


洞察网络 Internet Insight



# 中国移动支付外卖场景分析

DCCI

DCCI互联网数据中心

DCCI Data Center of China Internet

中国互联网监测研究权威机构&数据平台



Part 1 : 中国移动支付用户规模稳步增长，外卖成为重要场景

Part 2 : 近七成网民通过互联网订外卖，外卖消费与互联网深度融合

Part 3 : 团购网站仍是订外卖主要途径，白领成为重要用户群

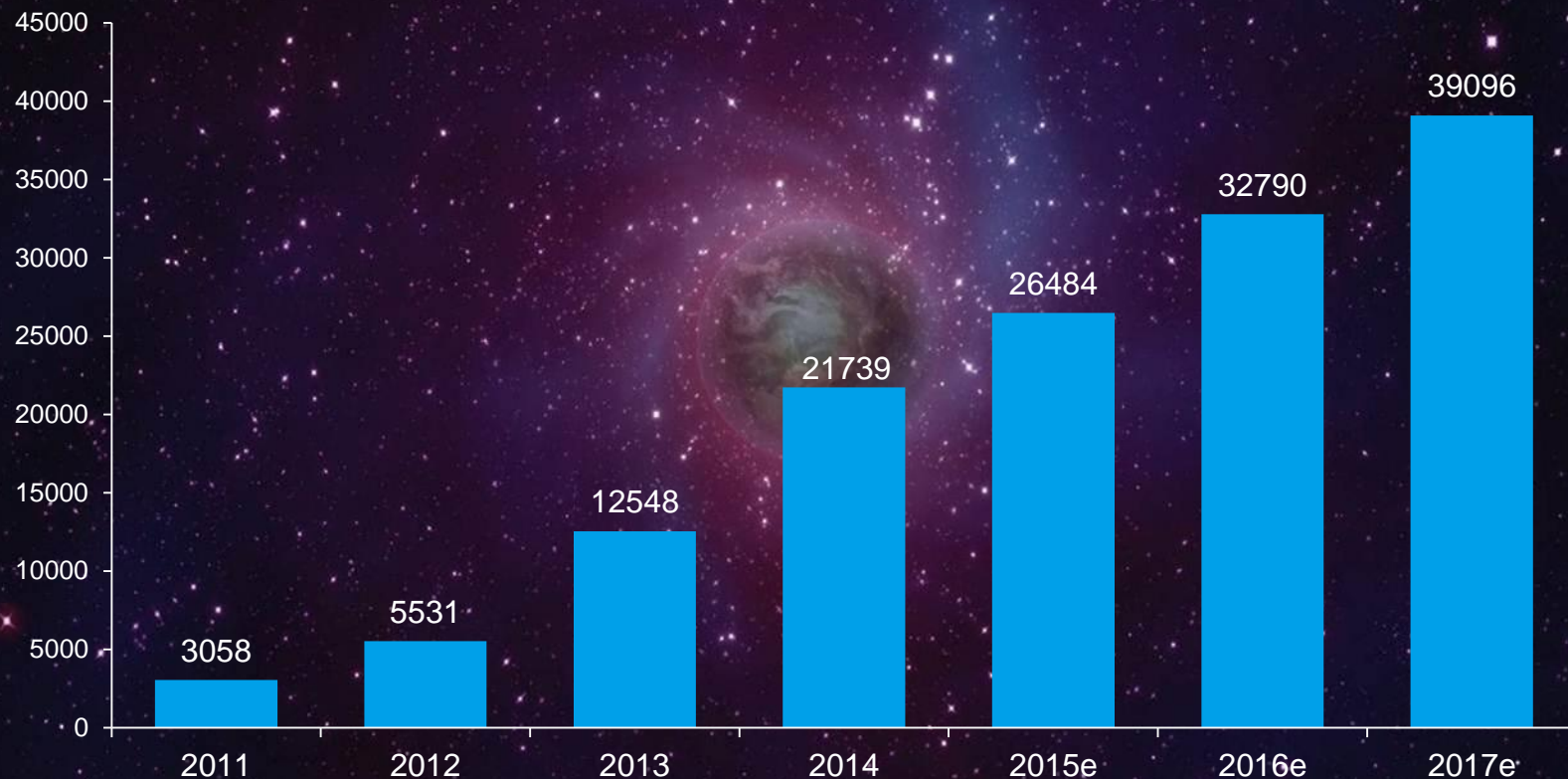
Part 4 : 外卖用户移动支付习惯养成，第三方支付工具成为主流

Part 5 : 支付宝、微信支付、百度钱包引领外卖场景移动支付市场

# 中国移动支付用户规模稳步增长

2011~2017年中国移动支付用户规模

单位：万人

