

# 區塊鏈外送平台

De-licious

第九組 - 鄭程哲, 李浩榮, 黃致閔

# Outline

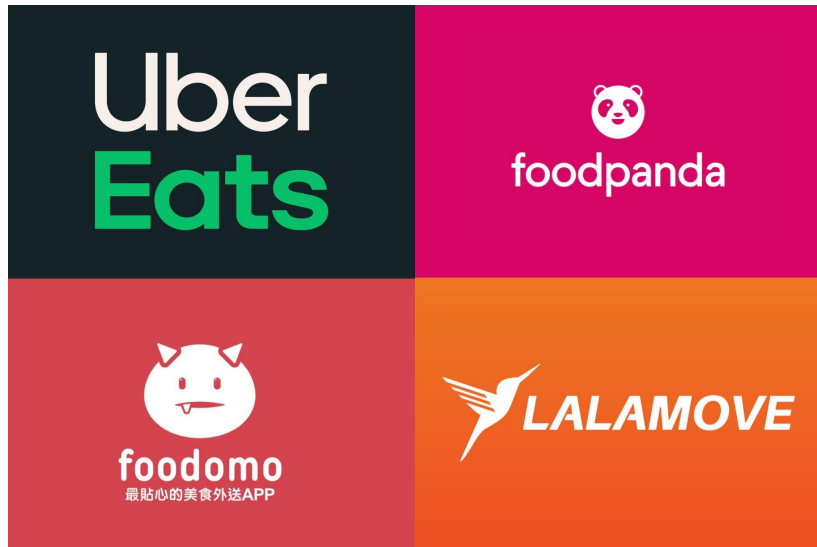
1. 目前的市場需求狀況
2. 提供數據
3. 外送平台目前遇到的問題以及缺點
4. 架構圖
5. (分析架構)
6. 比較合傳統的優勢在哪
7. 未來展望

# Outline

1. 要解決的問題
2. 目前的市場需求狀況
3. 市面上外送平台比較
4. De-licious 生態
5. De-licious 經濟模型
6. Tokenomic
7. 架構比較
8. 結論

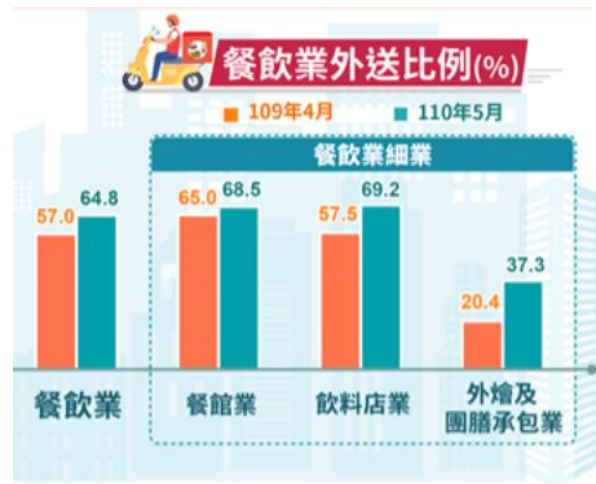
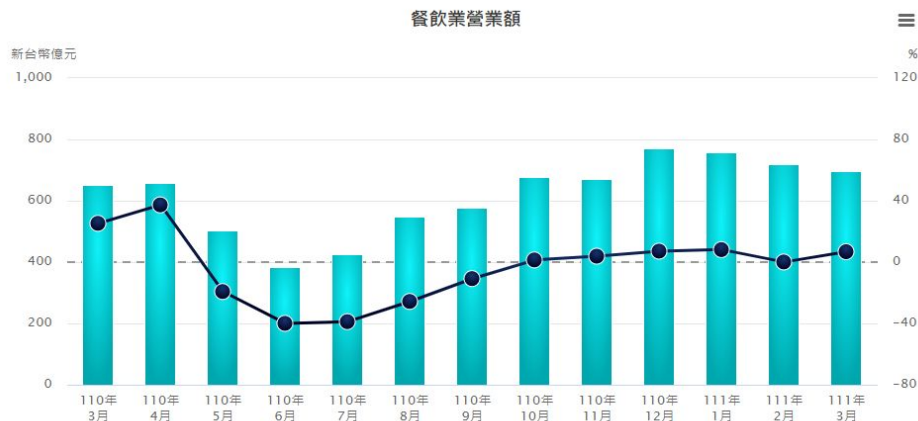
# 要解決的問題

