

2016Q3中国在线餐饮 外卖市场专题研究报告

2016Q3 China Internet Take-out Market
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与在线餐饮外卖用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

目录

1

2016Q3中国在线餐饮外卖市场发展概况

2

2016Q3中国在线餐饮外卖平台案例分析

3

2016年中国在线餐饮外卖市场发展趋势解读



PART ONE

2016Q3中国在线餐饮外卖市场发展概况

聚焦行业热点

《网络食品安全违法行为查处办法》发布

2016年7月，中国国家食品药品监督管理总局在北京发布《网络食品安全违法行为查处办法》，该办法将于2016年10月1日起施行。该办法以规范网络食品交易行为，保证网络食品安全为目的。强化平台和入网食品生产经营者义务，明确了第三方平台提供者相关法律责任。

华润旗下零售店集体入驻美团外卖

2016年7月，美团-大众点评宣布获得华润旗下华润创业联和基金战略投资，双方将建立全面战略合作。华润旗下华润万家、苏果超市、Tesco超市及太平洋咖啡等零售门店均将入驻美团外卖，美团-大众点评进一步提升深入行业能力。

饿了么上线“准时达”业务

2016年7月，饿了么宣布推出“准时达”业务，用户在饿了么APP带有“准”字的商家下单，若餐品送达时间超出承诺时间，饿了么将赔付无门槛红包，同时用户会收到短信通知。9月，饿了么官方宣布，旗下蜂鸟配送“准时达”单均时长降至31分钟。饿了么通过此举优化送餐物流速度，进一步提升外卖O2O平台之间竞争。

百度外卖携手顺丰提升外卖配送效率

2016年7月，百度外卖宣布与国内物流平台顺丰展开合作，在午间高峰送餐时段，顺丰将负责部分百度外卖订单配送工作，此举或有效提升百度外卖高峰时段配送效率，提升外卖用户用餐体验。

聚焦行业热点

美团外卖上线“举报商家”功能

2016年8月，美团外卖上线“举报商家”功能，用户可以通过此功能投诉商家服务、卫生、资质等方面问题。美团外卖也推出举报奖励红包等机制激励消费者参与监督举报。同时，美团外卖方面表示，会有专门团队对此功能收集到的反馈进行核查及后续处理。

美团大众收购第三方支付公司钱袋宝

2016年9月，美团大众对外宣布已完成对第三方支付公司钱袋宝的全资收购。钱袋宝成立于2008年11月，其支付牌照的许可范围包括互联网支付、移动电话支付、银行卡收单等业务。收购完成后，美团大众获得第三方支付牌照。

饿了么携手第三方机构落实餐厅核查

2016年9月，饿了么邀请第三方资质审核机构Intertek天祥集团（TKS）对平台内入驻商户做实地核查。天祥集团其业务范围主要是为客户提供食品产业链包括认证、测试、验货连锁餐饮卫生检查等方面服务，其将根据饿了么所提供店铺信息，通过多种方式对该店铺进行线下核查，确认其地址和证件真实有效。

黄太吉关闭一般大型工厂店

2016年9月，黄太吉开始撤线下店，包括中关村、望京SOHO、国贸等区域。其创始人发布声明确认，其关闭线下店为一般的大型工厂店，黄太吉品牌门店没有业务的实质性改变。在此之前，已有部分商家称因黄太吉抽成比例较高停止与其合作。

政府部门加大对在线餐饮监管力度

在线餐饮外卖市场不断发展，食品安全成为在线餐饮外卖用户重点关心问题，也将影响在线餐饮外卖平台长期发展。相关部门通过政策发布、约谈平台等方式，加强对在线餐饮外卖平台、商家监管力度。

艾媒咨询分析师认为，此举有利于明确外卖平台职责，加强管理规范，推动在线餐饮外卖市场健康发展。食品安全监管是一项长期工程，还有赖于政府部门、第三方平台、新闻监管以及用户的长期共同协作。

《网络食品安全违法行为查处办法》



2016年7月，《网络食品安全违法行为查处办法》发布，该办法将于2016年10月1日起施行。《办法》在明确监管部门监管职责、监管方法的基础上，强化网络食品交易第三方平台和入网食品生产经营者义务，并进一步强调网络食品交易第三方平台所肩负的法律责任。

