



2017年上半年中国外卖O2O行业发展分析报告

2017年8月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：基于Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.5亿）的安卓用户样本集，并根据中国移动网民人口结构、地域分布、各移动应用iOS与Android比例关系等多方面因素搭建模型计算所得
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2016年1月至2017年6月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 月度覆盖率---应用的月活跃用户量占移动互联网用户总数的比例
- 月新增---每月新增用户数
- 月度留存率---新增用户在接下来的一个月重复使用过1天及以上的概率
- TGI指数---用户指标/目标群体用户特征指标

Contents

- 1 外卖行业发展现状
- 2 外卖行业竞争格局
- 3 外卖行业商家及骑手分析



Part One 外卖行业发展现状

2017上半年外卖交易额近千亿，美团外卖及饿了么占比逾八成

与团购相比，外卖月度覆盖率差距明显，行业发展潜力巨大

外卖用户全天订餐高峰均出现在上午11时及下午5点至6点

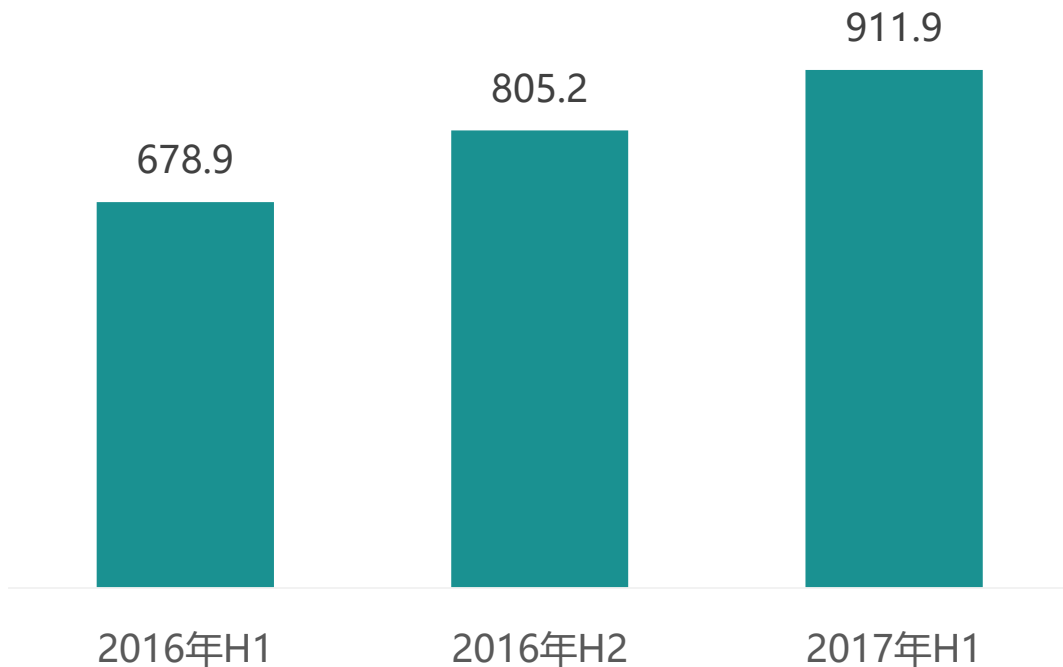


2017年上半年，外卖行业市场规模呈持续增长态势，交易额近千亿人民币

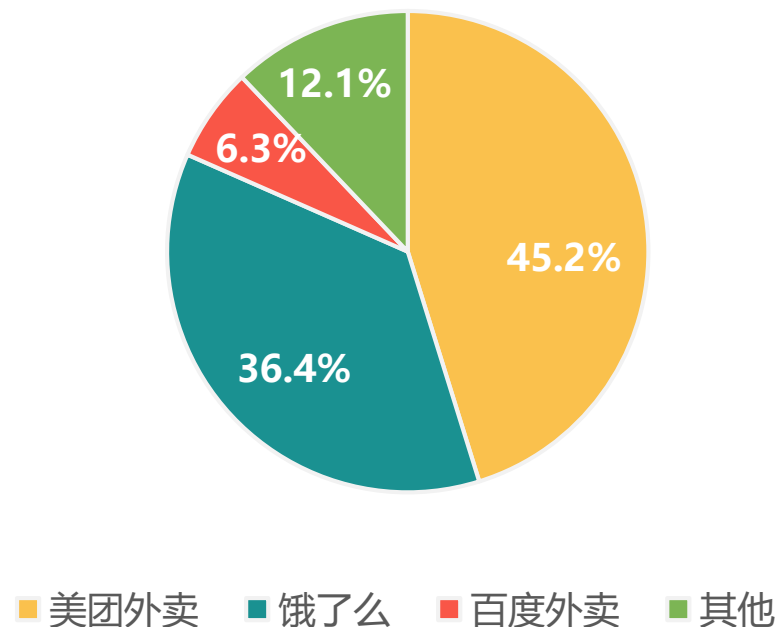