- 目前市面上主流的外送平台都會在整個外送階段對商家和使用者抽成，一定程度地導致店家本來的稀薄盈利的外送服務大受打折，逐漸提升使用者對於外送平台的反感。為了解決這個問題我們打算提出一個基於區塊鏈的去中心化特定的架構，目標是降低商家被抽成的損失和消費者的消費成本為主。



# 目前的市場需求狀況

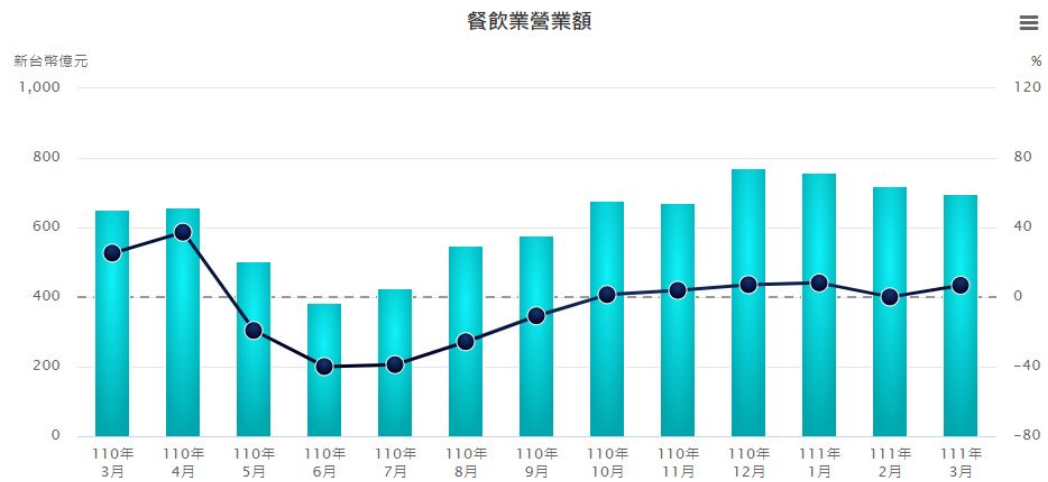
- 全臺有587萬人使用過外送APP,年齡以18~65不等, 主要以18~35為主。
- 左圖顯示 2022年3月, 餐營業營業額為697億元, 為歷年同月新高, 年增6.8%。這顯示臺灣的成熟的市場環境, 穩定成長, 是對外送平台友善的市場。
- 右圖顯示疫情期間往年同月的商家拓展外送市場比例的成長趨勢。



# 其他的區塊鏈外送平台介紹

-

# 目前的市場需求狀況



| 資料時間    | 餐飲業營業額<br>( 新台幣億元 ) | 年增率<br>( % ) |
|---------|---------------------|--------------|
| 110年3月  | 652                 | 25.28        |
| 110年4月  | 658                 | 37.30        |
| 110年5月  | 502                 | -19.21       |
| 110年6月  | 383                 | -39.94       |
| 110年7月  | 425                 | -38.83       |
| 110年8月  | 548                 | -25.65       |
| 110年9月  | 576                 | -10.77       |
| 110年10月 | 676                 | 1.41         |
| 110年11月 | 671                 | 3.87         |
| 110年12月 | 770                 | 7.15         |
| 111年1月  | 759                 | 8.16         |
| 111年2月  | 719                 | 0.08         |
| 111年3月  | 697                 | 6.79         |

# 市面上外送平台比較

| 外送平台      | 運費               | 低消    | 客服                    | 付款方式              | 特色           |
|-----------|------------------|-------|-----------------------|-------------------|--------------|
| foodpanda | 29+元             | 100元起 | 線上文字客服, 官方粉絲團         | 線上刷卡, 貨到付款        | 合作店家最多, 分佈最廣 |
| Uber Eats | 60+元             | 無     | 客服信箱, 官方粉絲團           | 線上刷卡              | 外送速度快        |
| Foodomo   | 依里程計算 (30+元)     | 150元  | 線上文字客服, 客服電話, 官方粉絲團   | 線上刷卡, 貨到付款, 第三方支付 | 代排代買         |
| Deliveroo | 滿150元即免運         | 150元  | 客服信箱, 客服電話, 官方粉絲團     | 線上刷卡              | 餐點選擇分類多      |
| Lalamove  | 依車種及里程數計算 (75+元) | 無     | 客服電話, 官方粉絲團           | 線上刷卡, 貨到付款        | 計程車貨運        |
| 有無外送      | 依里程數計算 (24+元)    | 無     | 客服電話, 官方LINE賬號, 官方粉絲團 | 線上刷卡, 貨到付款, P幣    | 有和社區型的小店面配合  |



# 市面上外送平台比較

The Uber Eats logo is displayed on a dark blue background. The word "Uber" is in white, and "Eats" is in a bright green color.