广东食药监局约谈网络订餐平台

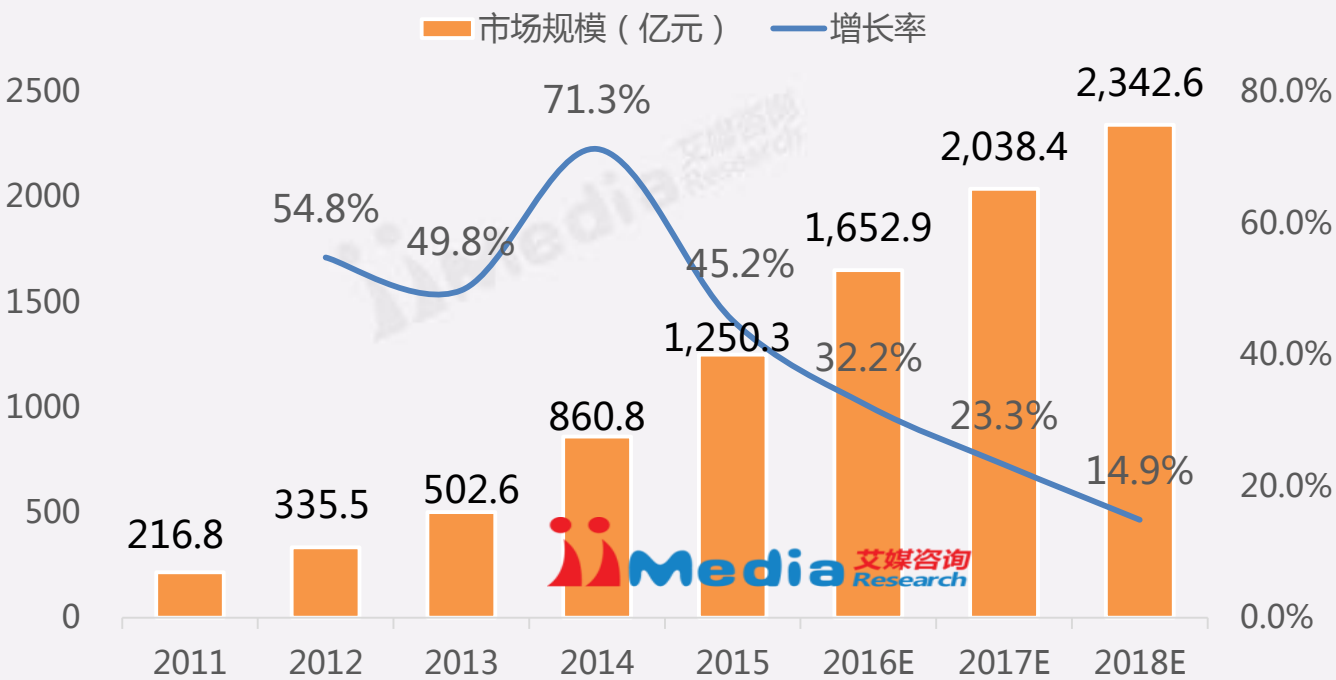


2016年8月，全国多省市相继约谈网络订餐第三方平台，深入沟通在线餐饮食品卫生监督管理细节。广东省食品药品监督管理局约谈5家网络订餐第三方平台，着眼解决“平台的责任落实问题、监管处罚如何到位问题和消费者监督渠道问题。”并要求各平台推动落实“明灶亮厨”，确保消费者可在网上看到订餐单位加工场所。实行“首赔制”，消费者索赔时网络平台先赔。