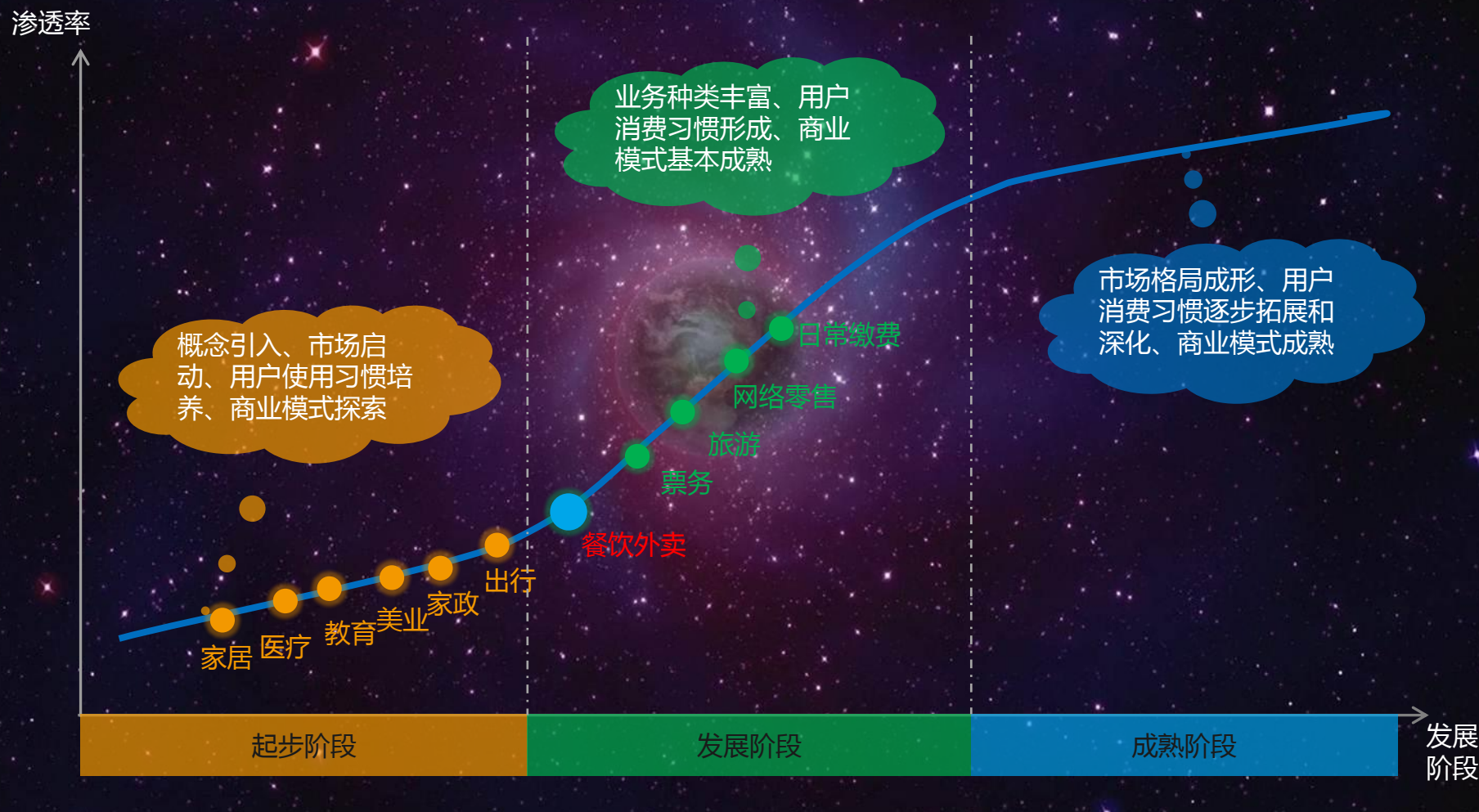




## 中国移动支付产业地图



## 中国主要消费场景发展状况





Part 1 : 中国移动支付用户规模稳步增长，外卖成为重要场景

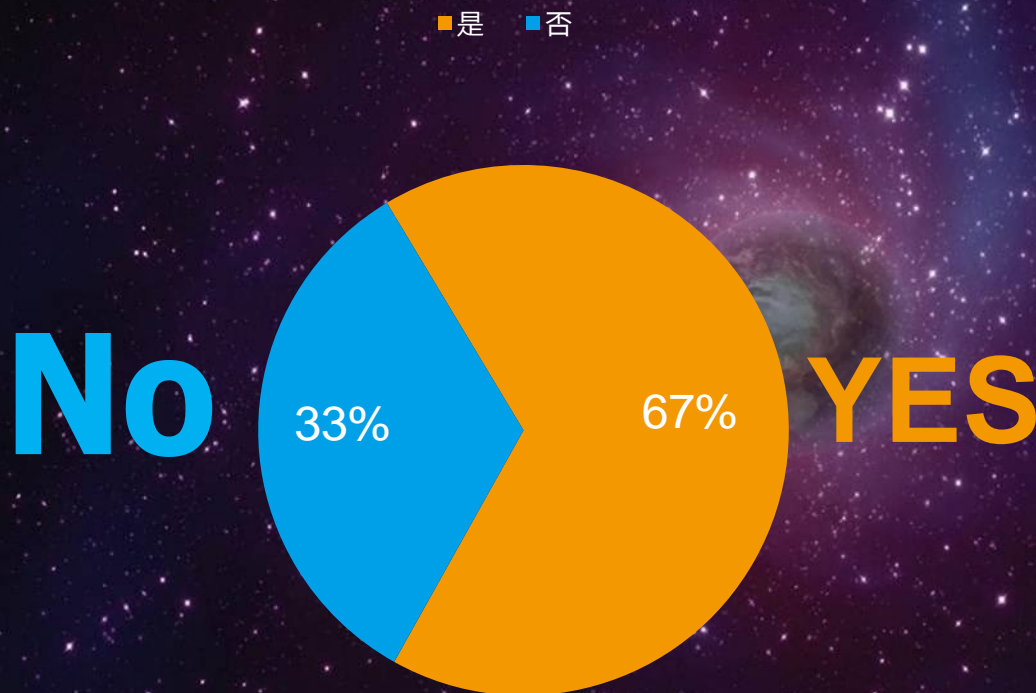
Part 2 : 近七成网民通过互联网订外卖，外卖消费与互联网深度融合

Part 3 : 团购网站仍是订外卖主要途径，白领成为重要用户群

Part 4 : 外卖用户移动支付习惯养成，第三方支付工具成为主流

Part 5 : 支付宝、微信支付、百度钱包引领外卖场景移动支付市场

## 近一个月中国网民是否通过互联网订外卖



在调查的中国互联网用户中，  
约**7成**的网民近一个月通过  
互联网使用过餐饮外卖服务。







Part 1 : 中国移动支付用户规模稳步增长，外卖成为重要场景

