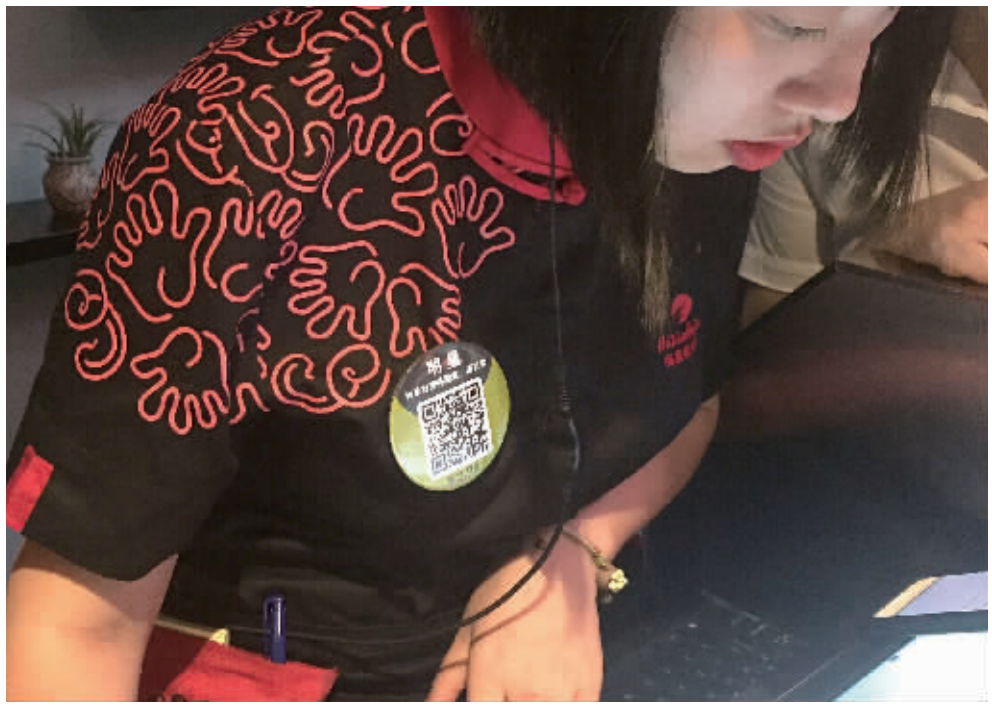
服务员月均收赏金500元 “服务激励还是变相小费”引争议 平台商瞄准服务全行业

“只需要扫一扫就可以给服务员一点儿小费，还挺新奇。”7月27日，市民鲁中书向三湘都市报记者爆料称，在海底捞华创国际广场店就餐时发现，员工佩戴着“打赏二维码”并热情邀请顾客进行服务点评。

记者了解到，这种打赏模式近来在长沙悄然兴起。消费者通过自愿扫描二维码导入打赏平台，向为其服务的餐厅员工进行百元以下任意数字的打赏，而相应的“赏金”则直接进入服务员的个人账户。

“打赏”被餐厅管理者视为激励员工工作积极性、提高其收入和服务质量的“窍门”，但同时也被一些消费者看做是“变相小费”进而表示质疑，这其中，部分服务员主动索要打赏的行为更是引起消费者的反感。

■见习记者 黄亚苹 陈柯妤 记者 朱蓉



7月27日，一名佩戴打赏提示徽章的海底捞员工正在为顾客买单。 见习记者 黄亚苹 摄

【餐厅】自愿打赏流行，服务员月入“赏金”500元

“到餐厅吃饭时发现，不少店家的服务员胸前都挂着‘请打赏’的二维码。”7月27日，鲁中书告诉记者，扫一扫二维码后，除了能够对该名服务员进行打赏，还能对餐厅及服务员的服务进行评价，“还挺有意思”。

当天，记者在长沙海底捞华创国际广场店调查发现，该店店员确实佩戴有“请打赏”的个人二维码，部分消费者会主动询问，也有人尝试打赏。该店一名男性服务员就表示，自去年海底捞引进“打赏”这一功能以来，进行打赏的顾客还挺多，“一次，同事服务的一桌8位客人，每人都进行了扫一扫打赏，他一下就增加了30多元的收入。”

据记者不完全统计，目前长沙引进打赏机制的餐厅已超过10家，这其中就包括了西贝莜面村、栗厨时代、全聚德等。此外，餐饮打赏系统提供商“众赏”市场部工作人员董雪健向记者透露，在湖南，已有约60家商户引进该公司的打赏系统，其后台数据显示，每个服务员月均收赏金在500元左右。

打赏形成小风潮，也为部分互联网创业者提供了机会。去年12月，众赏平台就获得了弘毅资本2000万元的Pre-A轮融资。而与此同时，诸如赏呗、新微云等赞赏平台也纷纷入局线下打赏系统开发，更让这一部分市场显得热闹非凡。

【顾客】调查：近六成消费者持否定态度

“近年来，高端餐饮业市场环境并不乐观，服务团体力量较弱，经营建设能力下降。”长沙理工大学经管学院院长彭新宇认为，当高端餐饮业发展面临瓶颈时，“打赏制”作为餐饮行业经营理念的创新之举，将成为企业提高自身经营管理能力的一种方式和手段。

从线上为好内容付费打赏，到线下为好服务扫码打赏，面对服务业的改革和创新，消费者的反应又如何?