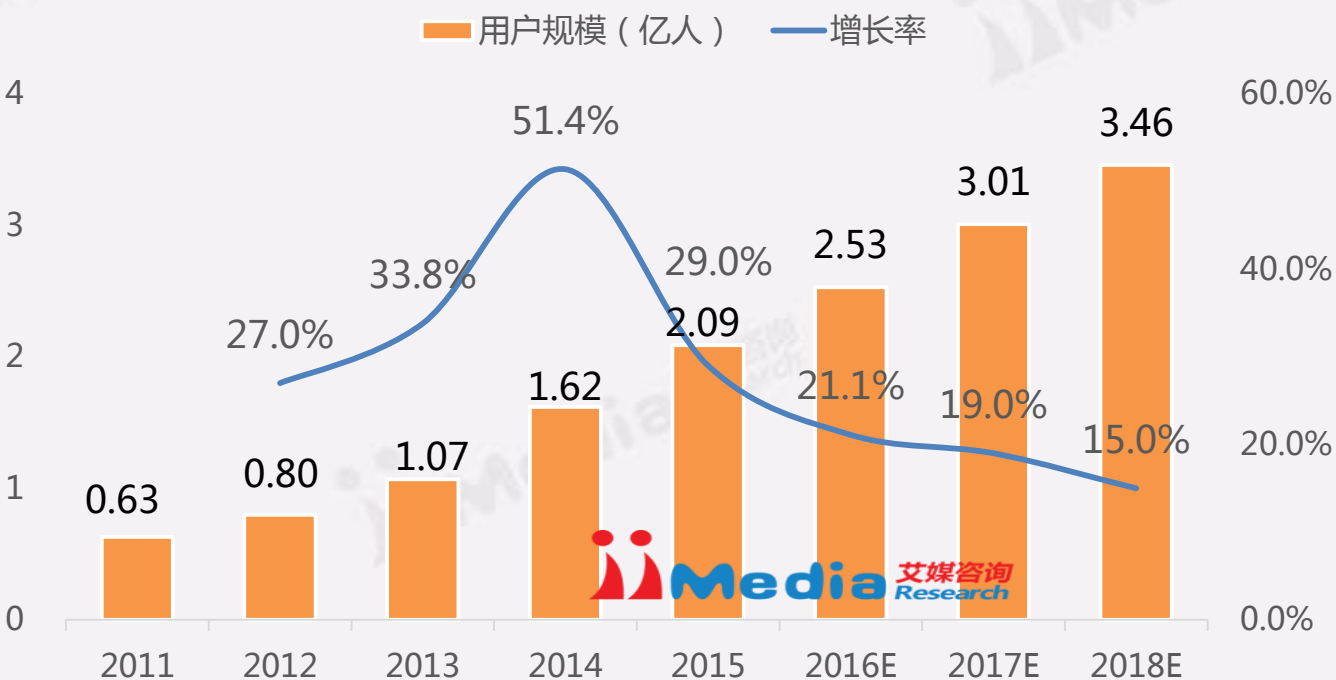
中国在线订餐市场规模及用户规模

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2016年中国在线餐饮外卖市场规模预计可达1652.9亿元，增速预计为32.2%。2016年中国在线餐饮外卖用户规模预计可达2.53亿，增速预计为21.1%。

2011-2018年中国在线订餐市场规模及预测



2011-2018年中国在线订餐用户规模及预测

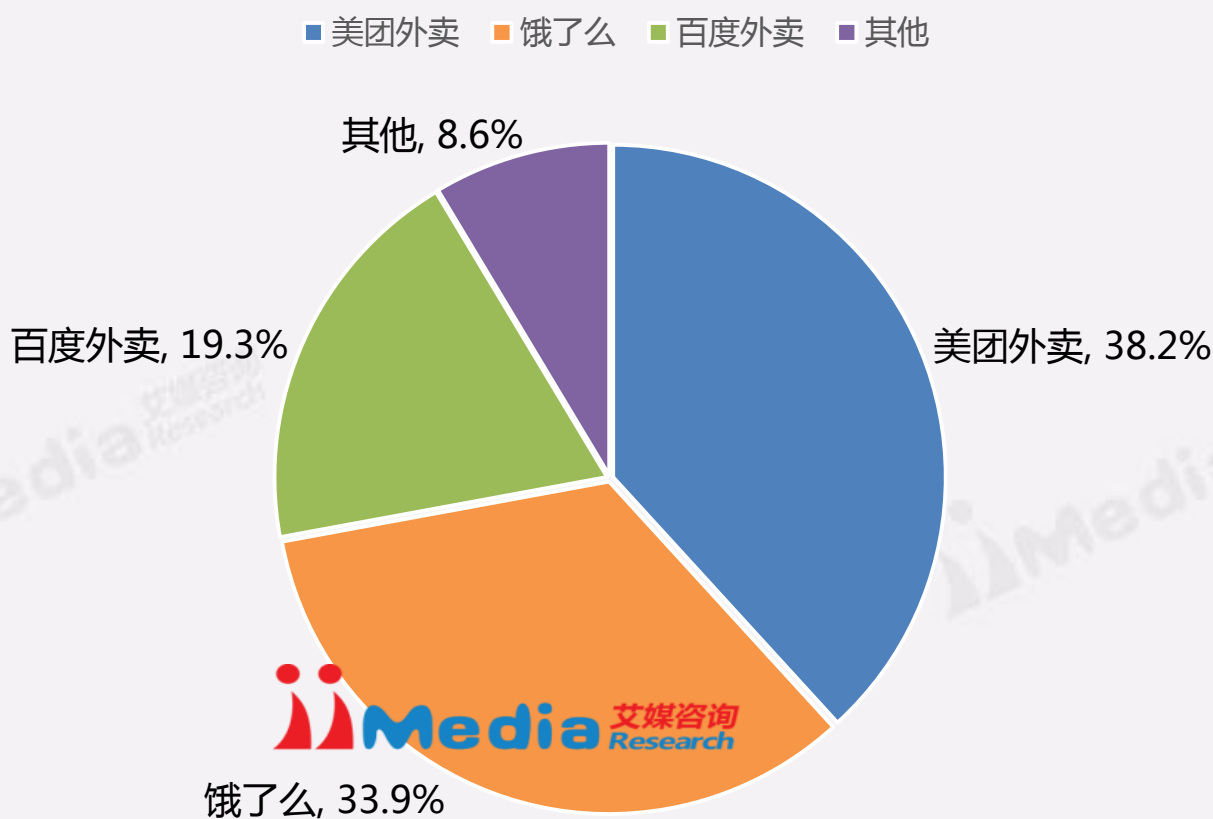


数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

美团外卖领跑2016Q3在线订餐市场

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2016年第三季度，中国在线餐饮外卖市场活跃用户分布方面，美团外卖排名首位，占比38.2%。饿了么居于第二，占比33.9%；第三位是百度外卖，占比为19.3%。艾媒咨询分析师认为，中国在线餐饮外卖市场经过2014、2015年的补贴圈地时代，已走向比拼用户体验、送餐速度及品牌建设等各方面综合运营能力阶段。