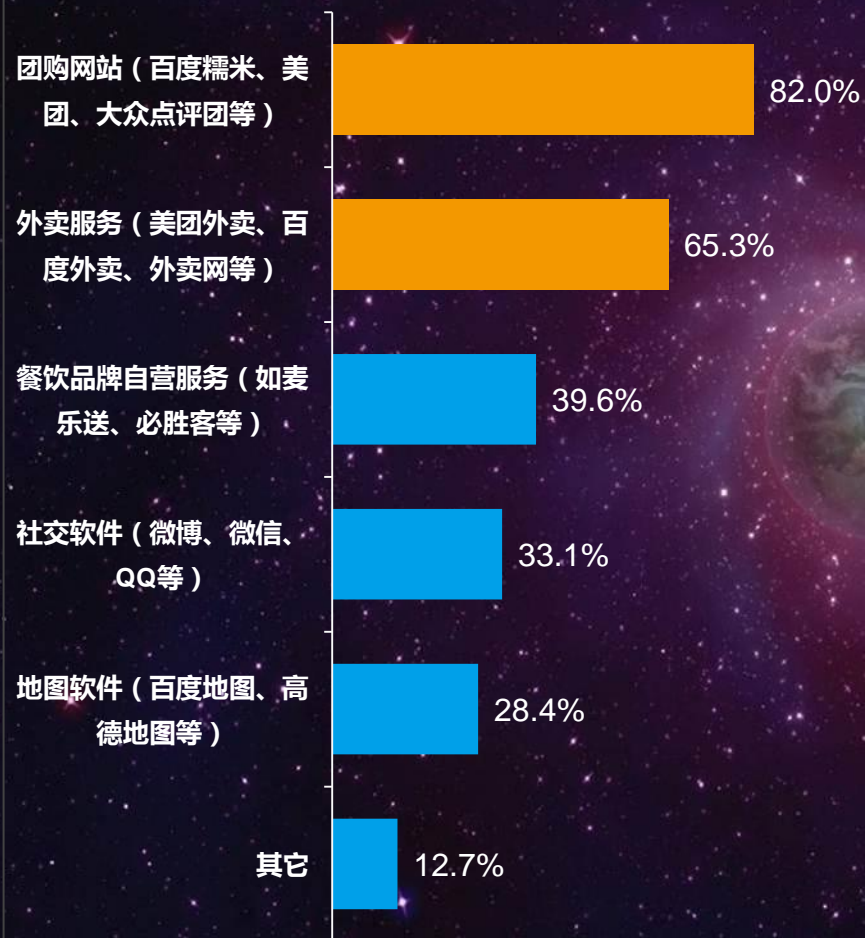
Part 2 : 近七成网民通过互联网订外卖，外卖消费与互联网深度融合

Part 3 : 团购网站仍是订外卖主要途径，白领成为重要用户群

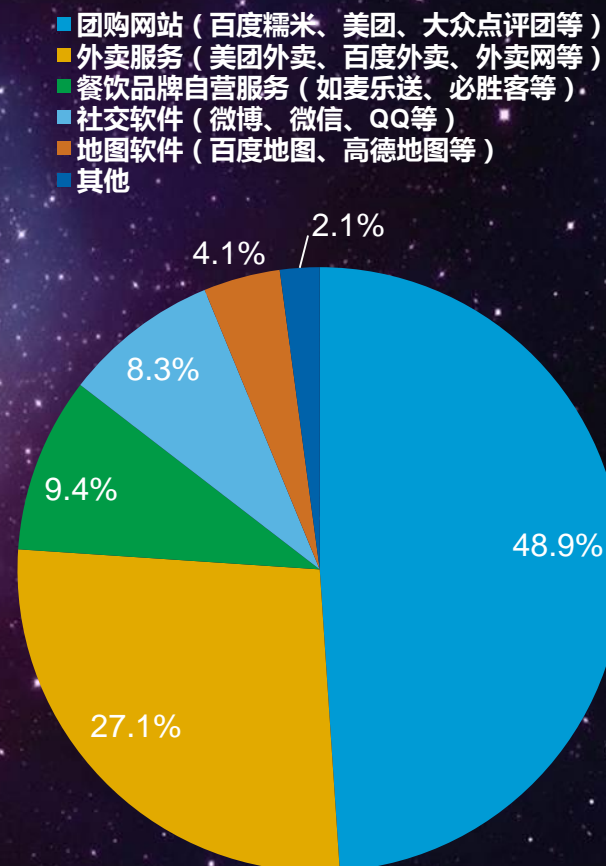
Part 4 : 外卖用户移动支付习惯养成，第三方支付工具成为主流

Part 5 : 支付宝、微信支付、百度钱包引领外卖场景移动支付市场

## 网民通过哪些方式订外卖



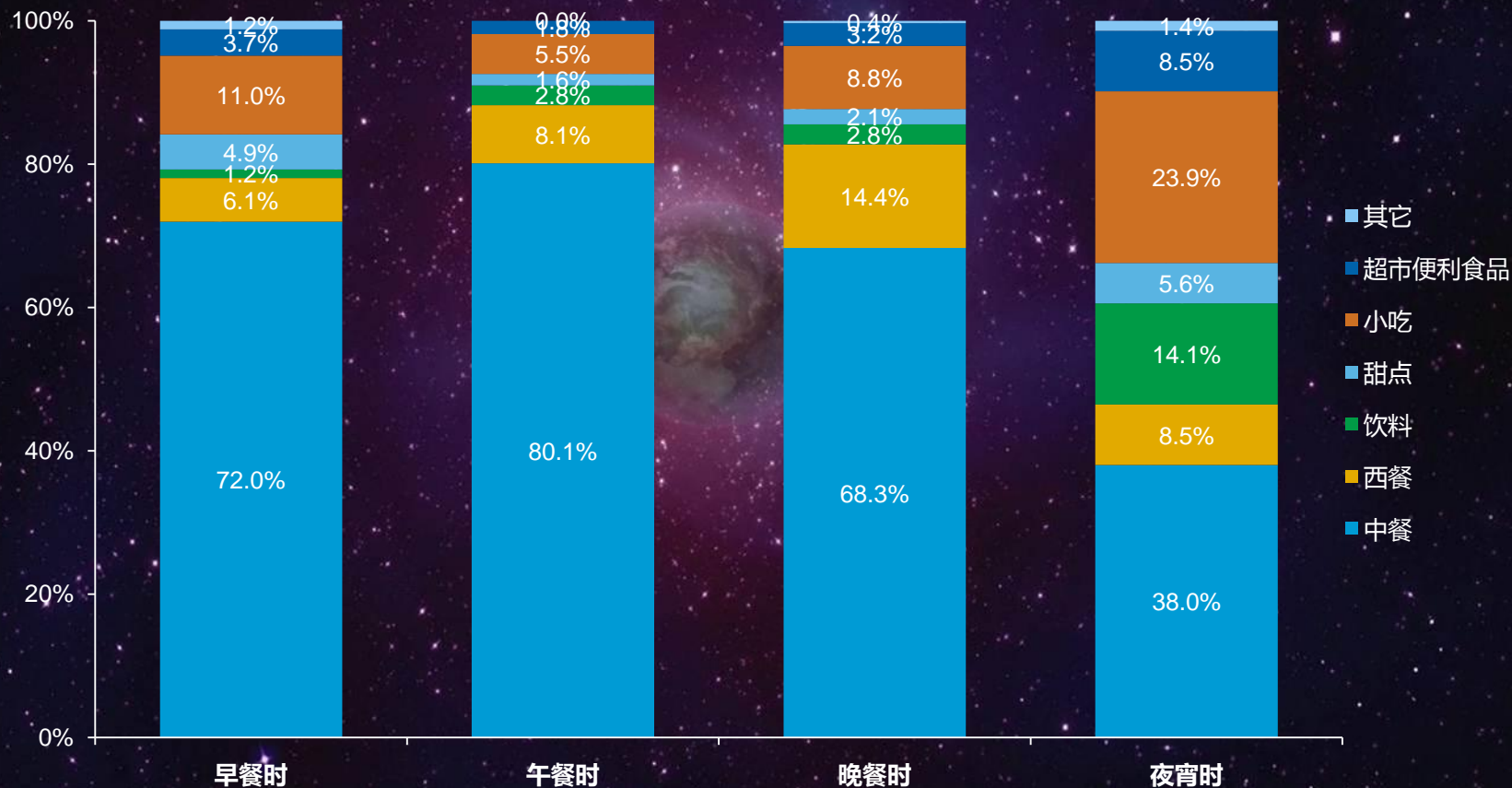
## 网民最常使用哪些方式订外卖



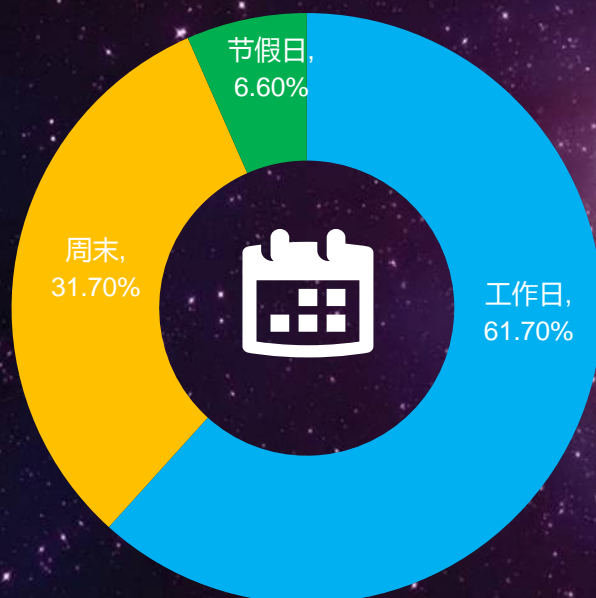


# 中餐是用户订外卖主要需求，而小吃在夜宵时段备受欢迎

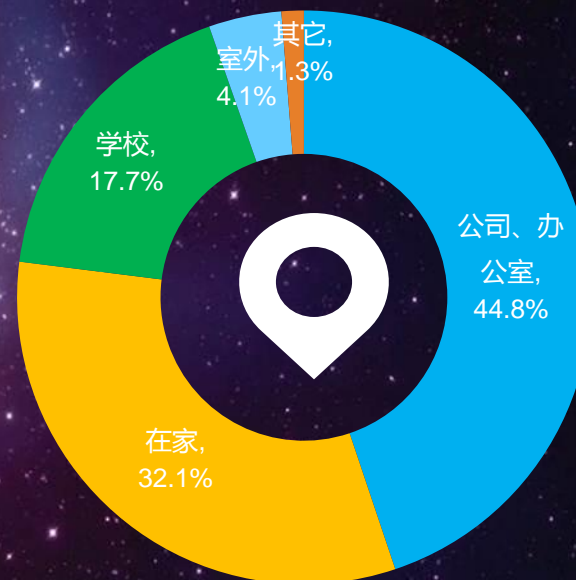
