

[首页](#) > [研究报告](#) > [正文](#)

2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场研究报告

发布时间：2017-08-21 17:26:20 来源：比达网 标签：餐饮 [我要评论](#)

比达咨询（BDR）数据中心监测数据显示，2017年Q2餐饮外卖类APP月活跃用户数方面，饿了么位居第一，月活跃用户为3547.1万人；美团外卖排名第二，月活跃用户为2233.9万人；百度外卖排行第三，月活跃用户为997.4万人。



2017年第2季度 中国互联网第三方餐饮外卖 市场研究报告

数据来源、研究方法及概念定义

I. 数据来源

该报告数据主要来自于比达咨询（BDR）数据中心相关监测数据的整理分析、移动用户调查。此外，研究过程中还充分参考了专家访谈、企业公开数据及桌面资料等信息内容。

II. 研究方法

报告采用定性和定量研究结合的方法得出研究结果，并根据数据结果和相关信息做出相应的判断和预测。

III. 概念定义

中国互联网第三方餐饮外卖市场：是指包含饿了么、美团外卖、百度外卖、到家美食会等为商家提供订单和物流配送服务以满足用户餐饮外卖需求，不包括商家自建的餐饮外卖服务的市场总和。

白领市场：是指以商务办公楼为主要外卖就餐地点，满足白领商务人士外卖需求的市场总和；

校园市场：是指以校园为主要外卖就餐地点，满足学生用户外卖需求的市场总和；

社区市场：是指以家庭社区为主要就餐地点，满足家庭用户就餐需求的市场总和；

[关注比达官方微信](#)

[官方微信](#)

2017年6月手机APP活跃

排名	APP名称	月活
1	微信	
2	QQ	
3	支付宝	
4	搜狗输入法	
5	爱奇艺视频	
6	腾讯视频	
7	手机淘宝	
8	QQ浏览器	
9	百度搜索	
10	QQ音乐	
11	新浪微博	
12	酷狗音乐	
13	WiFi万能钥匙	
14	高德地图	
15	UC浏览器	
16	百度地图	
17	360手机卫士	
18	优酷	
19	腾讯新闻	
20	腾讯手机管家	
21	墨迹天气	
22	应用宝	
23	苹果应用商店	
24	今日头条	
25	酷我音乐	
26	360手机助手	
27	百度输入法	

- 01 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场概况研究
- 02 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖平台竞争格局
- 03 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场典型企业分析
- 04 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场用户分析

中国互联网第三方餐饮外卖行业PEST分析



P

- 2015年10月新《食品安全法》实施，突出预防机制，增设责任约谈、风险评级等制度，强化互联网第三方餐饮外卖平台的社会责任；
- 2016年10月1日实施的《网络食品安全违法行为查处办法》，强化平台和经营者的义务，细化严重违法行为具体情形等，规范互联网第三方餐饮外卖市场环境；
- 外卖税率定为6%，餐饮业享受减税红利，更有利于进一步扩大发展。

E

- 居民可支配收入水平不断提高，在餐饮上的消费水平也进一步提升，对餐饮的需求从吃饱变成吃好。
- 餐饮市场规模持续攀升，按照国外餐饮外卖占餐饮收入30%的比重计算，未来中国互联网第三方餐饮外卖市场规模将会持续扩大；
- 资本对外卖行业及行业上游持续看好，各大平台、互联网餐饮品牌获得注资。

S

- 截至2016年12月，我国手机网民数为6.95亿人，带动移动互联网的高速发展，以移动支付、LBS定位为基础的服务内容受到青睐；
- 工薪阶层工作压力较大，工作日可支配时间较短，方便快捷的网络订餐受到了这些群体青睐；
- 今日头条联合清华大学健康传播研究所发布2016-2017年国人食品安全关注度大数据，“外卖”“食品安全”受到广泛关注；

T

- 人工智能技术成为热点，基于人工智能技术的智能调度获得巨大发展，外卖送餐时间缩短，准时率提升，用户满意度提升；
- 在线支付、LBS定位等技术发展，为商户提供更多商业可能，为用户提供更多便利服务；
- 对超大规模订单进行处理的调度系统仍存在不稳定性，如何快速提升调度系统的处理能力，使之跟上快速增长的外卖订单量仍是难题。

大数据+云计算+人工智能成外卖平台的运行核心



互联网第三方餐饮外卖平台直接连接商户，将信息直接传递给用户或者通过导流平台传递给用户，平台用户包含B、C端用户。大数据、云计算和人工智能是平台的重要支撑体系，通过对用户、商户、骑手、订单等数据的处理，实现对上下游及支撑体系的全方位管理，是当前外卖平台运行的核心部分。