2016Q3中国在线餐饮外卖市场活跃用户分布



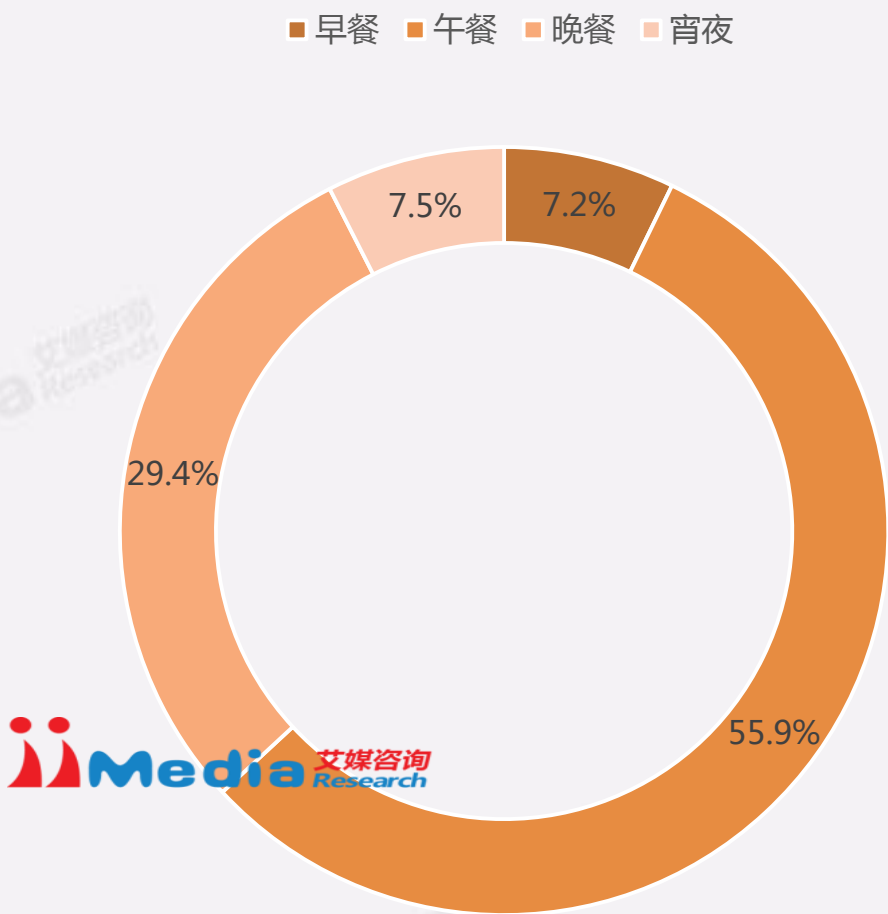
注：美团外卖用户份额包含美团与大众点评应用内外卖业务活跃用户量及美团外卖应用活跃用户量。

2016Q3中国在线餐饮外卖用户点餐类别

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第三季度，中国在线餐饮外卖用户点餐类别分布中，55.9%用户选择午餐为最主要点餐类别，居于首位。29.4%用户选择晚餐，居于第二位。早餐和夜宵均略高于7.0%，占比相对较低。

艾媒咨询分析师认为，在线餐饮外卖早餐市场仍具有较大挖掘潜力，在线餐饮用户具有早餐订餐需求，丰富平台早餐菜品种类，提升早餐配送准时程度，有利于进一步扩大在线订购早餐用户规模和满意度。