## 外卖用户订外卖的时间及种类



## 一年中外卖用户在线订外卖的时间



## 外卖用户在线订外卖的地点





Part 1 : 中国移动支付用户规模稳步增长，外卖成为重要场景

Part 2 : 近七成网民通过互联网订外卖，外卖消费与互联网深度融合

Part 3 : 团购网站仍是订外卖主要途径，白领成为重要用户群

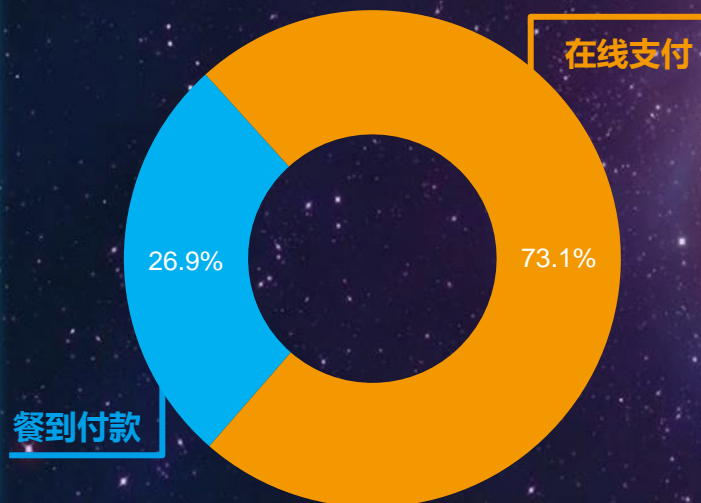
Part 4 : 外卖用户移动支付习惯养成，第三方支付工具成为主流

Part 5 : 支付宝、微信支付、百度钱包引领外卖场景移动支付市场

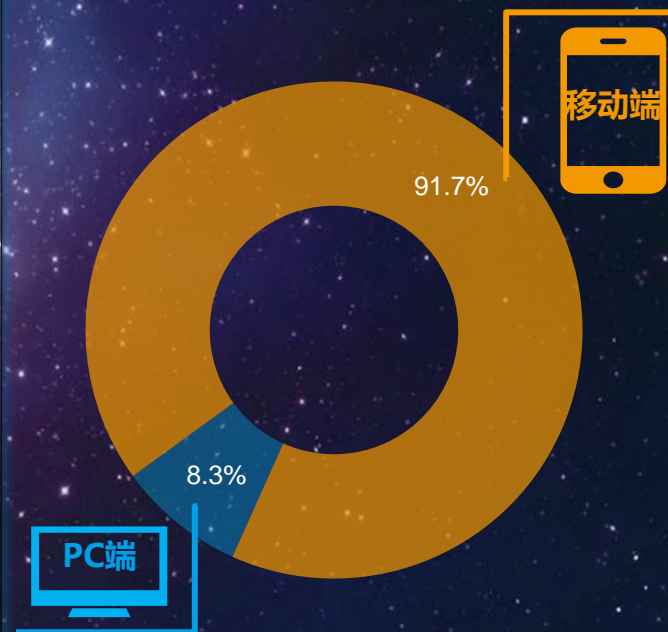
# 外卖用户在线订外卖时支付方式以移动支付为主

## 外卖用户使用的支付方式及支付时使用的终端

外卖用户在线订外卖的支付方式