美团外卖及饿了么占据逾八成份额

中国外卖市场交易规模

交易规模：亿元人民币

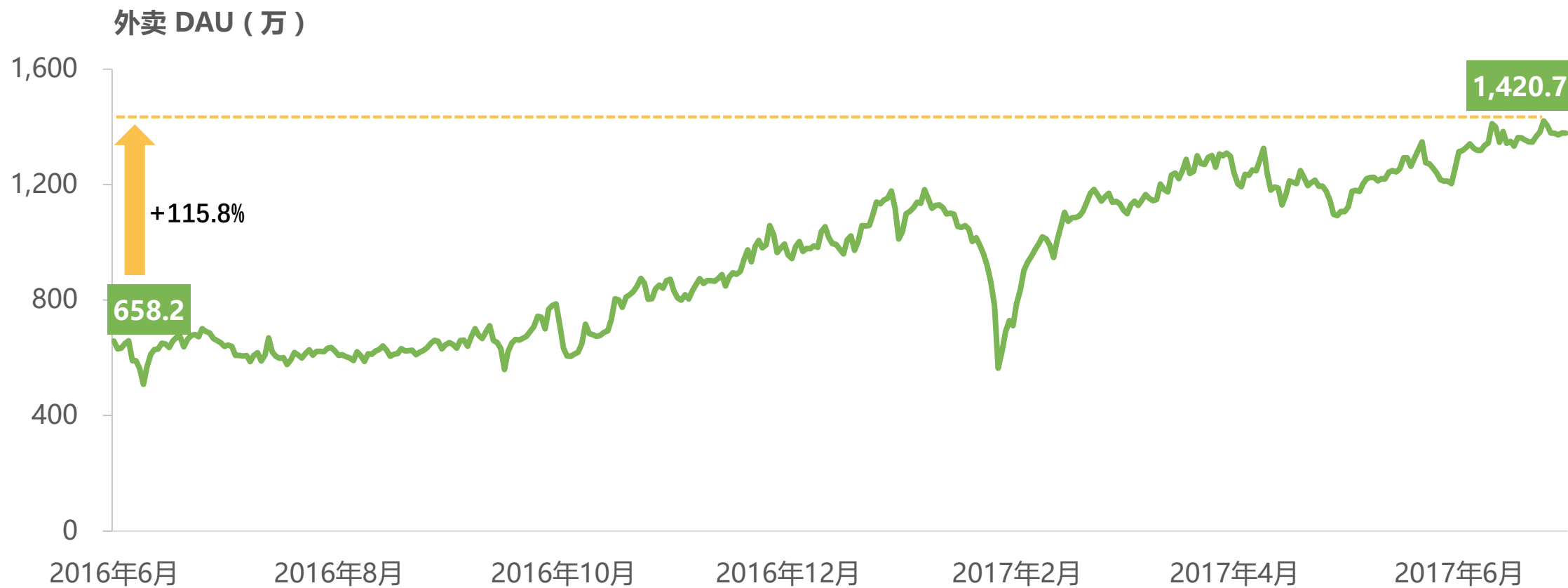


2017年上半年中国外卖市场市场份额（交易额）



• 此处交易额数据包括外卖APP，外卖PC端，微信小程序、微信三级入口等交易渠道数据

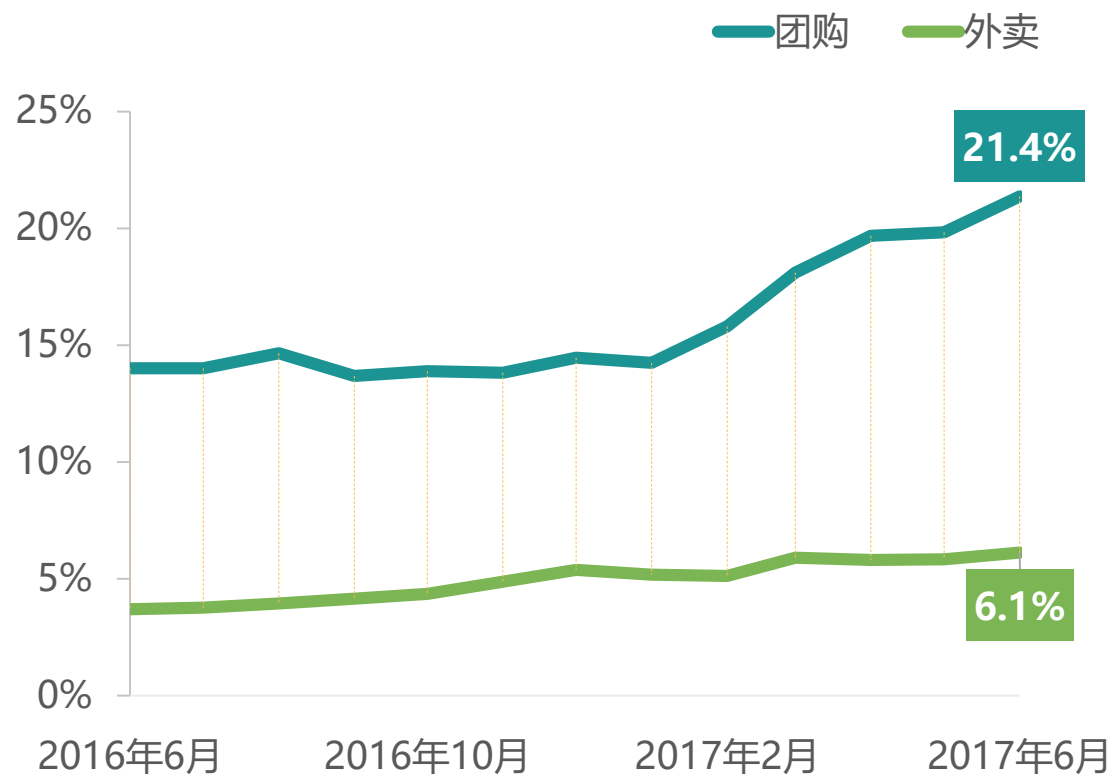
截至2017年6月底，外卖用户规模同比增长超一倍 DAU近1500万



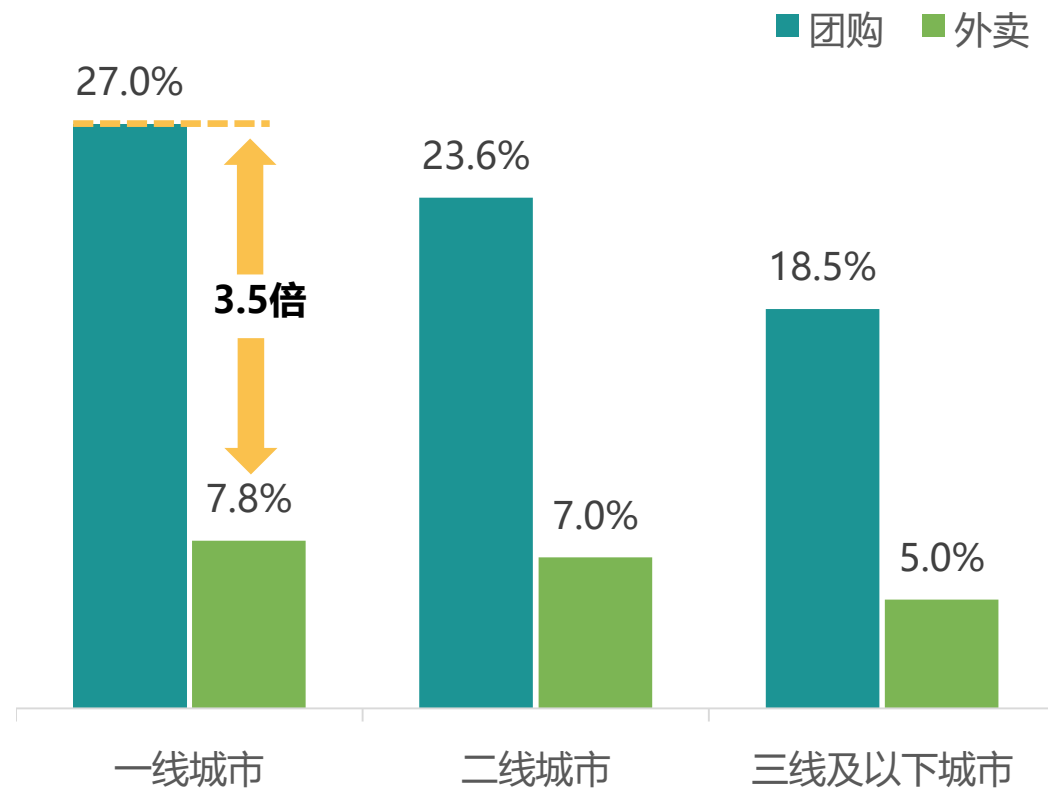
- 此处DAU数据仅包含独立外卖APP

与团购相比，外卖月度覆盖率差距明显，行业发展潜力巨大

月度覆盖率=MAU/全网用户