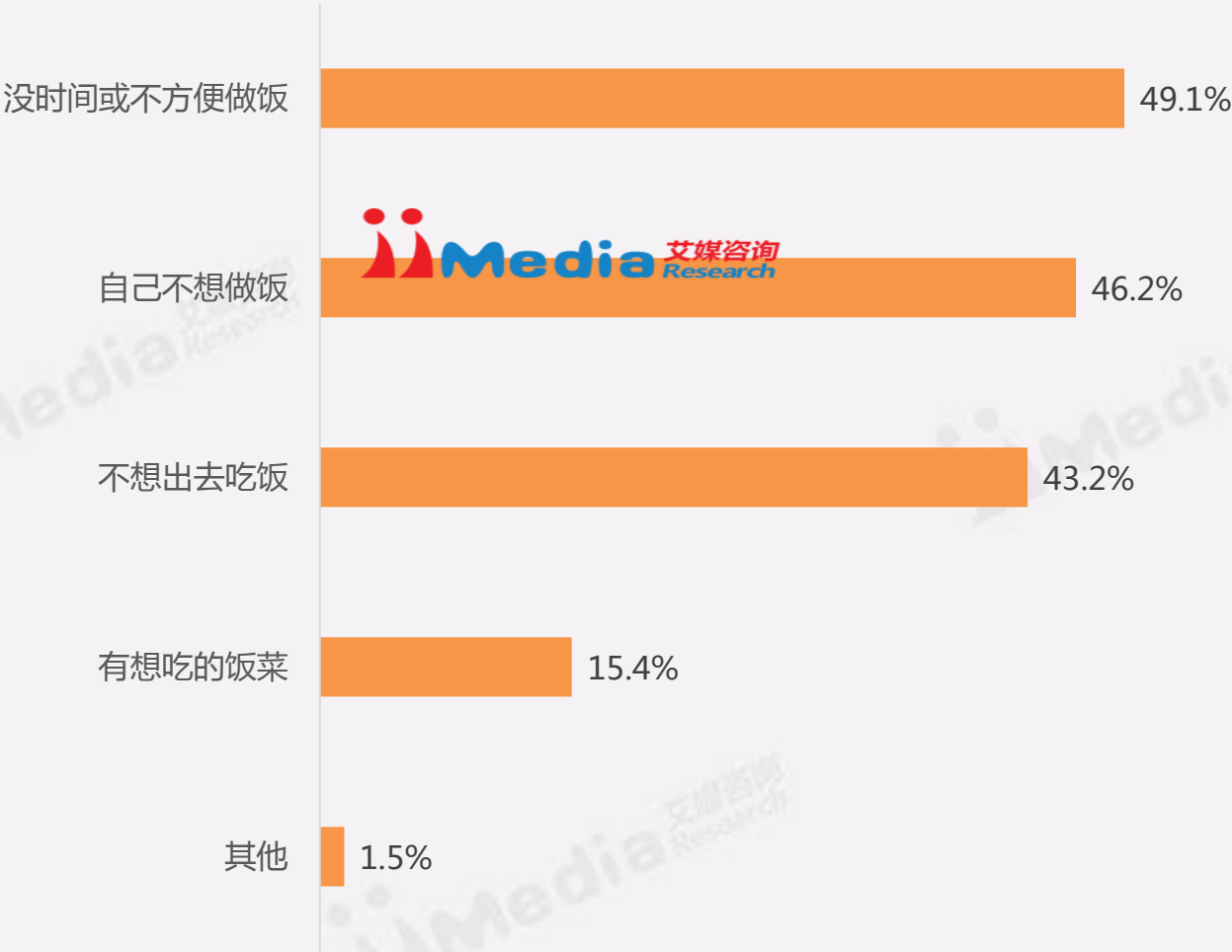
2016Q3中国在线餐饮外卖用户点餐类别分布



2016Q3中国在线餐饮外卖用户点餐原因

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第三季度，中国在线餐饮外卖用户点餐原因分布中，“没时间或不方便做饭”、“不想做饭”、“不想出去吃饭”为前三位，占比分别为49.1%、46.2%、43.2%。仅有15.4%用户选择在线餐饮外卖原因为有想吃的饭菜。艾媒咨询分析师认为，对于中国在线餐饮外卖用户而言，餐饮外卖解决做饭费时费力的用户痛点，但在餐饮商品丰富度与质量方面有待于进一步提升。