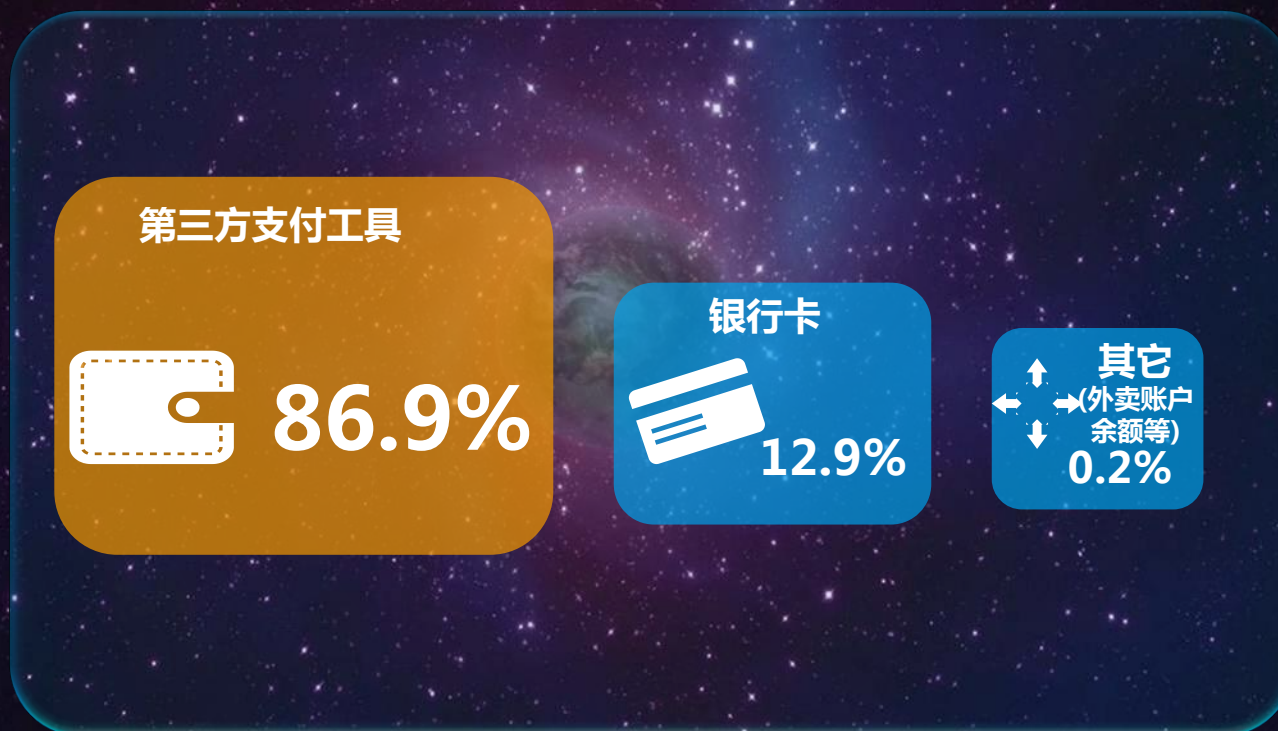


外卖用户在线支付时使用的终端



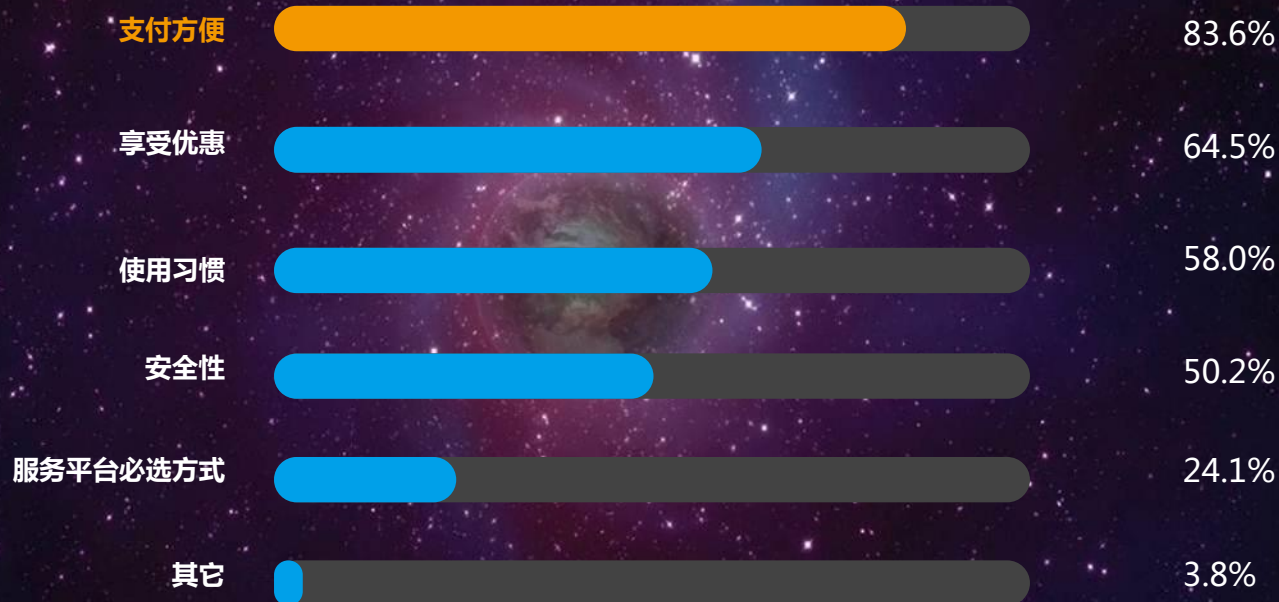


## 外卖用户最常使用的移动支付工具



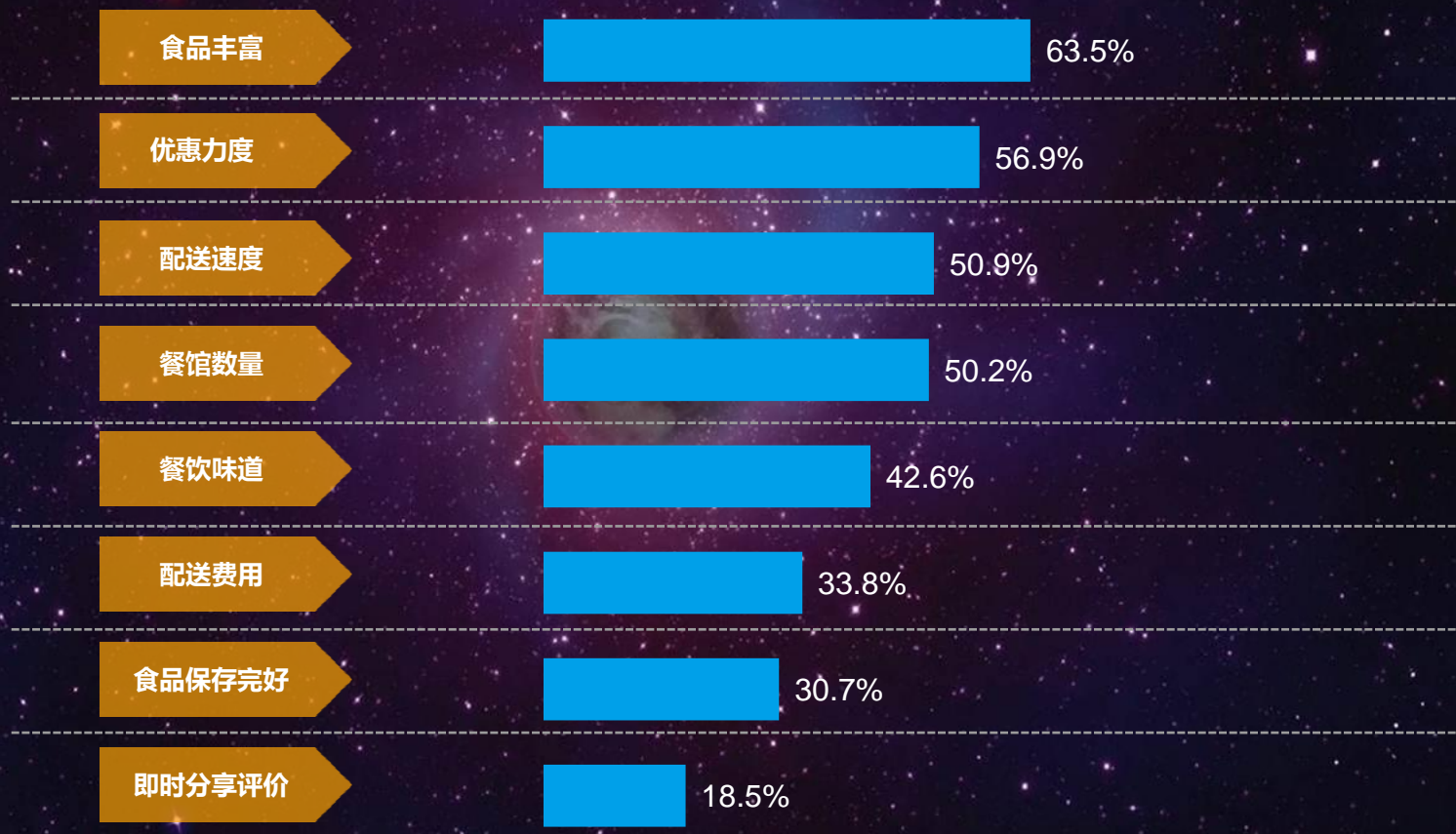
# 外卖用户使用移动支付工具的主要原因是便捷性

## 用户订外卖时使用移动支付工具的原因

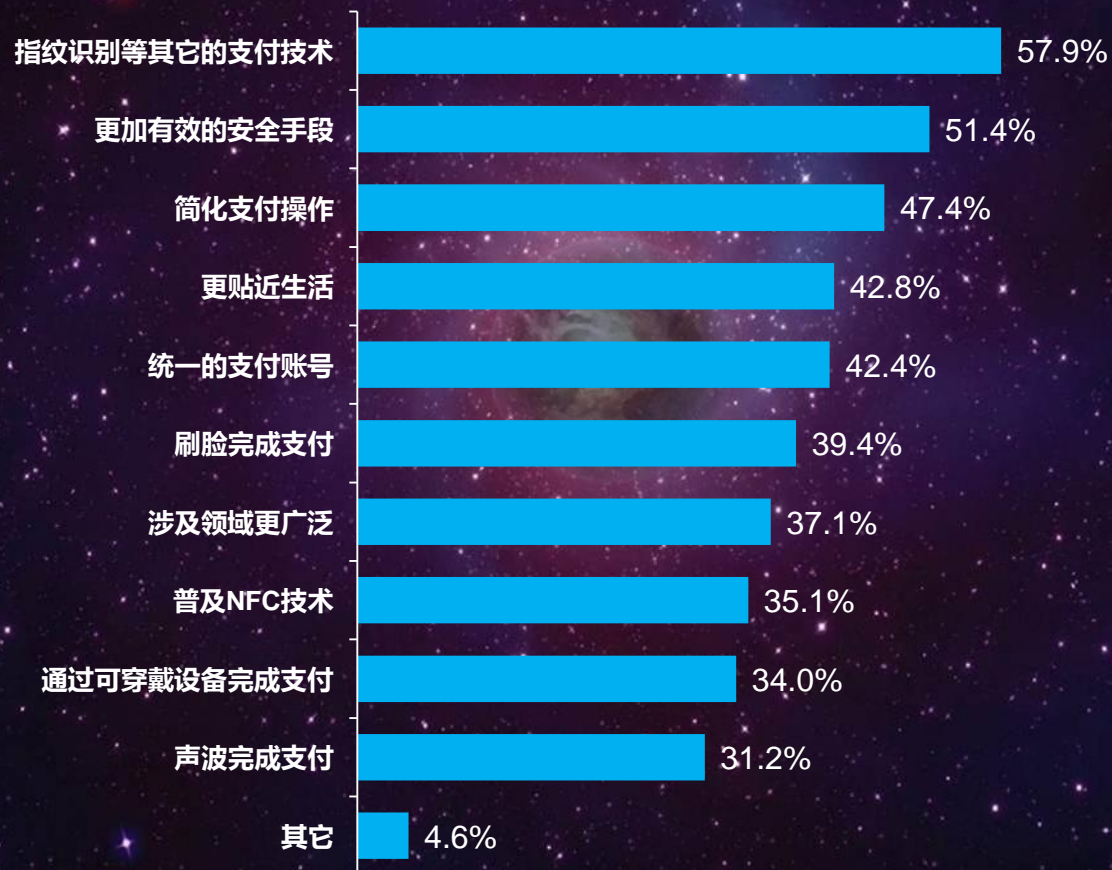




## 移动支付用户使用专业外卖服务的满意度



## 外卖用户对于未来移动支付的期待





Part 1：中国移动支付用户规模稳步增长，外卖成为重要场景

Part 2：近七成网民通过互联网订外卖，外卖消费与互联网深度融合