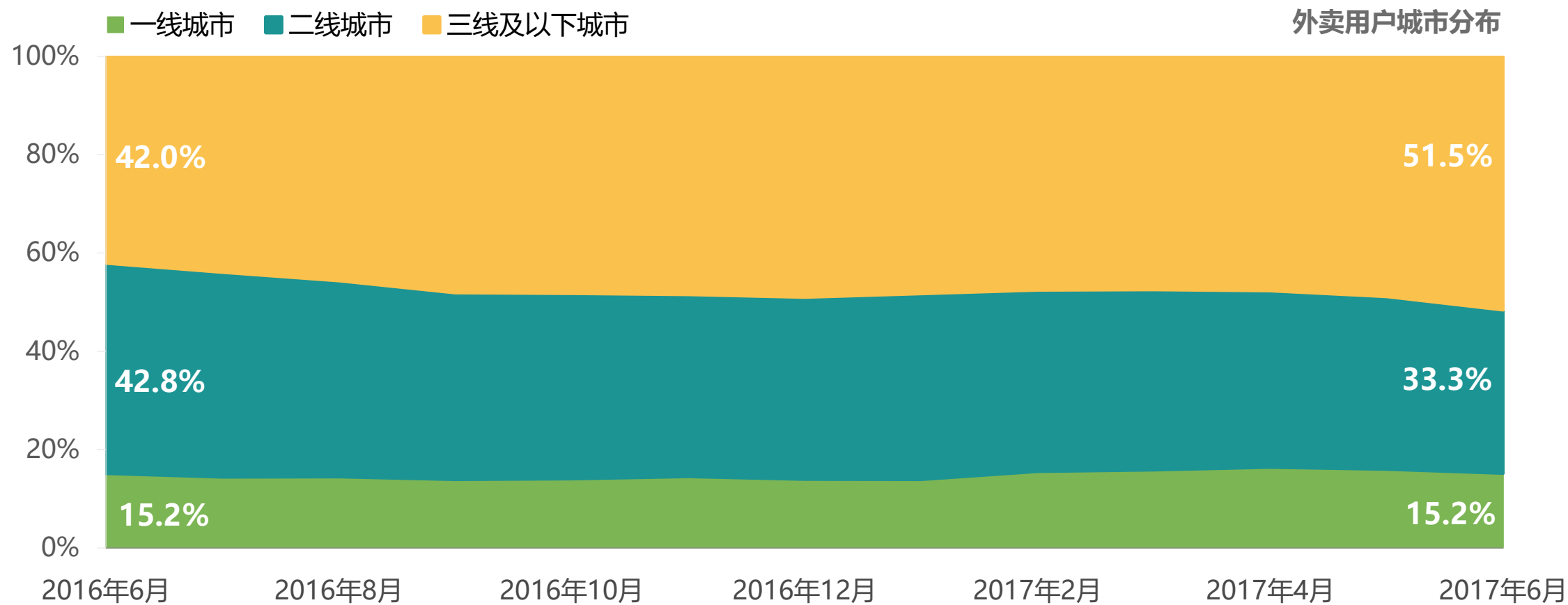


不同城市等级团购及外卖月度覆盖率



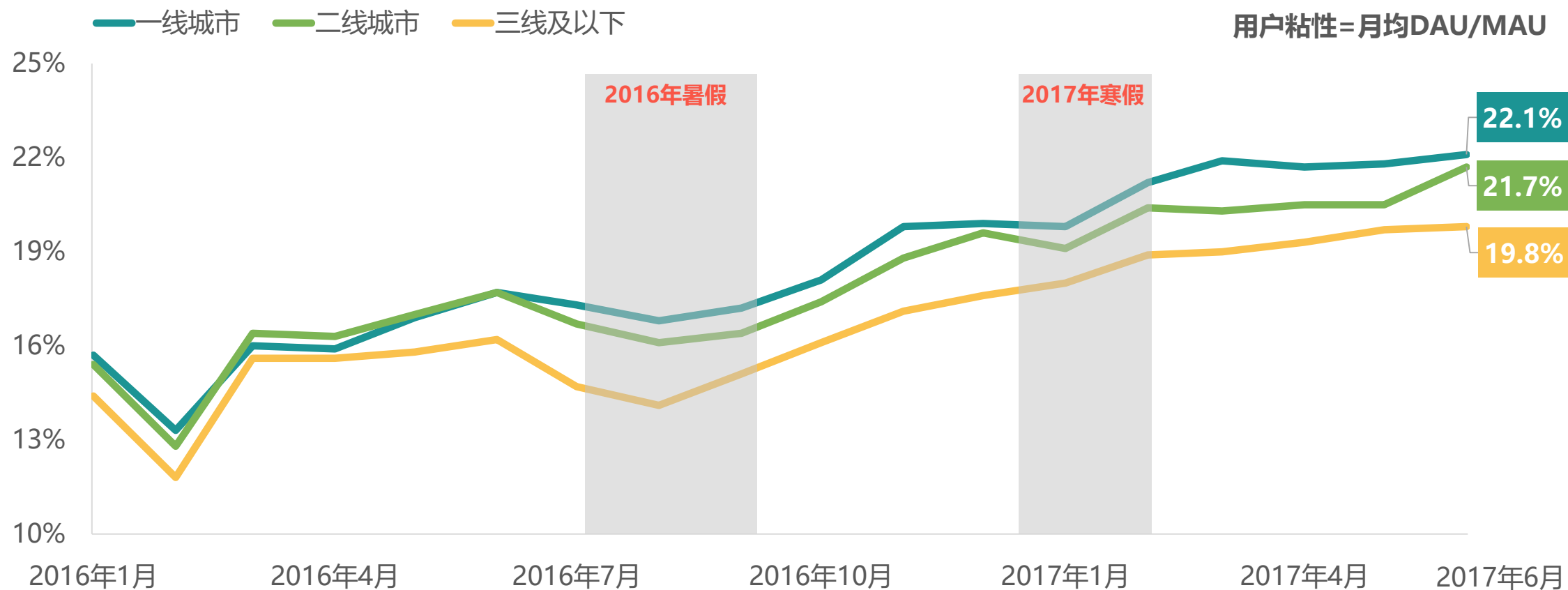
三线及以下城市外卖用户规模呈稳步增长态势

2017年6月底，三线及以下城市用户占比超五成



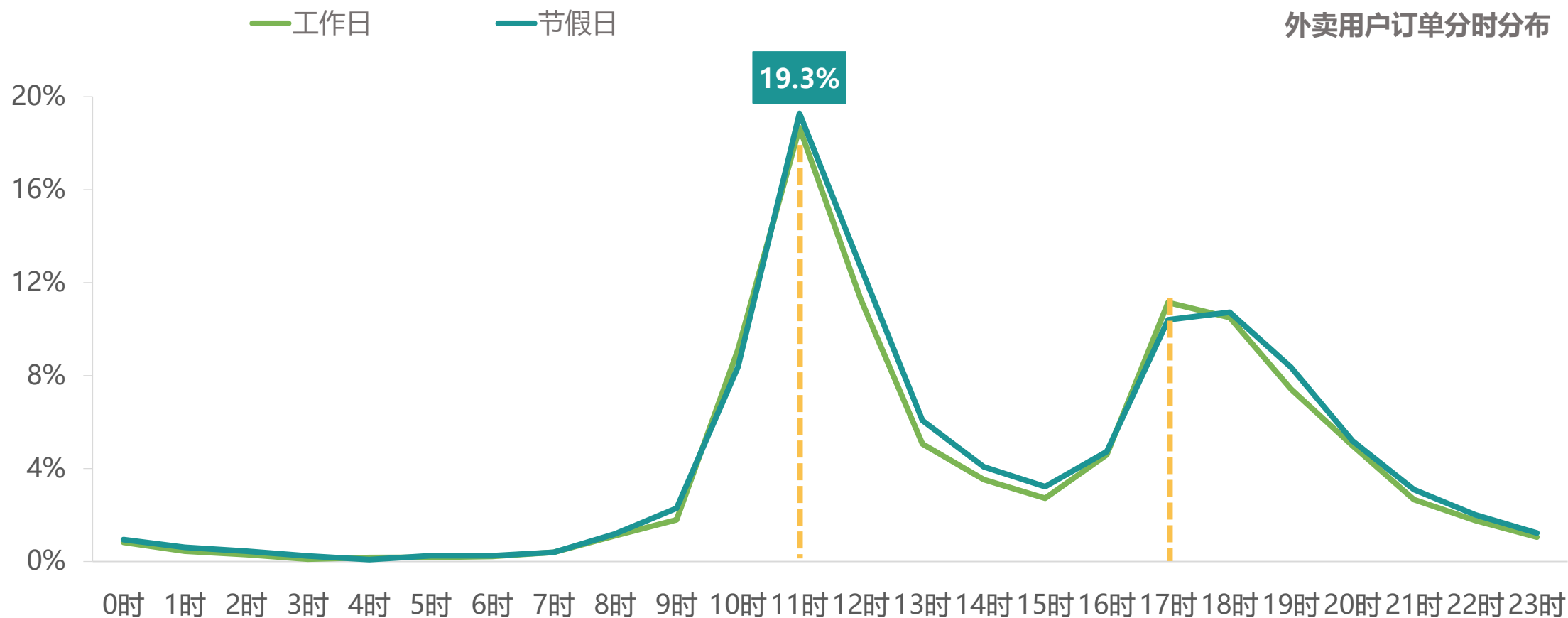
用户手机订餐习惯稳步养成

外卖用户粘性一线 > 二线 > 三线及以下城市



外卖用户全天订餐高峰均出现在上午11时及下午5点至6点

工作日与节假日无明显差异



Part Two 外卖行业竞争格局

饿了么及美团外卖双雄争霸，百度外卖远离第一梯队

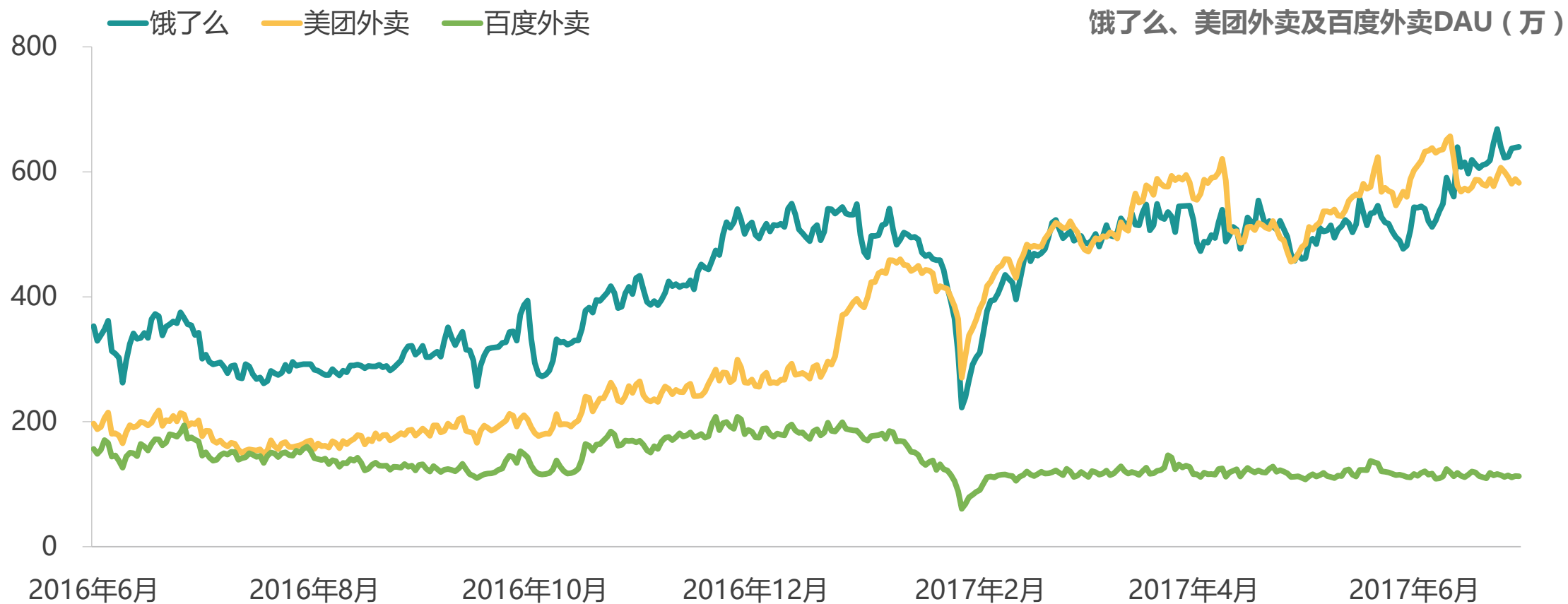
外卖市场三线及以下城市竞争激烈，美团外卖持续领先饿了么

