

对美团外卖现状及未来发展趋势的研究

胡兢 徐彬 贺双江（胡兢、贺双江，应天职业技术学院；徐彬，南京审计大学金审学院）

摘要：随着移动互联网的发展，“懒人经济”成为了一种经济现象，人们的购物方式也发生了很大的变化，更多的由线下购物发展成为线上购物。在餐饮业方面，外卖逐渐兴起和产业链逐步完善，餐饮外卖市场逐步成熟，美团外卖就以极快的速度发展成为当前中国使用用户最多的外卖平台之一，然而在其高速发展的同时，也存在着很多的问题，本文就通过南京周边几个地方的调查来简单的分析美团外卖的现状和未来发展的趋势。

关键词：美团外卖；研究分析；环境卫生；发展前景

这些年餐饮行业发展速度非常迅速，国内的市场也是越来越大，特别是外卖的发展也越来越快。根据国家统计局统计数据显示，2018年中国餐饮收入突破4万亿元，达到了42176亿元，同比增长9.5%。从2015年至2018年突破3万亿到4万亿仅用了3年时间，破万亿时间越来越短，这两年的发展就更加迅速了，随着百度外卖的被收购，国内的外卖行业竞争更加惨烈，这其中的就有美团外卖和饿了么，当然还有其他的一些新兴的外卖企业。

■ 美团外卖的现状

（一）调查目的

基于美团外卖的飞速发展，我们在周边的几个地区做了调查，对美团外卖的产品定位、市场受众人群、存在的问题等做出统计调查分析。

（二）美团外卖的调查研究途径

1. 考察地点：淮安高中学校周边

第一小组调查了淮安高中学校周边的生活，小组人员选择了问卷调查的方式，针对在校学生及其家长和老师的80个问题，其中发给大学生问卷150份，给家长问卷20份，给老师问卷30份，所有问卷全部回收，回收率100%，且所有问卷真实有效进行调查分析。通过此次调查分析发现，外卖已经成为很多人生活中不可或缺的一部分，他们绝大部分人对于外卖比较满意，但仍也有很多不尽人意的地方，很多同学表示外卖的配送速度较慢，并且送过来的东西与参照物品不符。至于家长和老师，他们有的表示外卖很便捷，工作繁忙的时候也可以很好的吃一顿，也有老师和家长表示对于外卖的食品安全很担忧，担心商家卫生安全问题。

2. 网络上的问卷调查

第二小组采用网络问卷调查的方式，从性别、年龄、职业、是否会经常使用外卖、消费区间、经常会使用的外卖APP、能够

接受的配送的时间等方面做了问卷调查。从性别上看，现在不论是男生还是女生，很多人都有在网上点外卖的习惯，但整体上看女生的人数要多于男生；从年龄上看，美团外卖的使用客户大部分还是年轻人为主，年轻人是智能手机的主要使用群体，乐于接收新的互联网产品，而在这些人中，20-35岁的人占比非常高，这些人当中一部分是大学生，他们在外卖这部分人中，占有很大的比例，还有一部分就是在城市里工作的上班族，上班族往往工作十分繁忙，他们日常生活以工作为主，而且是城市活动消费人群的主力人员，同时也是外卖的主要消费群体。

从使用的日期来看，我们应该很好理解，周一是每周第一天上班的日子，是相对来说外卖点餐数量比较低，在周六日往往是一个星期当中点餐最多的时候，不论是大学生还是上班族很多人在周六日睡觉休息，同时很多人起的比较晚，有不愿意出门吃饭或者自己做饭，会选择通过外卖来进行点餐。

（三）美团外卖的研究分析

1. 产品、市场定位分析

通过调查和网上的材料分析，我们可以知道美团外卖通过打造了一个APP平台，不仅仅是一个手机外卖软件，里面拥有着非常多的商家，通过积攒良好的口碑，优先抢占资源。美团手机APP交互性以及用户体验别具一格，界面简洁实用，同时具有强大的物流实力。特别是在现在这样一个服务意识逐渐兴起的时代，客户的体验是十分重要的，没有强大的物流，一定的外卖小哥数量，保证了可以满足能在很短的时间内接收到订单，同时又能够保证及时的送到订餐的买家手中，能把这些完成都需要强大的物流来支撑。

美团外卖的口号标语为“美团外卖，送啥都快”，这句标语充分体现了其外卖平台的核心价值，能够把对客户的服务和体验放在首要的位置。例如，美团外卖平均每单配送时长大约在30



分钟左右,通过强大的技术支持能够在很短的时间内为外卖小哥提供最优化的配送路线,准确模拟了实际配送,同时也能够让用户在手机下单之后,通过手机的实时的定位来了解配送的时间有多久,到达什么位置,方便用户全方位的了解配送的情况,这些都大大的提升了用户对外卖过程中的满意的程度。