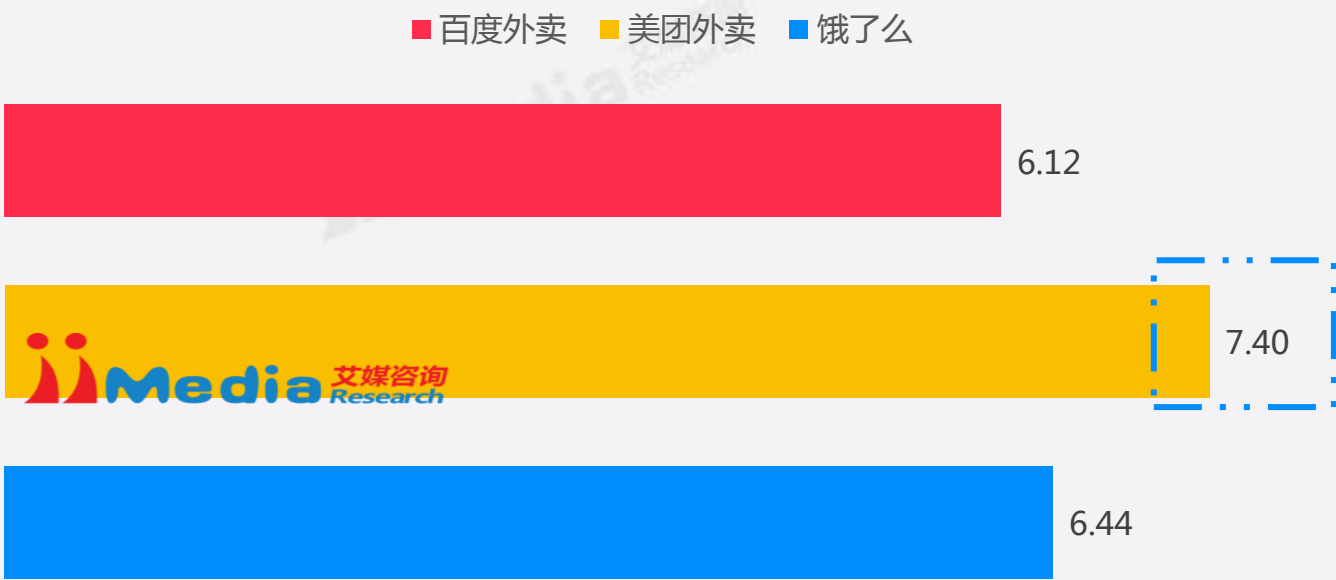
2016Q3中国在线餐饮外卖用户点餐原因分布



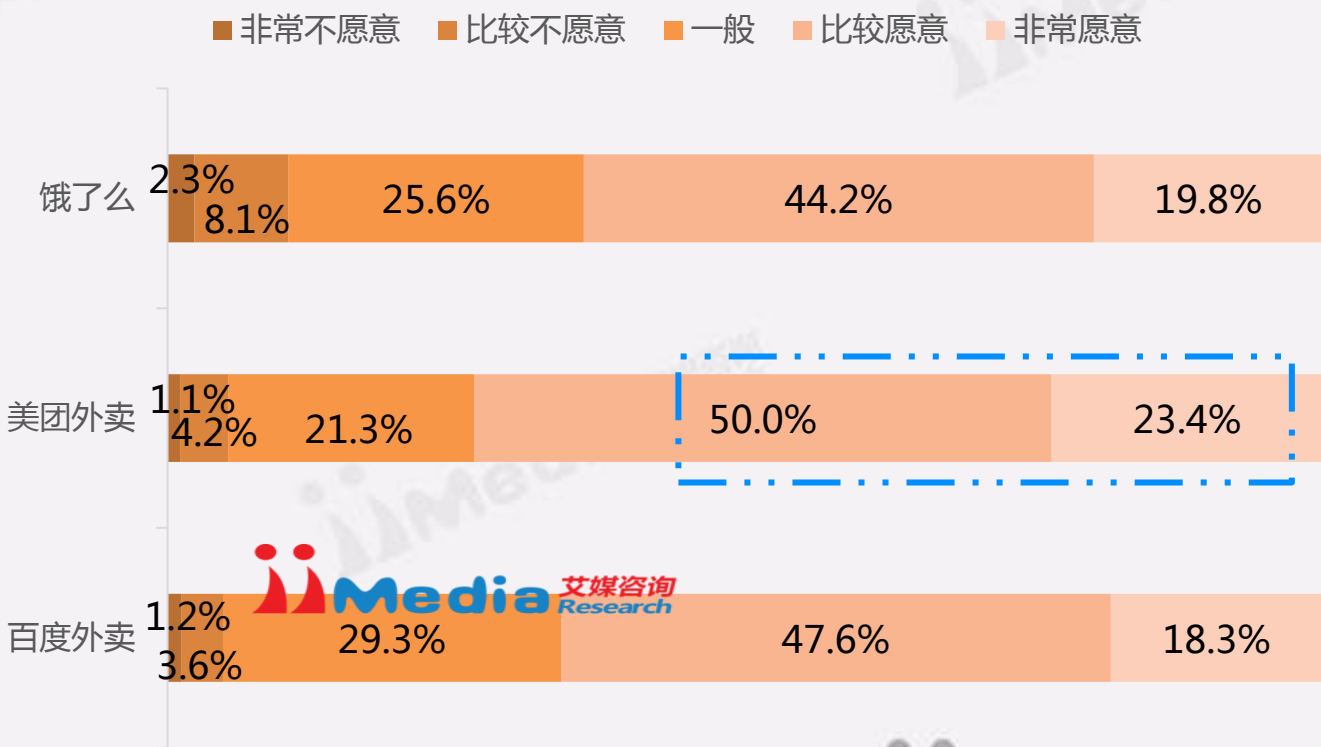
2016Q3中国在线餐饮外卖用户满意度与推荐度

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第三季度，在中国在线餐饮平台用户满意度调查中，美团外卖得分7.40分（满分为10分），居于首位。2016年第三季度中国在线餐饮平台用户推荐意愿分布中，73.4%美团外卖用户非常愿意或比较愿意推荐此平台，百度外卖中对应占比为65.9%，饿了么中对应占比为64.0%。