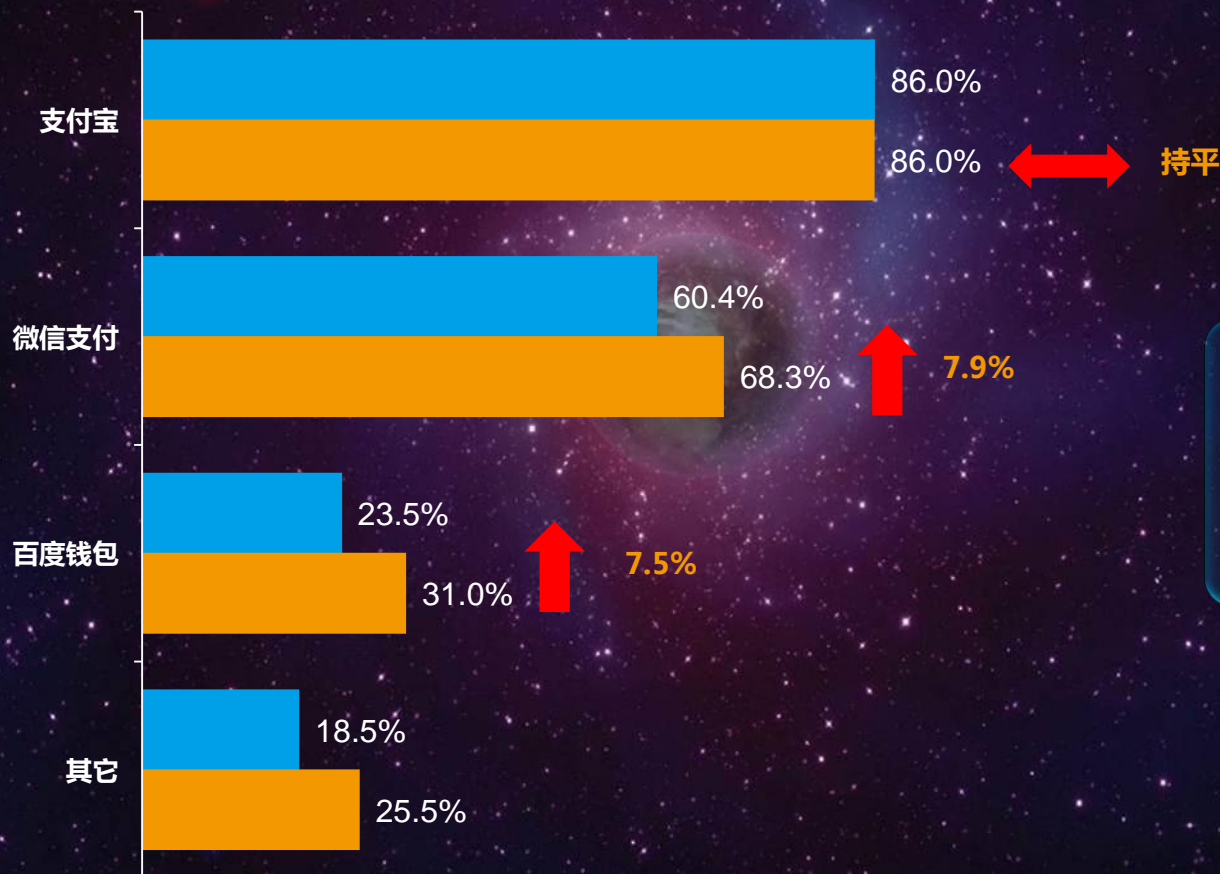
Part 3：团购网站仍是订外卖主要途径，白领成为重要用户群

Part 4：外卖用户移动支付习惯养成，第三方支付工具成为主流

Part 5：支付宝、微信支付、百度钱包引领外卖场景移动支付市场

## 外卖用户对第三方支付工具的使用状况

■ 三个月内使用的 ■ 未来将会使用的

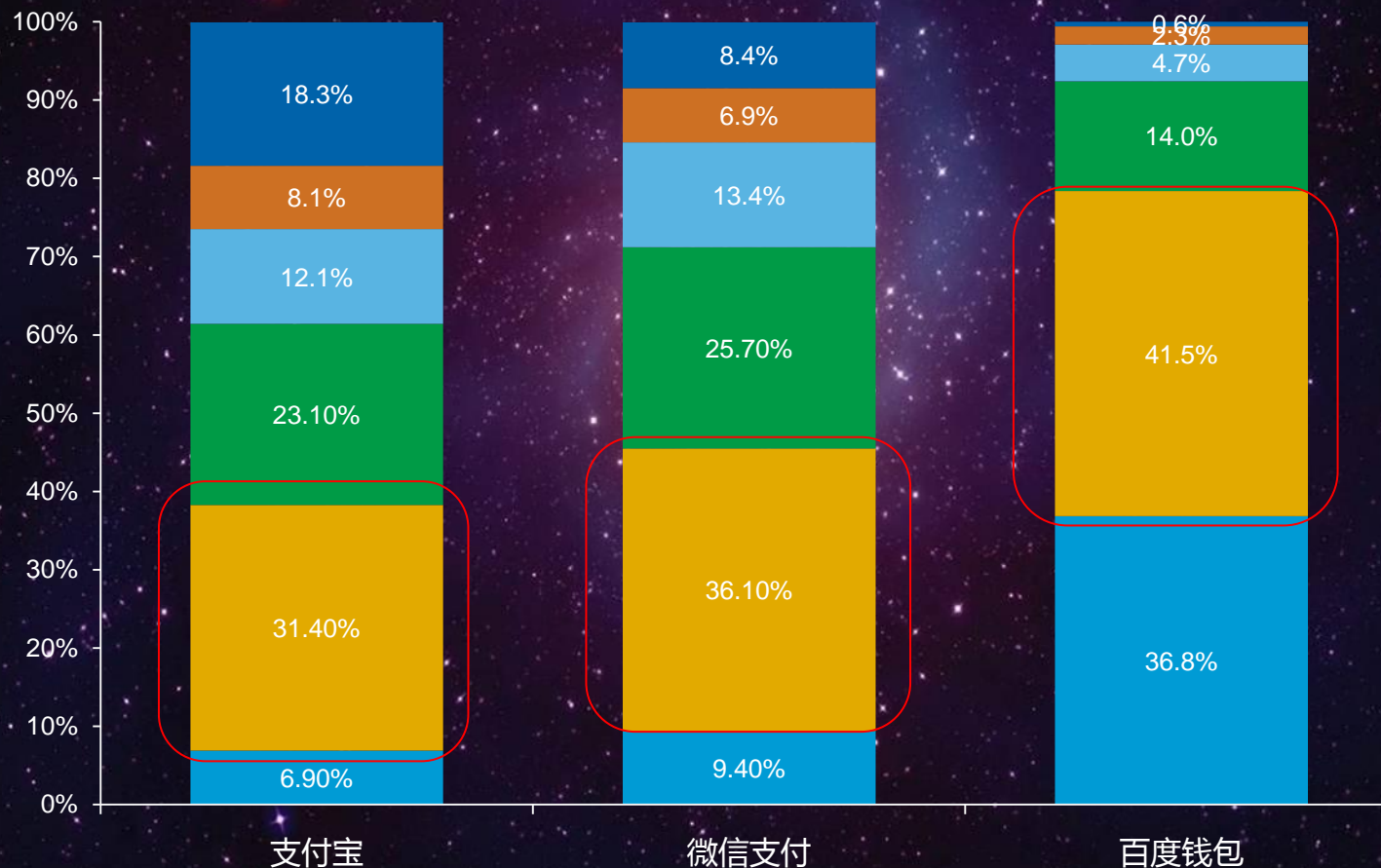


未来，微信支付和百度钱包的用户渗透率将出现较大增长。



## 外卖用户在线订外卖时对支付工具的使用频次

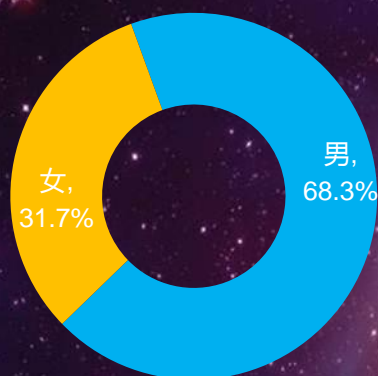
■ 平均每周1次及以下 ■ 平均每周2~4次 ■ 平均每周5~7次 ■ 平均每周8~10次 ■ 平均每周10~15次 ■ 平均每周15次以上



