

4亿规模用户的“外卖”“蛋糕”还很大

外卖，基本上已经成为了年轻人的刚需。

但大多数对于这个市场的理解，仅仅只停留在点餐。这背后其实还有着巨大的潜力。从2019年的各项数据来看，我们已经隐隐感觉到那个“火山口”正在向外爆发。

今天，我们就来聊聊，外卖的新风口。

No.1

4亿人，6000亿

我们结合行业分析的各项核心数据，以及最新的《中国外卖产业调查研究报告》，一起看下目前的外卖市场：

- 1、在2018年我国外卖交易额4613亿元的基础上，今年外卖规模直接跨越5000亿元大关，预计将达到6035亿元，增幅将达30.8%。
- 2、80和90后已经成为外卖消费的主力军，目前20至29岁用户的订单量占总数的61.5%。
- 3、女性更喜欢点外卖，其订单量占比达到总数的59%。
- 4、分城市来看，北京、上海、深圳、广州和成都分居各城市外卖订单量前5名。
- 5、餐食仍是外卖订单的主要消费品类，第二大消费品类是甜点饮品。生活超市、生鲜果蔬分列第三和第四大品类。
- 6、外卖用户数量占网民用户总数的49%，截至2019年6月，我国网民规模达8.54亿人。也就是说，有超过4亿用户点外卖。
- 7、三四线城市的外卖业务刚刚起步。

这些数字背后，却是中国外卖江湖的快速崛起的一个关键节点。这背后有国内消费的力量崛起、有互联网模式的快速催化、还有资本的助推、以及赛道选手的你争我赶。

No.2

双雄纷争，蛋糕很大

点外卖的比例里面，绝大多数用户会通过外卖平台来点。这里就必须说下外卖平台的双雄美团和饿了么。

DCCI发布了《网络外卖服务市场发展研究报告（2019年2月）》报告显示，九成以上网民主要通过网络外卖平台订购餐饮美食。用户使用外卖平台中，美团外卖占比64.1%，饿了么25.0%，饿了么星选8.7%，其它占比在2.2%。

这么算来，把美团和饿了么的总和加起来，两者占据了近98%的市场份额。

看下财报数据，阿里巴巴发布了2020财年第二财季财报，其中饿了么口碑营收68.35亿元，较去年同期的50.21亿元增长36%，主要是由于订单数量的增加。

美团点评发布2019年第三季度财报显示，美团2019年Q3餐饮外卖业务收入156亿元，同比增长39.4%。

可以说，两大巨头已经几乎垄断了整个外卖市场，但是却仍有非常大的潜力空间。

美团CEO王兴此前称，中国城市人口有8.6亿，按每人每天三顿饭计算，每天需要吃25亿顿饭，行业中两家公司合起来的渗透率只有2%，增长潜力很大的。

No.3

外卖的新思考

「零售商业评论」认为，目前来看，外卖市场竞争格局稳定，但并不代表未来的发展没有变数。

那么就目前外卖的发展来看，我们认为会有5点新的思考和方向。

- 1、消费者越来越“懒”，平台粘性会越来越强。

我们以美团为例，美团点评有3.4亿的高黏度消费用户，平均每4个中国人就有一个在美团上花过钱；

目前来看，这个消费者对外卖平台的依赖度还会越来越强。两大巨头垄断的外卖市场格局，也很难在短时间内发生改变。新进入者的机会不多。

2、外卖进攻下沉市场。

外卖在北上广深等一线城市的已经通过竞争洗了一轮又一轮，目前来看，已经基本饱和。所以我们看到，美团和饿了么也同时把眼光瞄向了下沉市场（也就是三线及以下城市）。

比如说，饿了么已经不再提中短期市场份额50%以上的目标，而改成了“下沉”是饿了么今年最核心的策略。

而美团也表示，未来几年的趋势，一二线城市的餐饮会向三四五线城市下沉和渗透，就像肯德基、麦当劳当年从一二线城市向三四五线城市渗透一样。

3、快配送既是门槛也是痛点。

一般我们体验的外卖配送时间，从下单到拿到手，基本要等到30分钟左右。这30分钟，特别对于餐饮来说，是个很大的打击，无论从菜品的口味，消费者等待体验来说，都大打折扣。所以，谁能在更短的时间内，把外卖送到消费者手上，才是真正解决消费者痛点。

此前，美团推出新品牌“美团配送”，而后饿了么又宣布旗下即时物流平台“蜂鸟”品牌独立，同时，也都在用大数据、新技术配送来做实验，其实都是在为单均配送时长缩短至30分钟以内，甚至20分钟以内做努力。这部分，谁先上岸，谁就具备绝对优势。

4、新中产成消费主力军，单价会越高。

消费者大数据显示，人们在网上更敢花钱了。

这背后，其实是新中产的崛起，他们大多受过良好的教育，多居于国内一、二线城市，年收入在10万以上，追求有品质、有态度的生活是新中产的特征。所以在对外卖的选择上，价格往往不是首要影响因素，而是品质。

5、多品类+外卖会更多的出现。

餐饮是外卖的主力，但现在我们发现越来越多的品类都能加上外卖而带来大的增量。

比如我们之前接触到的一些便利店，开始通过外卖平台进行销售后，业绩都有了大幅提升。当然除了这些，还有像鲜花店、红酒店、生鲜水果、生活日用、甚至连服装也能进行外卖（比如美团此前与海澜之家合作外卖送衣服）。

美团研究院院长表示，“外卖正在从一个新模式升级为新业态。”在我们看来，4亿规模用户的“外卖”，其实还刚刚爆发。2020年或许是个赛道拐点。

注：文/零售商业评论，公众号：零售商业评论，本文为作者独立观点，不代表亿邦动力网立场。