仅使用美团外卖的用户中次月留存率高于饿了么及百度外卖



外卖市场饿了么及美团外卖双雄争霸，用户规模持续快速增长

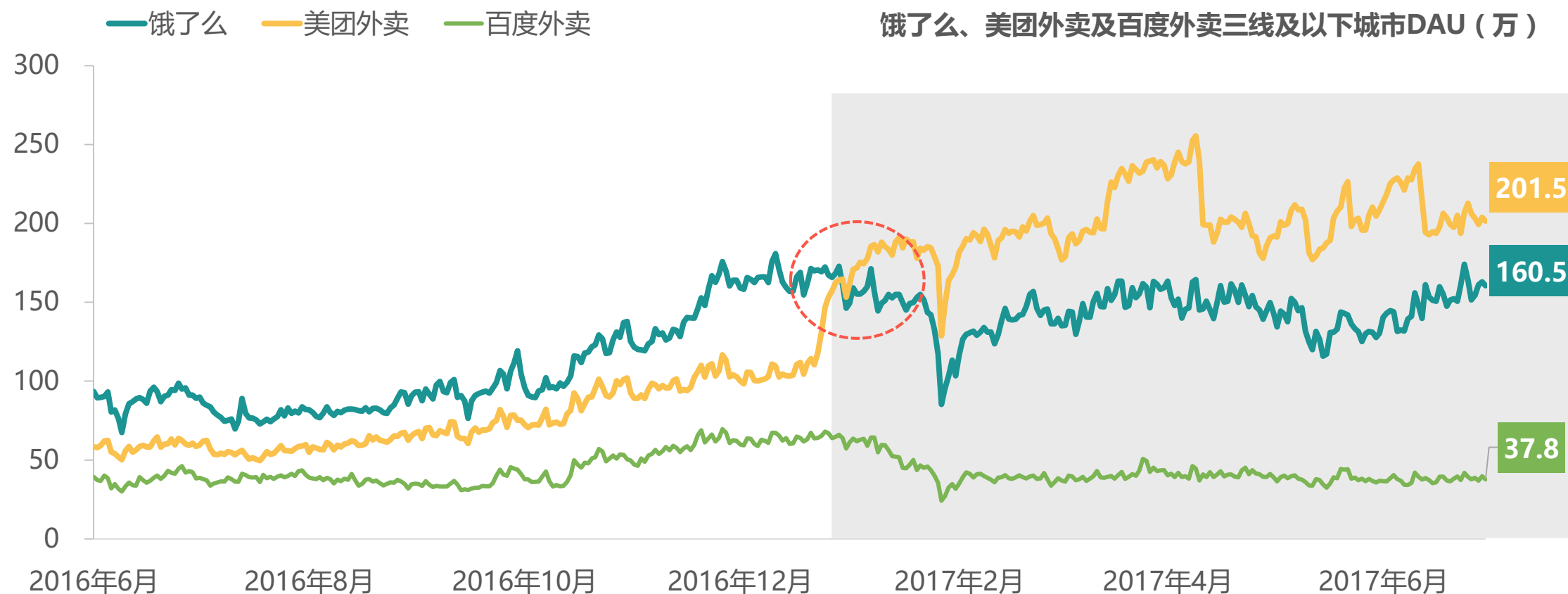
百度外卖远离第一梯队



• 本报告美团外卖不包括大众点评、美团及微信等入口带来的流量数据，百度外卖不包括百度糯米入口带来的流量数据，下同

外卖市场三线及以下城市竞争激烈

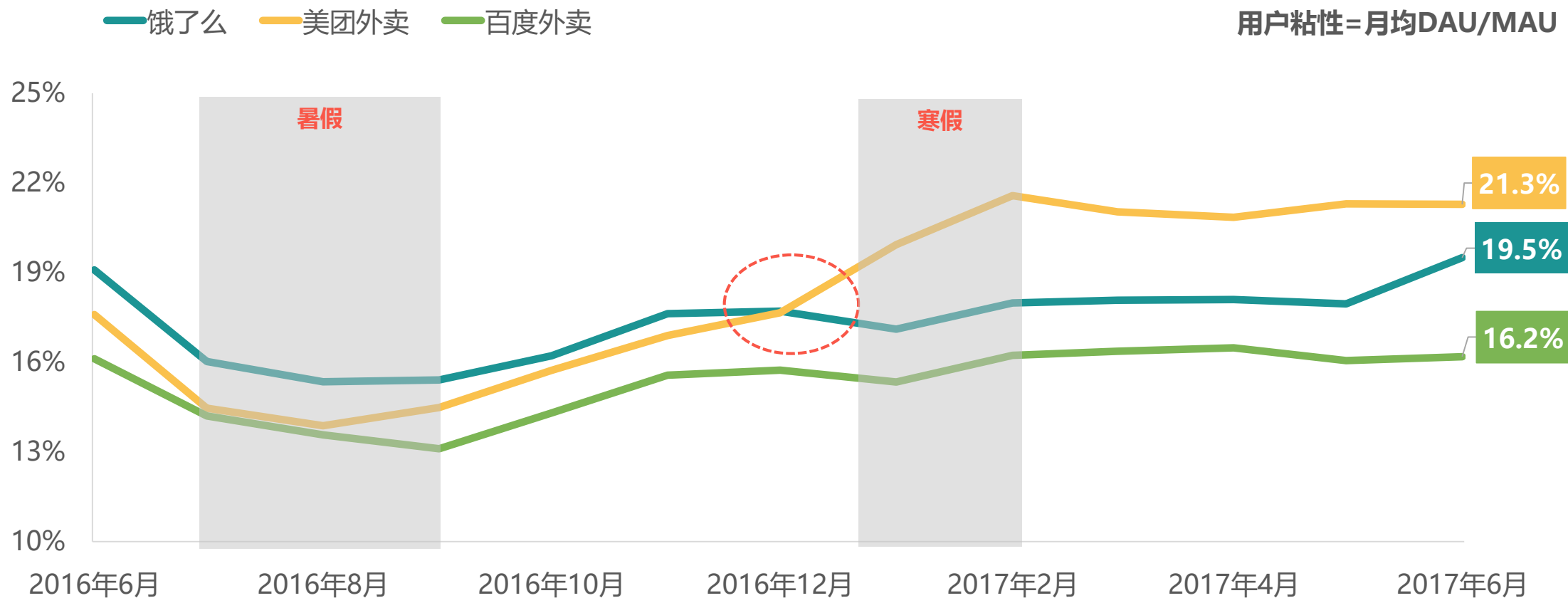
2017年1月起，美团外卖超越饿了么持续领先



• 本报告美团外卖不包括大众点评、美团及微信等入口带来的流量数据，百度外卖不包括百度糯米入口带来的流量数据，下同

2017年上半年，美团外卖用户粘性持续领先饿了么