2. 美团外卖用户分析

我们通过对美团用户年龄、性别、分布地区以及使用时间的分析,我们可以了解到其中最主要的两大群体,一个是学生群体,一个是上班族群体。

学生群体:学生们一般受到财力的限制,活动范围一般都是集中在学校附近,由于在学校内的种种的限制,比如说食堂不合自己的口味,还有很多想吃的东西,在学校内没办法得到满足,学校外的各种美食对他们充满强大的吸引力。同时学生是使用互联网非常大的一个群体,精通互联网 APP 的操作,他们能够很熟练的进行外卖的订餐。

上班族群体:这个群体是一个非常庞大的群体,他们当中有年轻人,也有中年人,人数年龄覆盖范围是非常广泛的,相对学生来说有一定的经济基础,他们对日常生活没什么特别的要求,由于工作比较忙,他们需要线上的非常方便的外卖服务来帮助他们安排基本的吃饭的需求,对美团外卖服务的质量也有更高的要求。

通过上面的分析,可以发现,由于美团外卖的是一个生活服务类 APP,任何人、任何群体都有可能成为它的目标服务的用户,学生群体和上班族虽然占有很大的比例,但是一些中年人也逐渐加入到平台当中,他们也开始慢慢的融入到移动互联网中间,因此它能够充分利用起互联网外卖平台的流量和资源,实现全面的整合,做到“线上和线下”的全面协调发展。

3. 美团外卖运作模式分析

(1) 企业之间合作,共赢发展

现在是一个互联网的时代,本来互联网的属性就是具有连接的作用,不管做什么事情想要单独的依靠个人的力量和实力来做大和做强都是十分困难的,企业的发展壮大更需要发挥团结合作的精神,只有依靠不同类型的企业进行合作与整合,才能进一步的提高自身的核心竞争力。

例如,在外卖订餐的过程中,采用支付宝和微信、app 等多平台付款的方式,发挥多个平台的运作的模式,这样大大增加了消费者选择的渠道入口,既方便了自身的发展,也方便了消费者操作。企业之间是一种合作共赢的模式,双方都使自己有了更强的市场竞争力。在合作的过程中增加一定的促销活动和宣传工作,这样既让消费者获得了优惠,也增加了自己的关注度和流量,让合作企业达到一个双赢的局面。

(2) 商家与美团外卖的合作共赢

以前的商家只是单一的发展线下的销售和经营,随着这几年线上电商迅猛的发展,让更多的商家认识到线上和线下的共同发

展,才能更加的适应这个社会的发展,商家只有利用互联网的外卖平台的强大支持,才能有更好的发展前景,现在在餐饮领域的商家,大部分在线下的实体店面的销售之外增加了网络外卖的经营业务。

互联网时代,发展速度是十分迅速的,更新换代的速度非常快,商家要想要能够长期、良好的发展下去,必须要在发展自身实力上下功夫,保证自身产品的质量过硬的,同时还要采用一系列的活动和宣传手段吸引住消费者的眼球,这些都需要商家与外卖平台有一个长期的良好的合作关系。同时平台方面也同样需要大量的优质商家的入住,让商家之家通过竞争的方式,通过优胜劣汰的方法,让优质的商家留在平台,淘汰掉不好的商家,以此获得更多的流量和口碑,提高了平台知名度,让平台和商家出现互利共赢的好局面。

4. 美团外卖的营销策略分析

(1) 产品与服务策略

美团外卖一直把产品的质量和对消费者服务放在企业发展最重要的位置,如何把网络和 APP 平台两者相结合,充分的发挥最大的作用,一方面通过客户端的优化设计,让消费者能够在非常短的时间内,学会最基本的订餐的操作,易于操作方便上手,能够快速找到自己喜欢吃的美食,销量最多的店铺,最火爆的餐食,最良心的价格,速度最快,评分最高,起送价最低等等,加大简化搜索的时间,让客户更方便快捷的找到产品。美团外卖的产品经理,还有大量的客服和线下的送外卖的人员都是重要的环节,总体服务质量的提升,是建立在每一个环节都做好的基础之上,运营的人员每天都与商家与用户交流沟通,不断地收集反馈来自不同地方的信息,不断地提升和改进美团外卖的服务品质。

(2) 外卖价格策略

美团外卖在价格方面采用了多种的策略,比如说“首单减价及赠饮”策略,美团外卖先后推出了“首次用户在线下立减6元”,“满赠饮料”等,同样实行“在线支付”与“餐到付款”两种方式,餐到付款按商品原价收取,在线支付按折扣价收取,利用这种方式鼓励消费者线上支付,线下消费。同样还实行了“满额减价”策略,比如说,美团外卖推出了“满5减2”“满10减3”“满20减4”策略等多种满减的方式。通过多种的价格策略,更加吸引消费者购买的动机,让用户在购买的时候体会到很大的优惠比例,激发消费者购买的欲望,给美团的商家带来了巨大的流量,在流量面前,商家才能够更好地获得利益,也同时才能够激发他们的服务水平,对于消费者来说,通过平台多种价格的策略,也实实在在地获得了购物的实惠。

