# 饭否需求调查分析

1. 外卖行业的格局非常稳，虹吸效应明显，去年已经到6.5-3.5朝着7-3的方向发展，拥有优势的美团只要不出大错，占比很难下降。这个数据可以从很多第三方统计机构查到。

2. 用户端的流量方面，美团完胜饿了么。美团App+点评+美团外卖是3.5亿的月活用户，外加11亿月活用户的微信两个二级入口的加持；而饿了么+口碑不到1亿月活用户，支付宝7亿月活一个二级入口的加持，**用户流量端美团胜出**。（上面的数据是针对去年的，今年淘宝也开始给饿了么引流了）

3. 商家端，美团+点评 580W餐饮商户 **VS** 饿了么+口碑 350W餐饮商户，并且美团平台商户独占比远大于饿了么。饿了么之所以不敢逼商家二选一，就是因为平台类产品都是有双边效应的，你本来订单就少，你肯定不敢逼商家做选择，不然直接都跑去美团。反观美团，人家有足够的C端流量叫板商户。**所以商家端美团同样胜。**

4. 配送端，美团的日配送3000W单 **VS** 饿了么蜂鸟+点我达日配送1000W单，并且配送效率上美团也要优于饿了么，主要原因是王兴前几年将大量的钱砸到智能调度系统上面了。饿了么自己搞了方舟系统，从网上了解到的消息是搞得不行，阿里一直在优化。**所以配送端美团也胜利了。**

**虽然今年阿里开始重金投入饿了么，但是仍然改变不了战局。并且是**3-5年内都不能。

外卖用户选择换平台无非3个原因：

1)价格更便宜

2)配送时间更快

3)商家更多

从价格方面来讲，饿了么做小范围补贴美团随时可以跟进。

从配送来看，技术上方舟赶上美团压缩配送时间并非一朝一夕的事。

商家方面，阿里的地推可能会发挥一定作用，但是商家也不是傻子，面对美团的二选一，如果饿了么不能给到同样的收益，对方还是会走，这时候问题留给了饿了么，是先拉动用户数呢？还是先拉动商家数？这两者想要拉动都需要巨量的补贴才能撬动。

更重要的是今年阿里的重心明眼人都知道在聚划算，一二线城市还要防着PDD的进攻，大文娱云计算新零售高德etc全是要输血的，饿了么的优先级有多高可以想想。

所以阿里加入不改变战局，但不排除阿里借着饿了么，隔一两个季度就打补贴战来恶心美团，目的在于短期拖慢美团外卖盈利的脚步，让其不能在本地生活其他战场伸展拳脚。