TOP3外卖应用中百度外卖排名垫底



2017年5月，主流外卖平台各自独占用户次月留存率低于六成 仅使用美团外卖的用户中次月留存率高于饿了么及百度外卖

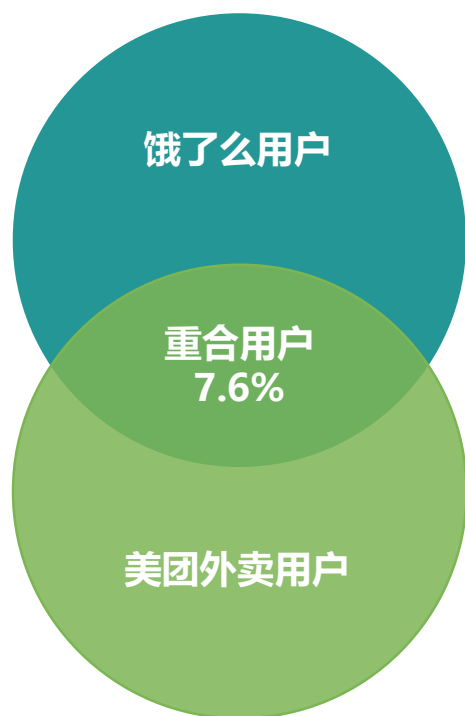
| 2017年6月 用户去向 | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|------|
| | 美团外卖 | 饿了么 | 百度外卖 | 其他 | 合计 |
| 美团外卖 | 50.2% | 1.1% | 0.3% | 48.5% | 100% |
| 饿了么 | 0.8% | 46.0% | 0.3% | 52.9% | 100% |
| 百度外卖 | 1.9% | 1.2% | 38.2% | 58.8% | 100% |