■ 美团外卖发展中存在的问题

(一) 外卖商品的卫生安全是最重要的

餐饮的外卖服务,最重要的就是安全,通过平台的 APP 订餐,不仅能够吃到可口的美食,更重要的就是要卫生和健康。因此与

美团合作的商家都拥有合格证照牌照,提高商家进入的“门槛”,建立餐品的卫生标准。在外卖前期的发展过程中,我们也通过新闻了解到很多的负面的新闻报道,但是随着行业的发展越来越成熟,社会和法律的监管力度的加强,现在这方面已经有了巨大的提升,保证了卫生和安全。

其次,在外卖配送环节,美团外卖在内部人员素质方面提供定期的培训或者考核,在送货时,提升自身的业务能力和服务的水平是十分重要,优化细节服务,培养顾客的忠诚度,让用户能够有一个良好的订餐体验,标准配送,微笑服务。同时建立快速反应的送餐团队和不能在规定时间内送达的处理机制,有一个快速的反馈机制,使得消费者的反馈得到及时的参考和采纳。随着这几年的技术的发展,用户基本上能够通过平台得到满足,而且服务方面做得越来越好。

(二) 外卖行业竞争激烈以及环境污染

美团外卖虽然发展十分迅速,但同时也面对着巨大的挑战,比如说最近几年饿了么也发展十分迅速,现在基本上形成了美团外卖与饿了么两强竞争的局面,但同时,淘点点等其他外卖也在不断的发展和壮大。

外卖行业在环境污染方面,一直就受到很多的指责,比如说我们知道的外卖中使用的大量的塑料的包装,一次性的木质筷子等,一方面增加了非常大的塑料垃圾,造成巨大的资源浪费和极大的生态破坏。现在平台通过一定的技术手段,让用户在下单的时候可以有更多的选项,尽量减少污染和浪费,相信这些随着技术的发展会做的越来越科学。

■ 美团外卖的发展前景

(一) 外卖商品多样化和细分化,着力安全与品质

经过这些年的发展,除送餐服务外,美团外卖也发展的越来越全面,我们可以通过 APP 平台可以看到商品越来越多样化,包括的内容越来越多,比如说我们一般知道的美食,现在又增加了很多内容,水果,药品,超市等都被涵盖在内,同时也越来越细分化,比如说除了美食,还有甜品、饮品、下午茶、夜宵等,能够越来越方面的满足消费者的购买需求。

在满足消费者对于外卖各种品类的要求的同时,美团外卖也在不断的提高平台的商品的质量水平。引入品牌商业用户,保证安全和产品的质量,提高服务质量,大品牌商户占有外卖平台的

比重越来越大,对于平台越有利,能够让商户之间形成优胜劣汰的竞争机制,让更多优质的商户留在平台,为更多的消费者提供更加优质的服务。

(二) 美团外卖“青山计划”,推动环境保护,承担社会责任

外卖行业产生的垃圾对于环境的污染一直是一个很重要的问题,为了能够解决这个难题,美团外卖于2017年启动“青山计划”,积极承担起保护环境的社会责任。一方面加强环保意识的宣传,设立“美团外卖环保日”,让消费者提高自身的环保意识,充分认识到环保的重要性,环境保护人人有责,每个人都应该从自身开始做起。

另一方面,通过技术手段能力的加强,在美团外卖 APP 上增加一些科学环保小知识,倡导自备餐具,在订单页下面的选项里增加多种选项,比如说就可以选择“无需餐具”选项,这就能够大大减少一些不必要的浪费。

(三) 移动互联网时代,前景发展广阔

这几年外卖的兴起,堂食被外卖冲击的已经是很厉害的,很多线下的餐饮已经有很多的转型,又加上了疫情的发展,对于线下的堂食又带来了巨大的冲击,外卖平台相对来说更加的完全,同时给消费者提供了更多可选择的商品,外卖平台解决了两个痛点:第一是安全和便捷性,第二最重要的它极大的提高了人们的选择效率。有着强大的便利和更好的服务质量的提升,人们会越来越更多的选择在美团外卖这种综合实力强大的平台上进行订餐,同时美团外卖也会不断的提升自身的外卖小哥的素质水平,提升平台操作的便捷能力,提升服务消费者的水平,以更加自身强大的能力和水平全方位的服务消费者,迎接未来不断面临的机遇和挑战。

参考文献

- [1] 张玉坤. 新媒体环境下的餐饮消费方式——以美团外卖为例 [J]. 湖北函授大学学报, 2016(15):101-102.
- [2] 孙继伟, 孔蕴雯. 外卖 O2O 平台商业模式比较——以饿了么、美团外卖、到家美食会为例 [J]. 企业管理, 2016(2):90-92.
- [3] 胡天娇. 外卖移动平台的竞争现状及未来发展趋势 [J]. 商场现代化, 2015(4):31.
- [4] 孙丽娟. 美团外卖的现状、存在问题及发展前景 [J]. 智富时代, 2018(7):20.