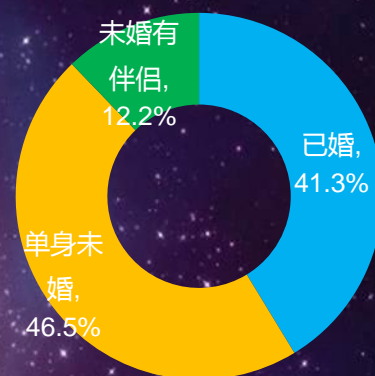
# 支付宝用户：小资群体为主

相比于移动支付用户整体属性特征，支付宝用户：男性，单身，26~40岁，二线用户偏多。

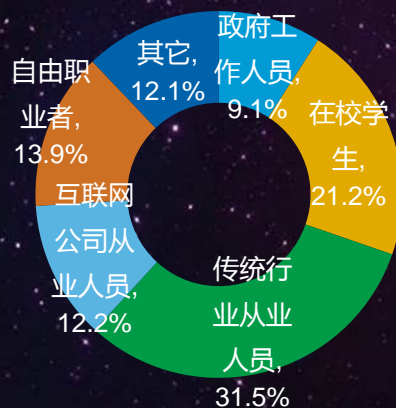
## 支付宝用户性别分布



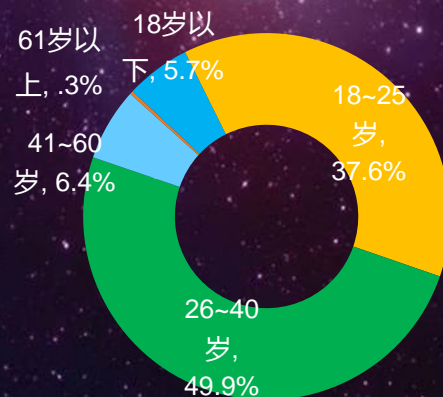
## 支付宝用户婚姻属性分布



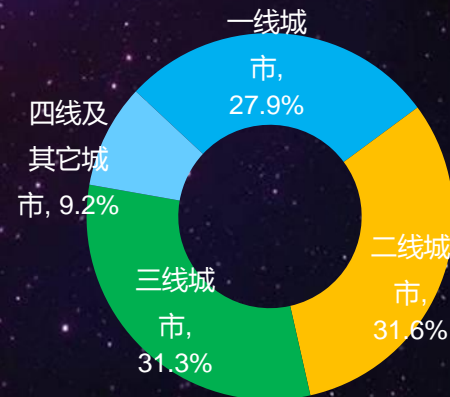
## 支付宝用户工作类别分布



## 支付宝用户年龄分布



## 支付宝用户城市类别分布

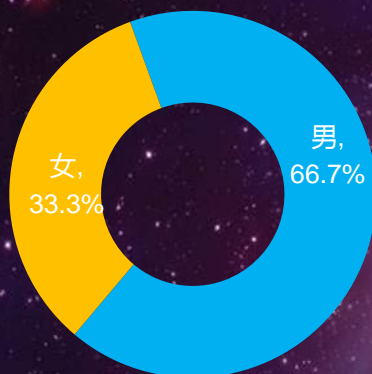




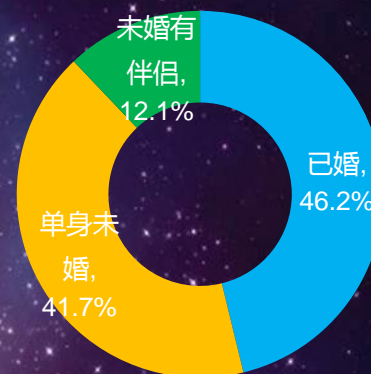
# 微信支付用户：社会精英人群为主

相比于移动支付用户整体属性特征，微信支付用户：男性，已婚，中年人士，一线城市用户偏多。

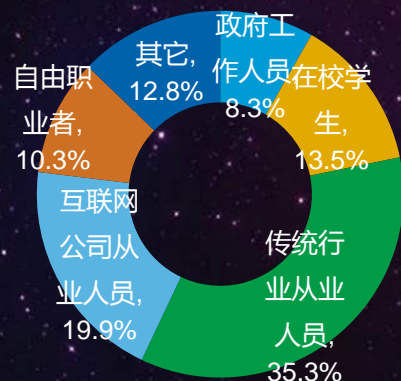
## 微信支付用户性别分布



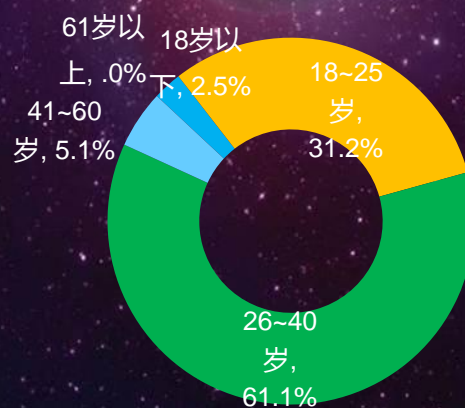
## 微信支付用户婚姻属性分布



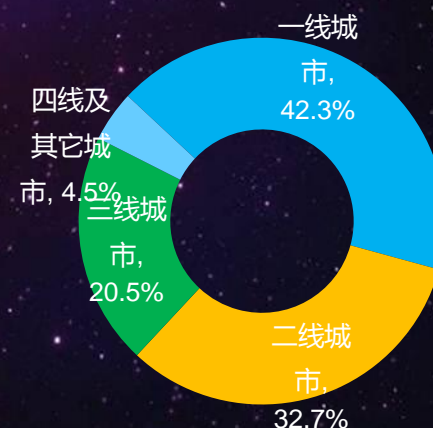
## 微信支付用户工作类别分布



## 微信用户年龄分布



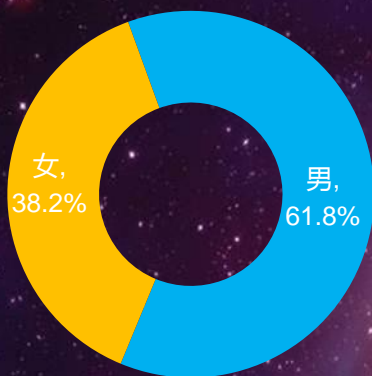
## 微信用户城市类别分布



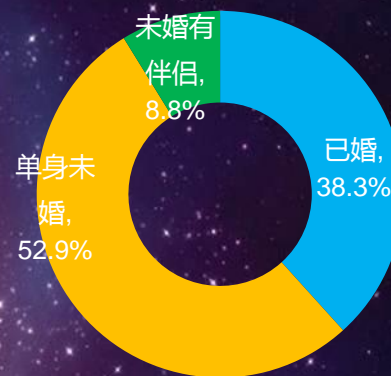
# 百度钱包用户：白领人群为主

相比于移动支付用户整体属性特征，百度钱包用户：男性，单身，二线用户偏多；

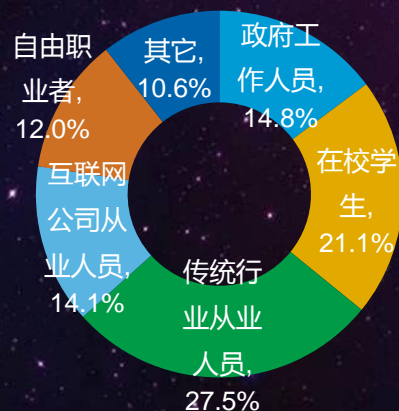
## 百度钱包用户性别分布



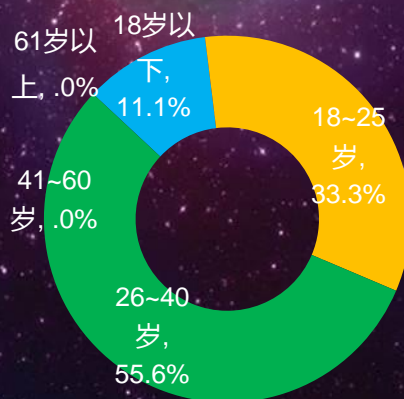
## 百度钱包用户婚姻属性分布



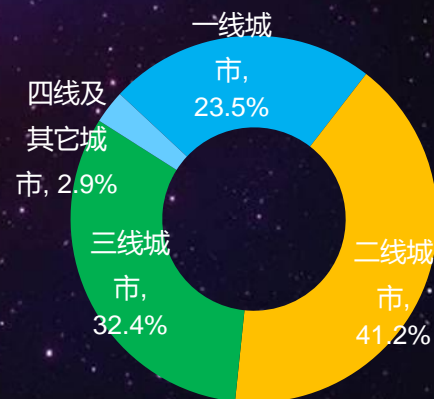
## 百度钱包用户工作类别分布



## 百度钱包用户年龄分布



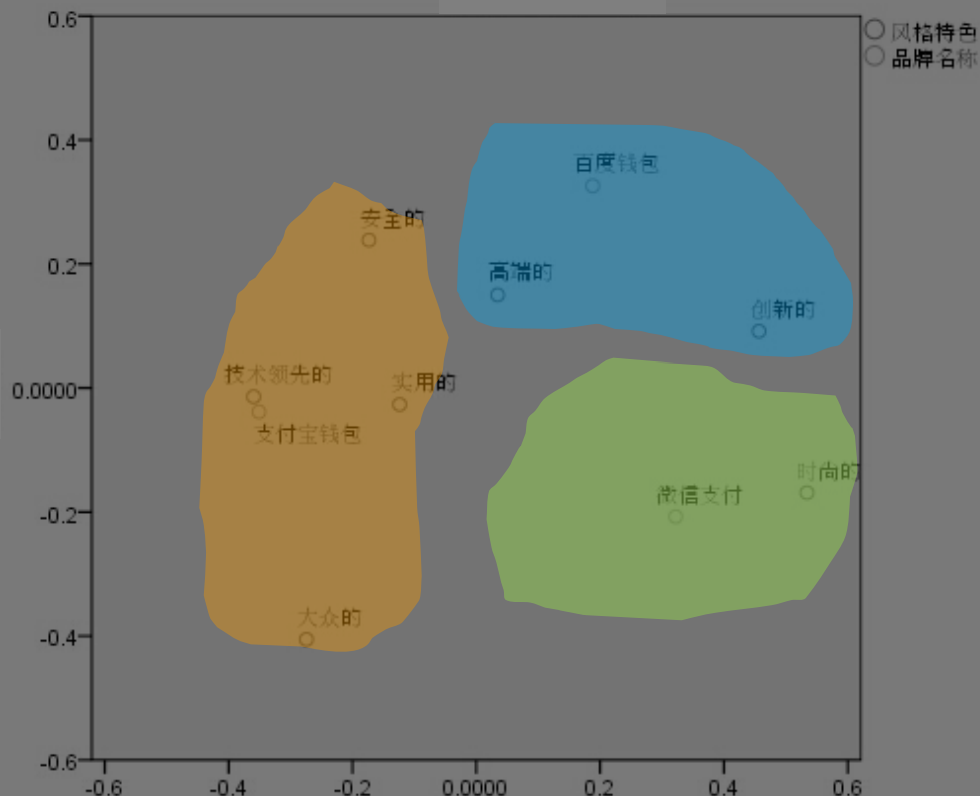
## 百度钱包用户城市类别分布





# 安全性是用户使用支付工具时的首要印象

## 外卖用户在线订外卖时对主流移动支付工具的使用印象



**支付宝：**  
安全、实用、大众、技术领先；