TOP3外卖应用

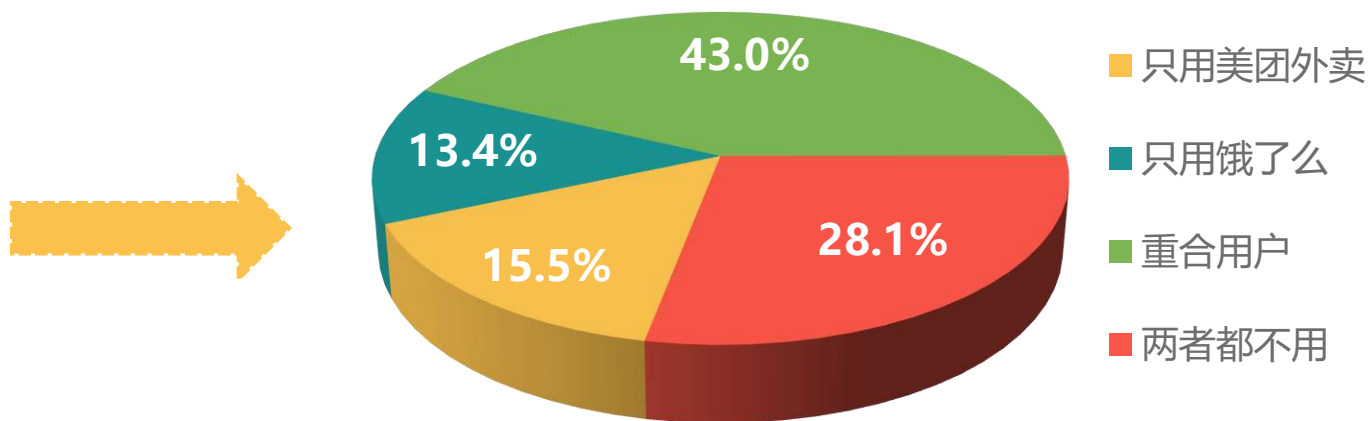
- 其他-指用户不用外卖应用，或流向饿了么、美团外卖及百度外卖之外的外卖平台

饿了么与美团外卖重合用户次月超四成依旧两者都用 转为两者独立用户的比例分别为13.4%及15.5%

2017年5月饿了么与美团外卖重合用户



2017年6月饿了么与美团外卖重合用户去向



Part Three 外卖商家及骑手分析

外卖下半场之争，商家端重要性凸显

2017年6月底，美团外卖商家版DAU高于饿了么与百度外卖之和