## Uber Eats 抽成費用整理

|          |                 |
|----------|-----------------|
| 上架費      | 4,000 ~ 5,000 元 |
| 交易抽成     | 35%             |
| 每月平台使用費  | 500 元           |
| 機器費用     | 0 元             |
| 可否取得客戶數據 | 不可              |



## foodpanda 抽成費用整理

|          |                 |
|----------|-----------------|
| 上架費      | 3,000 ~ 5,000 元 |
| 交易抽成     | 32% ~ 38%       |
| 每月平台使用費  | 500 元           |
| 機器費用     | 出單機 1,000 元     |
| 可否取得客戶數據 | 不可              |



## foodomo 抽成費用整理

|          |           |
|----------|-----------|
| 上架費      | 3,000 元   |
| 交易抽成     | 25% ~ 35% |
| 每月平台使用費  | 0 元       |
| 機器費用     | 0 元       |
| 可否取得客戶數據 | 不可        |

## 目前的市場需求狀況

| 平台名稱 | foodpanda                              | Uber Eats  | Deliveroo                                     | Lalamove                                 | 有無外送                       |
|------|--|--|---|--|----------------------------|
| 運費   | NT29+                                  | NT60+  | 滿 150 元<br>即免運                                | 依車種及里<br>程數計費                            | 依里程計<br>NT24+              |
| 低消   | NT100+                                 | NT200+   | NT150+  | 無  | 無                          |
| 客服   | 線上客服<br>官方粉絲團                          | 線上客服<br>官方粉絲團                                      | 線上客服<br>官方粉絲團<br>客服電話                         | 線上客服<br>官方粉絲團<br>客服電話                    | 線上客服<br>官方粉絲團<br>客服 LINE   |
| 付款方式 | 線上刷卡<br>貨到付款                           | 線上刷卡<br>貨到付款                                       | 線上刷卡  | 線上刷卡<br>貨到付款                             | 線上刷卡<br>貨到付款               |
| 特殊功能 | 1.餐廳數量<br>最多樣化<br>2.有步行、<br>腳踏車<br>外送員 | 1.在地小吃<br>2.便利商店合<br>作<br>3.商品屬性多<br>樣化，日用<br>品、生鮮 | 1.高級餐廳<br>2.平均 26 分鐘<br>送達<br>3.外送員有免費<br>意外險 | 1.模式介於物<br>流業與外送<br>平台<br>2.跑腿、排<br>隊、代買 | 1.揪團功能<br>2.社區經營<br>3.在地客服 |