**微信支付：**时尚的；

**百度钱包：**高端的、创新的；



## 关于DCCI互联网数据中心

**DCCI互联网数据中心**（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn)），中国互联网第三方研究机构&数据平台，最富实验探索、创新前沿色彩的互联网洞察引领者。

以市场调研、Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，DCCI进行网站、APP、网民、广告、品牌、消费的动态测量研究。在数据测量基础上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调查手段、数据产品、研究方法、专家智库，为企业互联网相关决策提供全面深入的互联网数据测量、市场调查、产业研究、策略咨询等专业服务。

作为公共数据平台，DCCI互联网数据中心负责实施每年一度规模最大的中国互联网调查，实施中国互联网市场数据发布（年度、半年、季度、月度），定期向各方披露总体市场、细分领域的调查数据、监测研究成果，定期发布总体各个细分领域的蓝皮书。过去数年来得到国内外机构、媒体、企业的广泛引用，成为各方高度认可的数据-调查-研究-咨询专业机构。依托客户端样本，DCCI对中国市场网站媒介、受众消费、访问行为等长期进行连续性测量；依托专业研究团队和业界专家智库，DCCI对中国互联网50多个细分领域相关企业长期进行连续性的跟踪研究。每年一度的《中国互联网调查年度报告》、《中国网络广告市场年度报告》、《中国网络媒介监测报告》、《中国互联网用户调查报告》、《中国市场品牌传播监测报告》等已经成为相关领域的核心市场报告。

DCCI互联网数据中心面向各行各业企业、互联网公司、互联网广告营销上中下游等3类对象，重点提供四个方面的监测研究服务和产品，帮助各行各业企业完成互联网相关市场决策；优化互联网相关产品和服务，帮助广告主、代理商和媒体洞察市场、优化计划、评估效果，提升营销ROI。


**1.定制调查研究分析服务：**分为产业&市场、网站&媒体、用户&受众、广告&营销、品牌&产品等五个方面，重点面向移动互联网、互动营销、社会化网络、网络视频、电子商务、垂直行业等关键领域，以及云管端、感营销、大数据、微金融、轻电商、O2O、物联网、OTT、泛智能设备及可穿戴设备等热点领域。

**2.第三方测评服务：**Admeasure广告营销效果追踪监测与测评，Netmeasure网站流量测评认证分析。

**3.监测研究数据产品：**Netmonitor网络监测数据中心，Netbrand品牌口碑监测系统，Netguide市场情报管理系统，Netuser用户调研社区，Admonitor网络广告投放监测系统。

**4.交流活动：**每年一度的Mworld移动互联世界、Eworld电子商务世界、iworld（原Adworld）互动营销世界及金赢销大奖，是中国在相关领域最具规模和影响力的标志性年度交流盛典和市场风向标。





洞察网络 Internet Insight

**DCCI**

DCCI互联网数据中心

微博：[weibo.com/dcci](http://weibo.com/dcci) Website：[www.dcci.com.cn](http://www.dcci.com.cn) Email：[dcci@dcci.com.cn](mailto:dcci@dcci.com.cn)