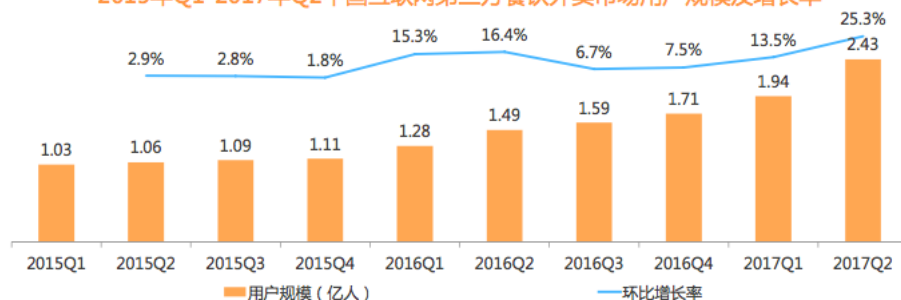


季节相关因素使用户规模大幅增长，环比增长率达25.3%



2017年第2季度，中国互联网第三方餐饮外卖市场用户达到2.43亿人，环比增长率达到25.3%，保持高速增长，相对上一季度增速大幅提升。受季节因素的影响，第二季度白领用户工作时间增加，方便快捷的外卖重新受到追捧；另外，随着夏季到来，高温、夜晚活动增加、平台补贴力度加大等因素的共同影响，促使用户规模增长。

2015年Q1-2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖市场用户规模及增长率



数据来源：比达咨询 (BDR) 数据中心

©2017.08 比达咨询

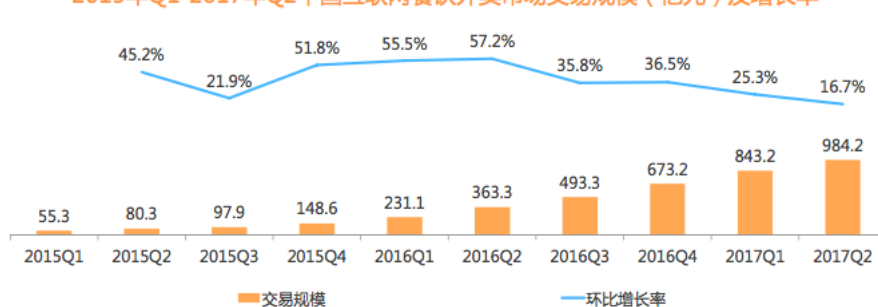
6

新用户高速增长、存量用户势能释放促使交易规模持续增长



2017年第2季度，中国互联网第三方餐饮外卖市场交易规模达984.2亿元人民币，环比增长率达16.7%。一方面，用户规模高速增长促使交易规模增长；另一方面，存量用户订餐频率增加，夏季高温、加班、夜宵用户增加等因素促使交易额保持增长。

2015年Q1-2017年Q2中国互联网餐饮外卖市场交易规模 (亿元) 及增长率



数据来源：比达咨询 (BDR) 数据中心

©2017.08 比达咨询

7

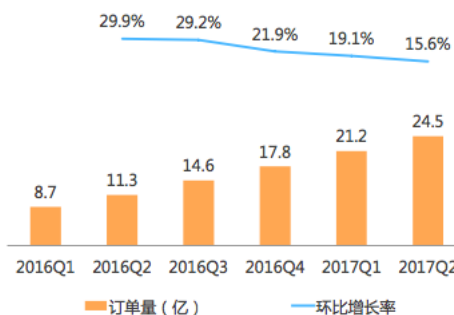
2017年第2季度交易规模增长动力主要来自订单量提速增长



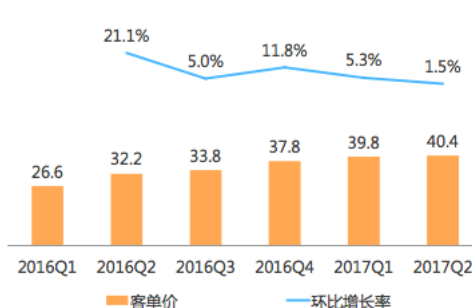
2017年第2季度订单量快速增长，订单量达到24.5亿，环比增长率达到15.6%。