# 傳統外送平台遇到的問題

- 缺乏安全高效且完整的付費系統
- 外送員身份認證機制有所欠缺
- 抽成該地影響商家合作意願

# De-licious 生態

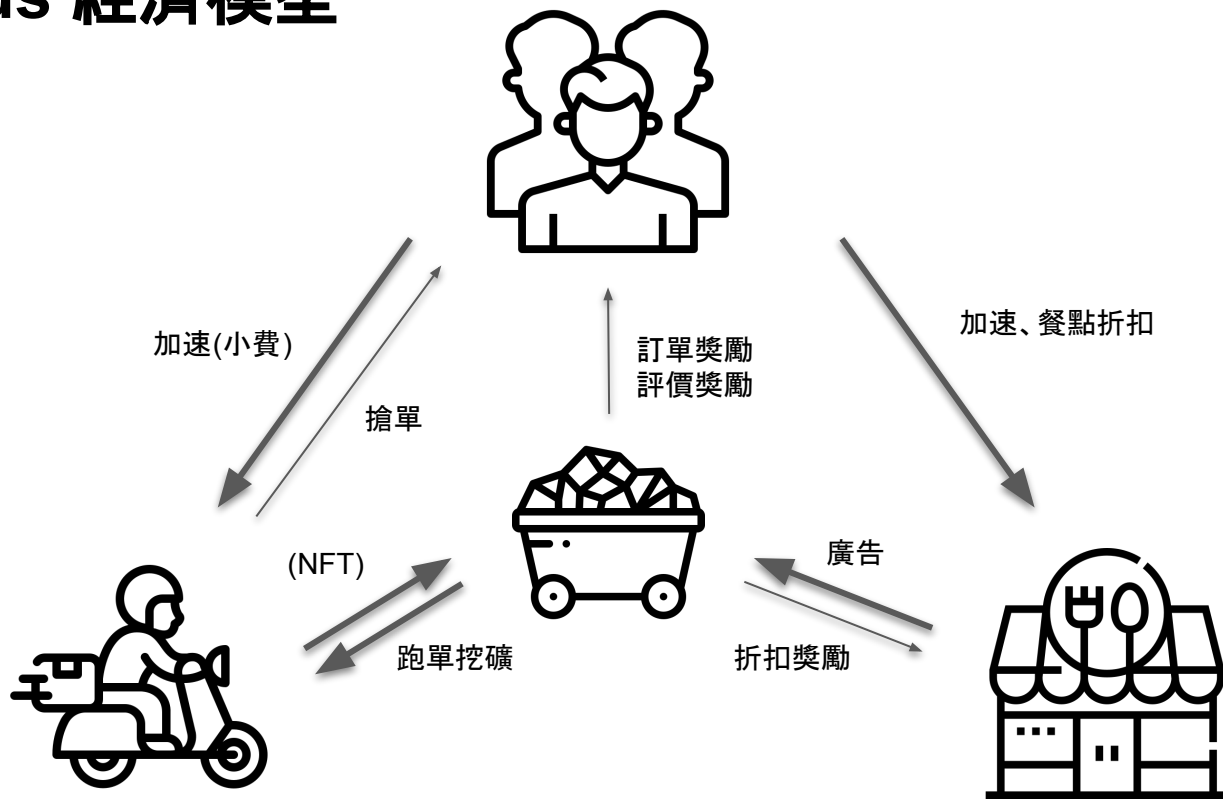
- 抽離中心化平台角色, 將決定權歸還大家
- 由餐廳決定自己的餐點抽成(折扣)
- 由消費者自己決定外送費的高低



De-licious

# De-licious 經濟模型

## \$FOOD



# Tokenomic

- Token價值: 第三方廣告、餐廳廣告、融資、消費者課金、(外送員NFT)

|         | 消費者  | 外送員  | 餐廳業者   |
|---------|--|--|--|
| 供給/鑄造場景 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 完成訂單獎勵</li><li>● 評價獎勵</li></ul>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 跑單挖礦獎勵</li><li>● (NFT)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 釋出餐點優惠獎勵</li></ul> |
| 需求/銷毀場景 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 外送加速(小費)</li><li>● 餐點加速</li><li>● 餐點折扣</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● (NFT)</li></ul>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 廣告投放</li></ul>     |

# 基於區塊鏈的外送平台的特點（主要）

## - 客製化訂單

- 由商家決定自己的餐點抽成。
- 基於迫切性，消費者決定自己的外送費上限。

## - 付費方式數位多元化

- 消費者除了選擇現金，信用卡，電子支付外，也可以使用虛擬貨幣支付訂單金額，整個付費流程更多元化。

## - 商品的實時追蹤

- 在確保個資的前提下對食物的實時追蹤，可讓消費者了解整個高度透明化的運送過程。

## - 路線選擇的優化

- 為了確保食物的新鮮度和品質，加入路線的選擇優化的功能可以確保外送員和消費者的權益大大提升。

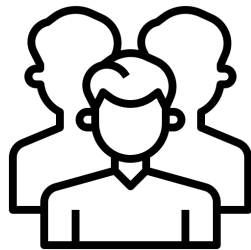
# 基於區塊鏈的外送平台的特點（附加）

- **增加供應鏈上的節點可信度**
  - 通過區塊鏈節點記錄某商家的顧客，以便發生食安危機時，對於回溯具有及時性和高效性，可有效地降低溝通成本。
- **確保消費者和商家的資訊**
  - 通過區塊鏈的不可更改性的強大安全系統來確保消費者的個人諮詢以及轉賬記錄不會被第三方輕易取得。
- **共識的金融系統下的成員都是平等的**
  - 通過透明性以及不可更改性讓所有成員都處於共識的平台環境下，決定權歸還於自己。
- **刺激整個外送平台的成長**
  - 通過上述特點，增加消費者消費意願，進一步加速整個外送平台成員間的共識合作關係，創造新的金融生活模式。



# 回顧

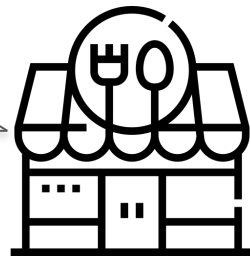
節省時間



去中心化外  
送平台



賺取外送費



獲取訂單

# 架構比較

- 集中式平台
  - 由平台方決定餐點抽成與外送費與外送費抽成。
- 分散式平台
  - 客製化訂單
    - 消費者決定自己的外送費上限作為**Maker**。
    - 外送員決定自己的外送費下限作為**Taker**。
    - 消費者基於迫切性, 消費者可以提高的外送費來增加外送員的意願。