2016Q3中国在线餐饮外卖平台用户满意度



2016Q3中国在线餐饮外卖平台用户推荐意愿



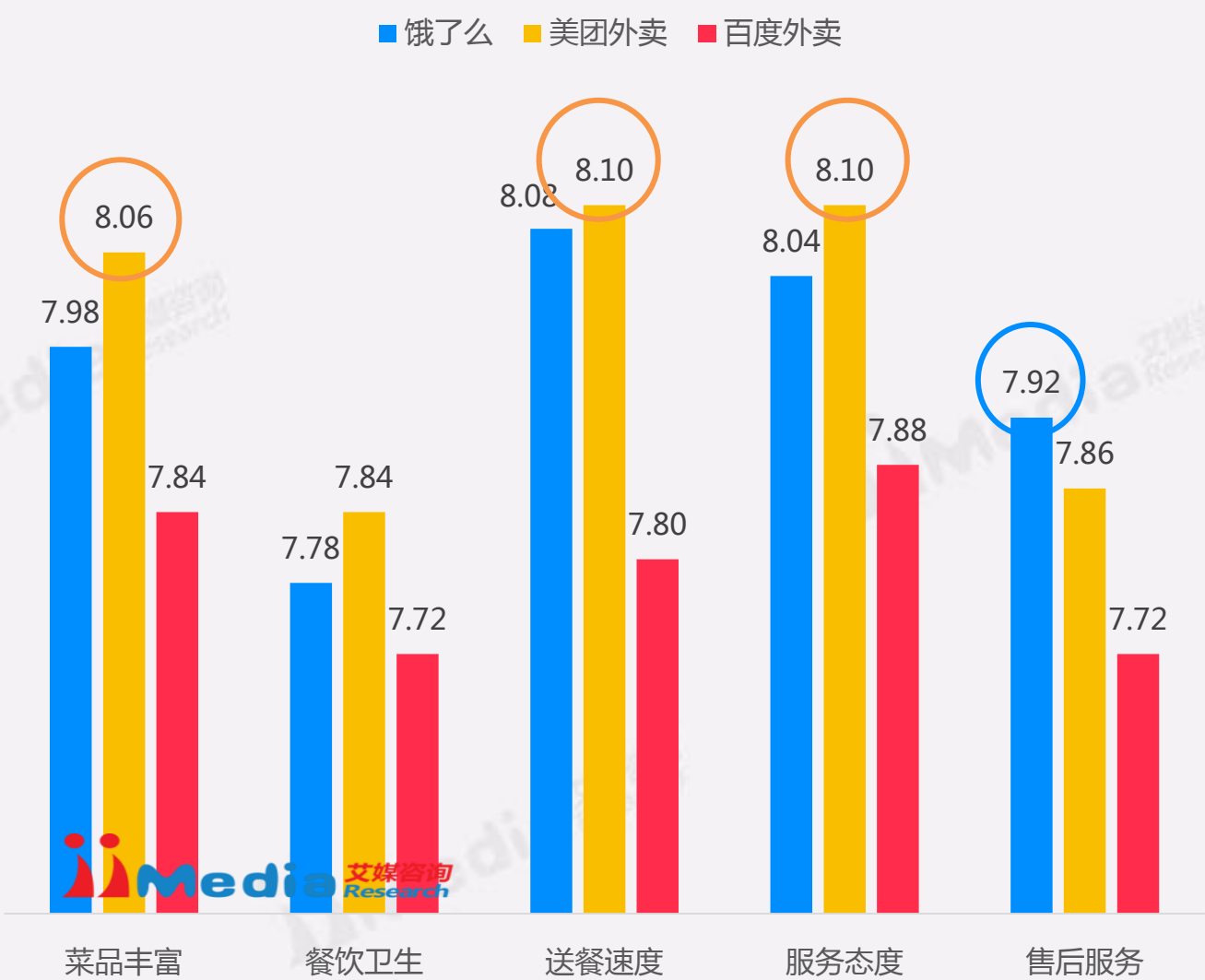
数据来源：iiMedia Research

2016Q3中国在线餐饮平台细分项得分

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年第三季度，中国在线餐饮平台细分项用户调查中，菜品丰富、送餐速度、服务态度三项整体得分较高，餐饮卫生和售后服务方面依然有较大提升空间。其中美团外卖在菜品、送餐速度、服务态度方面具有一定优势。饿了么在售后服务方面表现较为突出。

艾媒咨询分析师认为，提升餐饮卫生质量是在线餐饮外卖平台长期健康发展的基础，加强物流建设与售后服务也有利于优化用户体验，促进平台发展。

2016Q3中国在线餐饮平台细分项得分





PART TWO

2016Q3中国在线餐饮 外卖平台案例分析

美团外卖



2016年第三季度，美团外卖在规范商家经营、提升用户体验和平台升级方面持续发力。

倒逼商家经营规范化

请选择
餐厅刷单
外卖价格高于店内价格
商家资质问题
其他

2016年9月，美团外卖上线“举报商家”功能，用户可在此页面举报商家资质、外卖价格高于店内价格、餐厅刷单等问题，并有机会领取红包。美团外卖意图通过此方式激励广大用户对商家进行监督举报，倒逼商家经营规范化。

引入社交元素

偷红包

2016年9月，美团外卖上线“偷红包”功能，同时此应用中还能够看到好友最近点赞、评论的商家及菜品情况。美团外卖以此将用户线下互动延伸至线上。

平台升级



钱袋宝
qiandai.com

2016年7月，美团大众宣布获得华润旗下华润创业联合基金战略投资，双方将建立全面战略合作。华润旗下华润万家、苏果超市及华润堂等线下零售门店将入驻美团外卖。

2016年9月，美团大众全资收购第三方支付公司钱袋宝，获得第三方支付牌照，初步完成O2O生态平台支付布局。

艾媒咨询分析师认为，中国在线餐饮外卖市场竞争中服务、技术等方面的重要性愈加凸显。美团外卖通过加大对商家规范化经营监督力度的同时，通过与大型线下零售商合作、打通支付环节，逐步完善生态圈，提升整体竞争力。