2017年第2季度平均客单价小幅度增长，客单价达到40.4元，环比增长率达到1.5%。

2016年Q1-2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖市场订单量及增长率



2016年Q1-2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖市场平均客单价及增长率



数据来源：比达咨询 (BDR) 数据中心

©2017.08 比达咨询

8

01 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场概况研究

02 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖平台竞争格局

03 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场典型企业分析

04 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场用户分析

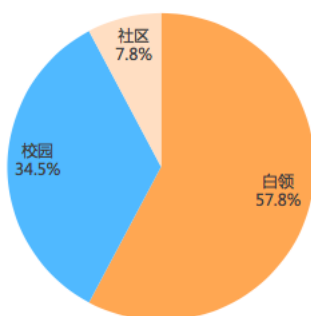
9

市场结构稳定，白领市场仍是最大细分市场



虽然第2季度交易规模大幅提升，但市场结构稳定，白领市场仍是互联网第三方餐饮外卖市场最大的细分市场，订单量占比达到57.8%，校园市场订单量占比达到34.5%，社区市场订单量占比最小，仅为7.8%。

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖市场结构（按订单量）



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心
©2017.08 比达咨询

10

饿了么位居同类APP产品月活跃用户数榜首



2017年Q2餐饮外卖类APP月活跃用户数方面，饿了么位居第一，月活跃用户为3547.1万人；美团外卖排名第二，月活跃用户为2233.9万人；百度外卖排行第三，月活跃用户为997.4万人；日均活跃用户数方面依然是饿了么、美团外卖、百度外卖位居前三。

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖APP月活跃用户数(万人)



2017年Q2主要第三方餐饮外卖类APP日均活跃用户数(万人)



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心
©2017.08 比达咨询

11

饿了么、美团外卖供应端大幅领先，与品牌商户合作成平台发展共识



主要外卖平台合作商户数方面，饿了么与美团外卖明显领先，均已达到百万级的商户合作量，覆盖城市超过一千多家。在品牌商户合作方面，与高、中、低端品牌商户合作已经成为各家外卖平台共识，其中饿了么品牌化比例达到15.0%。

平台	合作商户	品牌商户
饿了么	合作商户超过100万，覆盖城市超过1400个；	华莱士、棒约翰、必胜客、麦当劳、肯德基、绝味鸭脖等高中低端品牌商户，品质商户占比达到15%；
美团外卖	合作商户超过100万，覆盖城市超过1300个；	眉州东坡、将太无二、和合谷、云海肴等高中低端品牌商户；
百度外卖	合作商户数十万，覆盖主要一二线城市和部分三四线城市；	德克士、嘉禾一品、和合谷、汉拿山等高中低端品牌商户，品质商户占比达到6%以上。

12

主要平台社会责任感进一步上升，“安全”管理持续推进



主要平台均承担起社会责任，从多个方面保障食品安全、交通安全、人身安全等，进一步发挥外卖平台的正面作用，降低消极影响。



用户隐私保护

联合联通公司推出“用户隐私保护”服务，隐藏用户和外卖小哥之间的真实联系方式，并设有电话录音功能，利于平台监督定责

利用大数据监管共治

先后与上海和深圳食药监部门，合作开发平台，利用大数据优势，定期形成食品安全分析报告、进行风险交流，合力共治。

配送箱标准

研制和开发网餐配送专用冷热双温运输箱，携手起草行业内第一个网络餐饮配送工具清洗消毒标准，开发外卖封签。



天网系统

包括“入网审核”、“在网监管”和“退网管理”，对商家进行高效严格审核，坚决打击“黑中介”，保障外卖供应端食品安全。

绿色十条

包括食材安心、烹制规范、明厨亮灶、工作人员定期体检、绿色餐具、封条、配送餐箱清洁、消费者投诉及时处理等十条要求，全方位的提出了外卖全流程的食品安全管控环节。



安全骑士标准

4大标准20条军规，明确规定了平台管理、骑士资质、硬件配置、行为规范等内容。涉及食品安全、交通安全、配送员安全等多方面，保障相关利益方的安全。

配送箱标准

携手起草行业内第一个网络餐饮配送工具清洗消毒标准，开发外卖封签。

后厨直播

“百度外卖后厨直播系统”7月将上线，可实时查看商户后厨，了解外卖餐食的制作情况。

13

目录 | Contents



- 01 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场概况研究
- 02 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖平台竞争格局
- 03 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场典型企业分析
- 04 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场用户分析