在人民日报微信公众号发布的一项关于打赏的调查结果显示，24%的受访者认为有了“打赏”，服务会更积极；33%的受访者认为这一行为对推进服务的积极意义“不好说”；43%的受访者则表示，“打赏”干扰了正常服务，索赏、请赏等行为会造成困扰。

记者7月27日进行的随机采访结果也显示，近六成消费者表示还没有做好“打赏”的准备，也有不少消费者认为这一类型的“打赏”就是“变相小费”，“既然已经为服务买单，为何还要另付小费?”

担忧：不打赏的顾客会否受区别对待

今年刚刚大学毕业的周小姐就告诉记者，日前，她与朋友在西贝莜面村就餐，不仅上菜速度超过了餐厅承诺的25分钟，服务员还要求对他的服务进行评价，“以为是评价系统，但扫二维码后直接弹出打赏页面，本来就对服务不满意还要求打赏，真让人生气。”

“全聚德在结账时就已经按小费金额收取了服务费，为何还要额外打赏呢?”传媒行业工作者张萍表示，当服务员将顾客的打赏行为理解为理所当然的事之后，她对不愿意进行打赏的顾客是否会受到服务员的区别对待感到担忧。

不过，当打赏机制遭到多数市民反对的同时，也出现了一部分赞同的声音。家住井湾子的黄小姐就认为，小额打赏可以激发服务员的服务热情，提高就餐舒适度，“当餐厅的服务、环境、价格都让我满意时，给几块钱的打赏也是可以接受的。”

彭新宇表示，餐厅采用打赏系统，不仅让消费者增加了选择空间、享受更优质的服务，也能让企业将一部分经营成本转嫁给消费者，缓解自己的经营压力。“在实际操作中，要防止可能出现的‘过度服务’，企业必须要有管控道德风险的能力，避免因‘打赏’制度的出现而削弱消费者在市场博弈的地位。”

【幕后】打赏或挖掘服务业全领域市场

记者从长沙市统计局获悉，2016年长沙市服务业实现增加值4439.52亿元，居全国省会城市第6位。而今年3月23日，长沙市发改委发布《长沙市“十三五”现代服务业发展规划》，《规划》指出，长沙现代服务业要在2020年力争实现增加值比重达55%。

长沙服务业市场规模的不断增长，或许正在成为长沙打赏市场的未来发展动力。对于如何挖掘长沙的打赏市场，如何培养顾客的打赏习惯，业内人士也纷纷表达了自己的看法。

“打赏将成为服务业改革的必然趋势。通过打赏形成激励机制，不仅能满足服务业从业者提高收入的诉求，也可提高消费者在不同消费场景的用户体验。”大拇哥微赞赏平台创始人任超平认为，消费者的打赏行为也会倒逼服务质量的提高，促进服务业的有序发展，是一件多方受益的好事。

任超平向记者透露，“大拇哥”会将包括酒店、美容、娱乐、售后服务等在内的服务全行业作为潜在客户进行深挖，通过提高市场占有率来培养消费者的打赏习惯。

董雪健则表示，服务行业“打赏”仍处于市场培育期，商户仍需要坚持“服务为王”的理念来刺激消费者的打赏行为，“众赏致力于打造一个蓝领一站式服务平台，通过建立服务业从业人员数据库，帮助商家了解服务员的信用评价。目前众赏将一线城市作为培育重点，而新一线城市及二、三线城市的市场潜力也不可估量。”董雪健如是说。

记者手记

对待“打赏”无需过分苛责

2015年7月30日，国家旅游局、人力资源社会保障部和中华全国总工会三部门联合印发《关于进一步加强导游劳动权益保障的指导意见》。《意见》提出“旅行社要探索建立基于游客自愿支付的对导游优质服务的奖励机制”，首次从国家层面肯定并支持推广导游薪酬制。不过，这项被消费者认为“换汤不换药”的小费机制，市场反响似乎不太乐观。

事实上，从为网络主播刷礼物、给网络文学写手打赏，到为餐厅服务员打赏，这种基于互联网思维下的新兴付费模式似乎正进一步渗透到消费者日常生活的各个方面。

“打赏”经济的出现，把过去的强制收费变成消费者在体验服务后的自愿行为。当打赏成为消费者享受服务的习惯动作后，企业也会相应提高服务质量，形成市场的良性循环。在基于自愿原则的前提下，或许，对待“打赏”制度，消费者无需过分苛责，且看它未来朝哪个方向发展。

相关链接

“打赏”的兴起

据公开资料和媒体相关报道，早在2013年，就有部分餐饮企业尝试采用各种方法提高餐厅服务水平。如，从点评网站上获取顾客反馈，商家建立“奖励金池”对优秀员工进行现金打赏，但这种激励模式似乎一直不温不火。

2015年底，中式烧烤店“很久以前”首次在餐饮界采用了二维码打赏的方式，许多顾客在好奇心的驱使下开始尝试“打赏”，海底捞、西贝莜面村等餐饮品牌也被这种方式吸引，从此，打赏逐渐成为提高餐饮服务员收入的有效形式。

在北京，如辣庄、北京大鸭梨、饿狼串说等上千家餐饮品牌已先后引入打赏模式。不过，北京豆捞坊西单大悦城店就曾有过服务员向顾客主动索要打赏，经消费者投诉后餐厅停止打赏的不愉快经历。

事实上，打赏的领域不限于餐饮。打赏平台“赏呗”目前就已与东坡国际大酒店、尚雅家居、意念造型酒吧等服务行业进行合作，目前该平台已与2000余家商户建立合作关系。