2016年第三季度，饿了么在加快加强对加盟商家资格审查的同时，抓住奥运年体育项目关注度高的特点，成功邀请科比进行代言，并推出“全民饿运会”优惠活动。

引入第三方审核机构

Intertek

2016年9月，饿了么邀请第三方资质审核审查机构Intertek天祥集团（TKS）根据饿了么所提供店铺信息，通过多种方式进行线下核查，确认店铺地址真实性和证件真实有效。

推出“准时达”业务

准时必达
超时秒赔

2016年7月，饿了么宣布“准时达”业务上线，向用户承诺在指定商家下单“准时必达，超时秒赔”，若实际送餐时间超出承诺时间，饿了么将赔付无门槛红包。艾媒咨询分析师认为，送餐速度加快有利于优化用户体验，进一步提升平台竞争力。

“全民饿运会”



2016年8月里约奥运会期间，饿了么推出“全民饿运会”外卖优惠活动，8月5日至8月22日，与平台内商家携手推出金牌赠饮、五折不眠夜等优惠，充分借助奥运期间体育热度高的特点，满足用户夜间观赛外卖需求的同时，进行品牌建设，提升品牌热度。

艾媒咨询分析师认为，饿了么通过加强商家审核、提升物流速度等方式提高自身竞争力的同时，通过明星代言+优惠活动的方式，进一步加强品牌建设，促进品牌传播。

百度外卖



2016年第三季度，百度外卖以多种方式提升商品与服务品质、透明商户资质信息，开始尝试通过“明星+直播”方式进行跨界营销。

与餐饮商户展开深度合作



2016年8月，百度外卖召开全国大客户研讨会，百度外卖会上称将与更多品牌餐饮商户联合，围绕标准化平台服务、定制化菜品、营销模式等方面展开合作。艾媒咨询分析师认为，百度外卖此举有利于平台外卖商品及服务标准化、规范化。

加强平台商户信息公开



2016年8月，百度外卖全面开放北京地区商家证照及餐饮量化分级信息。消费者登录百度外卖，在相应商家页面可看到其餐饮服务许可证（食品经营许可证）和营业执照。此外，百度外卖逐渐开展线下核实平台商家、线上展示商家实景照片工作。

跨界直播营销



2016年8月，百度外卖联合许嵩策划“许嵩下厨直播首秀，菜品百度外卖独家抢购”活动，此活动在三家直播平台同步直播。艾媒咨询分析师认为百度外卖通过引入明星资源及直播方式进行营销，以娱乐的方式提升品牌知名度与影响力。

艾媒咨询分析师认为，百度外卖利用自身技术优势，加深与平台商户合作，一方面有利于提升平台商品质量、服务质量。另一方面也可为商家提供数据、营销等方面支持指导。有利于平台进一步发展。



PART THREE

2016年中国在线餐饮 外卖市场发展趋势解析

2016年中国在线餐饮外卖市场发展趋势预测

品类愈加丰富 外卖平台升级

2016年以来，大润发线下超市陆续入驻百度外卖，华润旗下超市及商家入驻美团外卖。各外卖平台均配送品类从外卖延伸到生鲜、商超、药品等。艾媒咨询分析师认为，现有外卖平台已经积累了丰富的用户群体，品类延伸有利于更好满足用户生活需求。同时，外卖物流较为集中于用餐时间，外送品类更为丰富有利于提升物流利用率。

完善物流系统 提升送餐速度

艾媒咨询分析师认为，中国在线餐饮外卖市场经过2014、2015年的补贴圈地时代，已走向比拼用户体验、送餐速度及品牌建设等各方面综合运营能力阶段。其中，送餐速度成为提升用户体验，在激烈竞争中脱颖而出的重要竞争点。百度外卖自建物流，美团外卖采取“自营+代理+众包”三位一体的物流模式，饿了么邀请全国第三方物流加入蜂鸟配送，同时以自营配送团队“风行者”服务平台品牌馆客户。艾媒咨询分析师认为，探索完善平台物流模式，增强物流技术水平，推动外卖物流订单分配、路线选择智能化、精细化，成为平台提升送餐速度，增强竞争力的重要方面。

深入产业链上游

随着在线餐饮外卖市场不断成熟，外卖平台不再局限于商家与用户之间连接者的角色，逐渐向产业链上游深入，为商家提供生鲜食材供应。艾媒咨询分析师认为，此举一方面有利于扩展营收渠道，也有助于满足商家对于食材大量供应的相关需求，降低其采购成本。同时，有助于提升商家产品质量。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn

艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；

iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注， 所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构