14

饿了么：三大平台实现双向服务，阿里助力服务高效高质



阿里巴巴多维助力：依靠与阿里巴巴的合作，获得流量、技术、生态圈资源，为上下游提供双向优质服务。

“口碑”于2017年1月完成11亿美元融资，已有超过250万的线下门店入驻口碑，平台日均交易笔数超过2000万笔，对接入的饿了么外卖平台有强大的导流作用。

口碑、支付宝口碑

强大流量导入

蚂蚁金服

外卖保险

阿里智能“ET”

出餐时间对应
匹配骑手
优化路径
商户数据
骑手管理

多维度深度合作

点我达

蜂鸟众包
战略合作伙伴

2016年10月获得阿里巴巴领投的近10亿资本和资源注入，与阿里巴巴多维对接。注册配送员达100万人以上，覆盖全国100多个城市。进一步提升蜂鸟的配送能力，降低整体成本，同属阿里生态圈，更有利于协调合作。

三大平台提供双向服务：主要由有菜、外卖、蜂鸟三部分组成，为商户用户提供双向服务。



15

美团外卖：流量、配送共同提高市场份额



流量：流量入口、流量明星实现用户快速增长

流量明星
代言明星

借助具有大量粉丝的明星提升流量，从中获得“粉丝效应”。

配送：B端C端服务完善配送品类

B端

主要产品包括美团专送和美团快送，活跃骑手超过30万，配送市场压缩至28分钟，配送品类包括餐饮、超市、生鲜等。

C端

主要提供帮买帮取帮送服务，服务品类包括餐饮、烟酒、水果、日用、药品、鲜花、生鲜、文件、电子产品、钥匙、文件等多品类即时配送服务。



16

目录 | Contents



- 01 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场概况研究
- 02 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖平台竞争格局
- 03 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场典型企业分析
- 04 2017年第2季度中国互联网第三方餐饮外卖市场用户分析

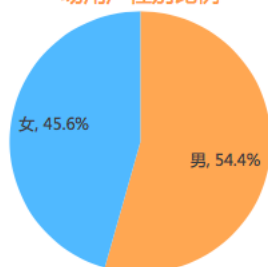
17

外卖男女用户比例均衡，80、90后是用户主要构成部分



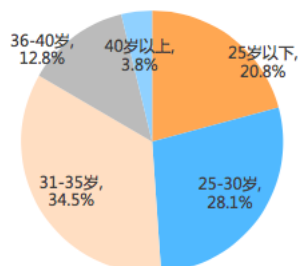
2017年第2季度，中国互联网第三方餐饮外卖市场用户中，男女比例均衡，男女占比分别为54.4%和45.6%，用外卖软件点外卖受性别影响较小。

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖市场用户性别比例



在用户年龄中，80后、90后是主力，其中31-35岁用户占比最大，达到34.5%，25-30岁与25岁以下占据较大比例，分别为28.1%和20.8%，这是主要受到用户工作、生活、习惯等多方面因素影响。

2017年Q2中国第三方餐饮外卖市场用户各年龄层比例



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心

©2017.08 比达咨询

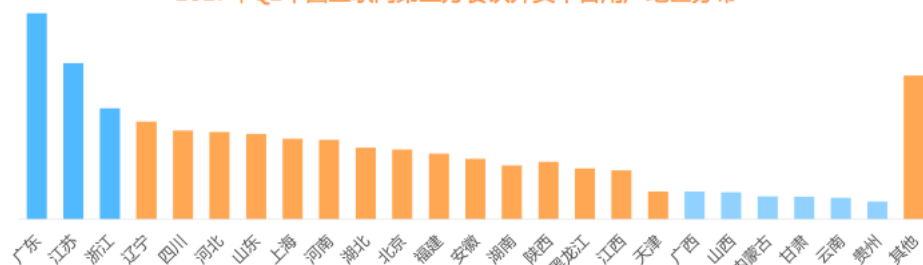
18

用户区域分布差异大，东部发达地区用户量较大，西部欠发达地区用户量居末位



根据比达数据中心显示，中国互联网第三方餐饮外卖平台用户占比中，广东、江苏、浙江三省位居前三，三个省份同样处于东部沿海地区，经济、工业、商业等方面发展迅速，社会基础较为完善，便于互联网外卖发展；另外，西部六个欠发达省份位居末位，同样也受到经济、工业、商业和文化等发展因素影响，因此该类城市用户仍然有待开发。