# 客製化訂單

- 消費者可以觀看外送員的歷史資訊來決定是否接受這單外送。
- 外送員資訊記錄在區塊鏈上，可記錄平均外送時間是否合乎要求與餐點是否正確送達。
- 商品商家資訊記錄在鏈上，通過區塊鏈節點記錄某商家的顧客，以便發生食安危機時，對於回溯具有及時性和高效性，可有效地降低溝通成本。

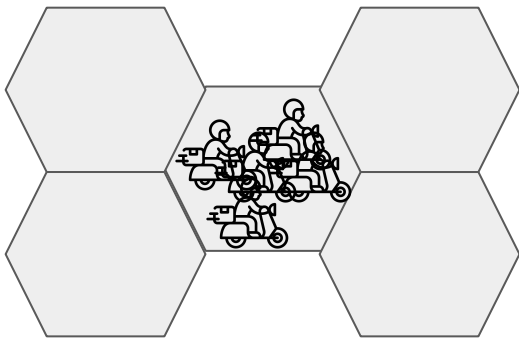
# 平台方收益

- 對合作商家採訂閱制，只需每月付費平台使用費無需餐點抽成。
- 對外送員採訂閱制，只需每月付費平台使用費無須抽外送費。
  - 以上選擇長期訂閱可獲得更低的訂閱費(或終身訂閱NFT)
- 商家廣告

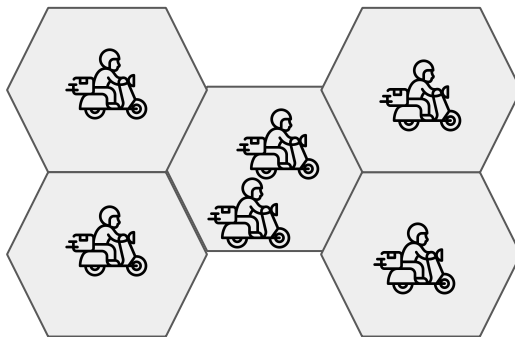
# 跑單挖礦 Delivery to Earn

- 集中式平台
  - 外送員往往集中在特定區域。
- 分散式平台
  - 使用Token作為獎勵，讓外送員分散到各個區域廚房餐廳附近等待。

Centralisation

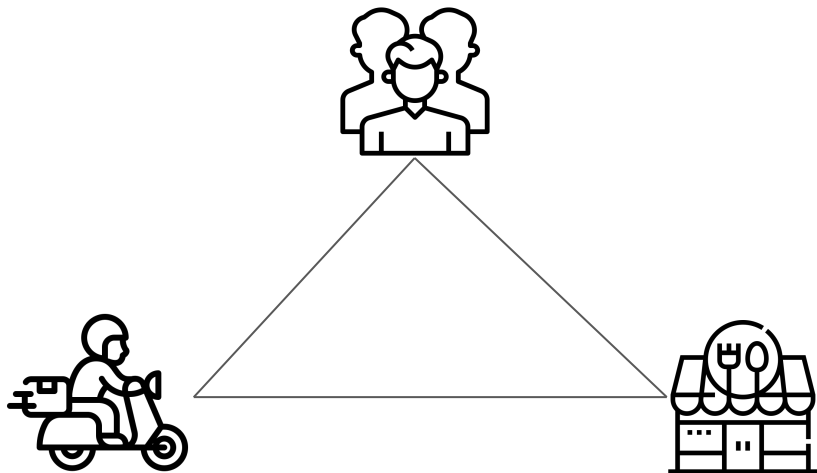


Decentralization



# 結論

- 藉由區塊鏈產生共識的金融體系，在此系統下的成員都是平等的。通過透明性以及不可更改性讓所有成員都處於共識的平台環境下，決定權歸還於消費者與餐廳和外送員。增加消費者消費意願，進一步加速整個外送平台成員間的共識合作關係，創造新的金融生活模式。



# 待討論事項

- 外送平台遇到的問題要放哪一些
- 也許可以加入外送員被抽成多少(我目前是沒有看到外送員有被抽成)
- 明確列出來, 我們的專案到底可以帶來什麼真的看得到的好處
- 經濟部的數據也許可以加上外送平台於疫情下對餐營業帶來的成長率, 強調外送平台的重要性。
- 題目寄給助教了嗎
- 註冊比賽團隊

# 參考

1. [區塊鏈外送平台](#)
- 2.