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖平台用户地区分布



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心

©2017.08 比达咨询

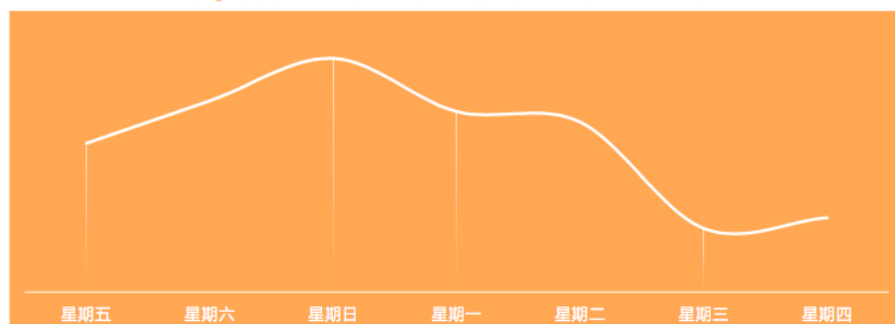
19

用户更愿意在周末时间订外卖，工作日愿意选择其他就餐方式



用户在周末的订餐量显著高于周内工作日d的订餐量，其中周日为一周峰值。工作日用户在外有更多的选择，而到了周末，娱乐、休息、调节身心成为用户享受周末生活的主要方式，所以更愿意选择方便快捷的外卖来快速解决吃饭问题。

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖平台订单量一周订单量分布



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心

©2017.08 比达咨询

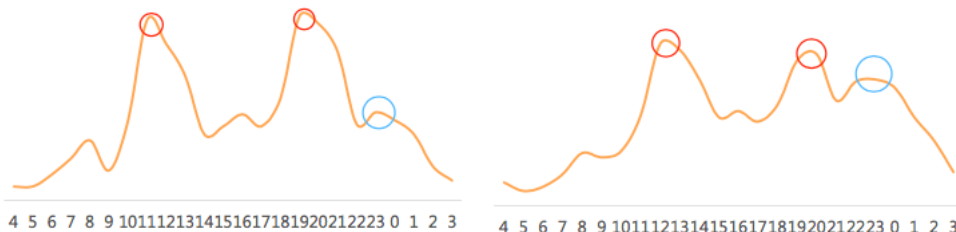
20

午晚餐仍是订餐高峰期，用户夜宵时段订餐积极性上升



工作日和周末的订餐高峰期均出现在午餐和晚餐时段。相对于周末，工作日订餐高峰期波峰更为陡峭，由于工作日休息时间比较集中，工作量挤压了更多闲暇时间，导致用餐时间短、用餐时间集中。除此之外，夜宵时段订单量增加，22点-2点间的订单量在工作日与下午茶时段持平，在周末几乎接近晚餐时段的订单量，由于夏季到来，夜晚活动增加提高了人们用餐积极性，另一方面，平台运力跟上，夜间经营商家增加，为用户提供了优质的服务和丰富的选择。

2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖平台工作日 2017年Q2中国互联网第三方餐饮外卖平台周末各时段订单量



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心

©2017.08 比达咨询

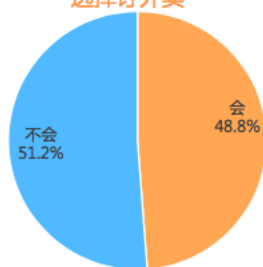
21

外卖非大多数人偏好的晚餐方式，“回家吃饭”是更多用户理想选择



对于在有闲暇时间的情况下，仅有48.8%的用户会选择订外卖，与高峰期巨大的订单量形成对比，工作日闲暇时间少是促使用户订外卖的重要原因。在有条件的选择晚饭方式情况下，回家吃饭是更多用户理想选择，选择家人做饭占比52.2%，希望吃到自己做的饭占比15.5%。相反，选择外卖作为晚餐方式的占比21.1%，外卖并非大多数用户喜好的用餐方式，由于受到多方面因素影响而做出的选择。

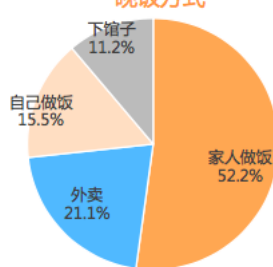
2017年Q2用户在工作日有闲暇时间情况下是否选择订外卖



数据来源：比达咨询（BDR）数据中心

©2017.08 比达咨询

2017年Q2用户在可选择的条件下更偏好的晚饭方式



22

报告申明：本报告中发布的相关监测数据及移动用户调查数据采用了样本调研方法，其数据结果受到样本的影响，部分数据不能够完全反映真实市场情况。报告所得结论及相关研究数据仅供市场参考。



更多报告请关注比达咨询公众号



官方微信：BD-Research
联系电话：010-56024320

23