饿了么每位骑手服务用户数为美团外卖的1.5倍，送餐压力较大



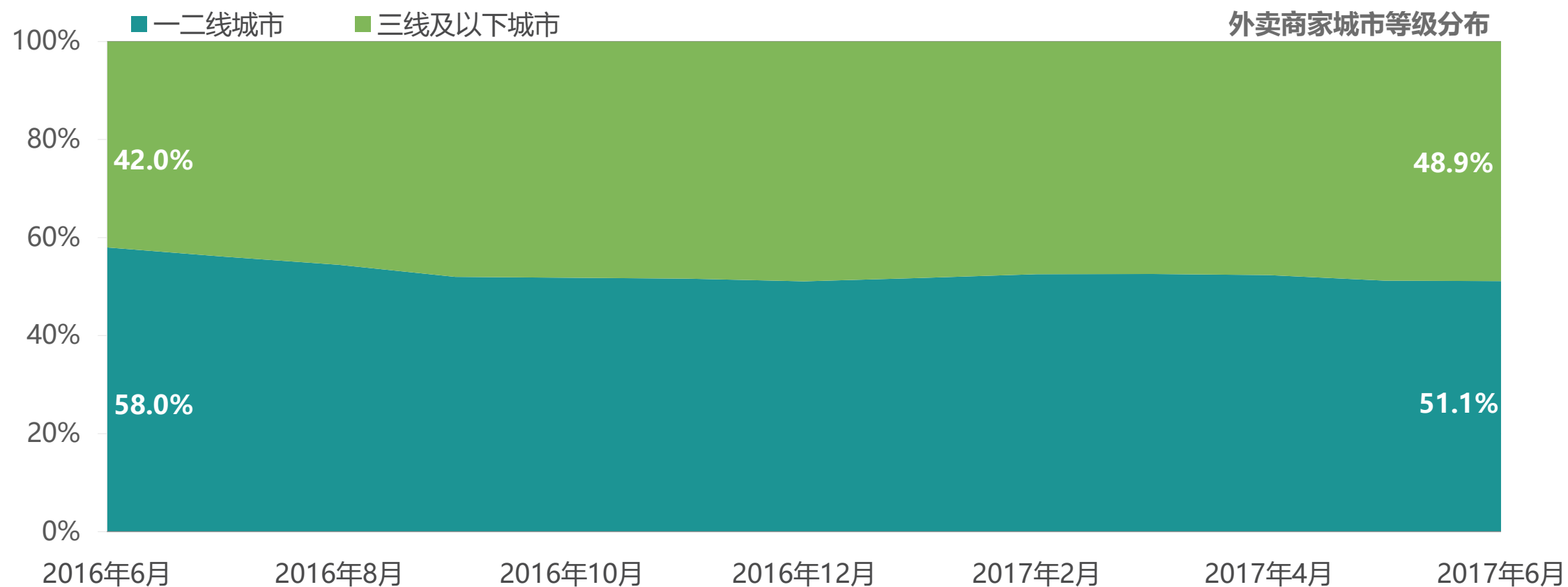
外卖下半场之争，商家端重要性凸显

外卖商家规模快速增长，峰值DAU近百万



三线及以下城市商家占比持续提升

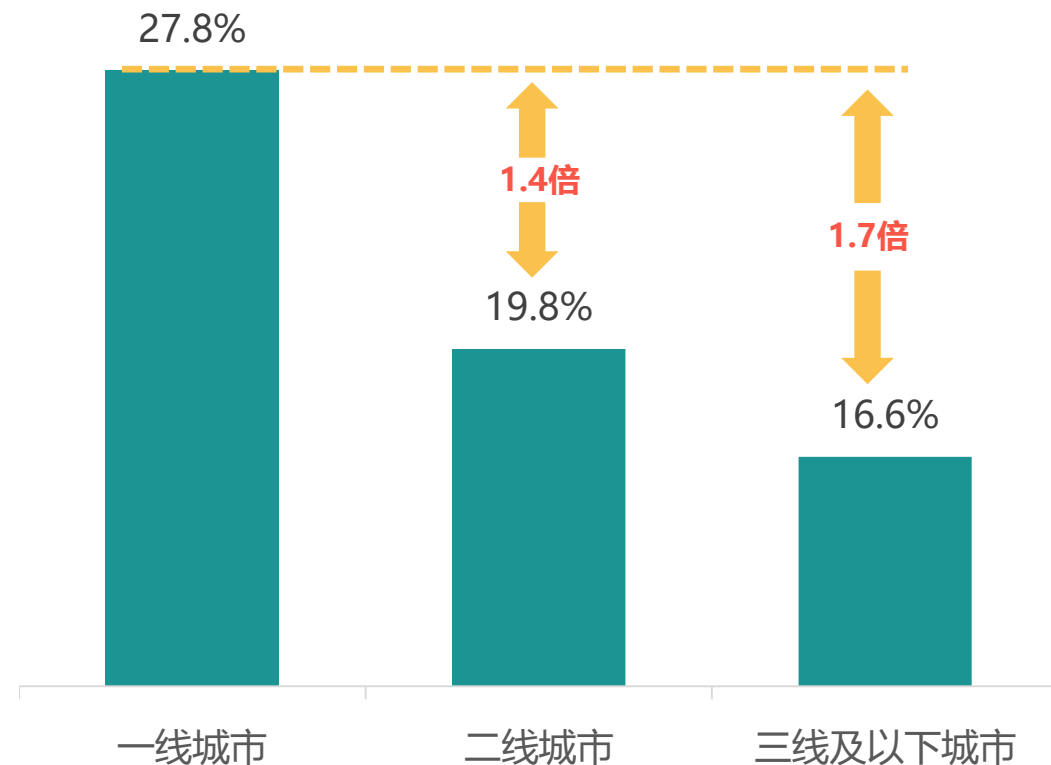
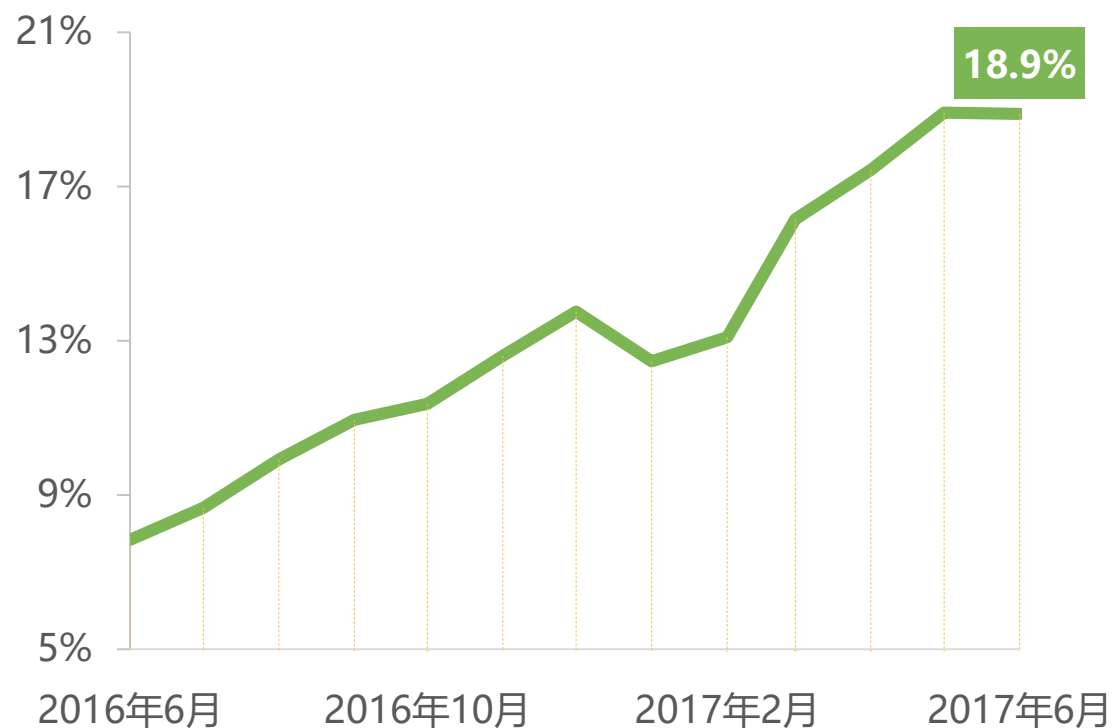
外卖服务呈稳步下沉态势



外卖商家覆盖率快速提升 一线城市近三成，二线及以下城市发展潜力巨大

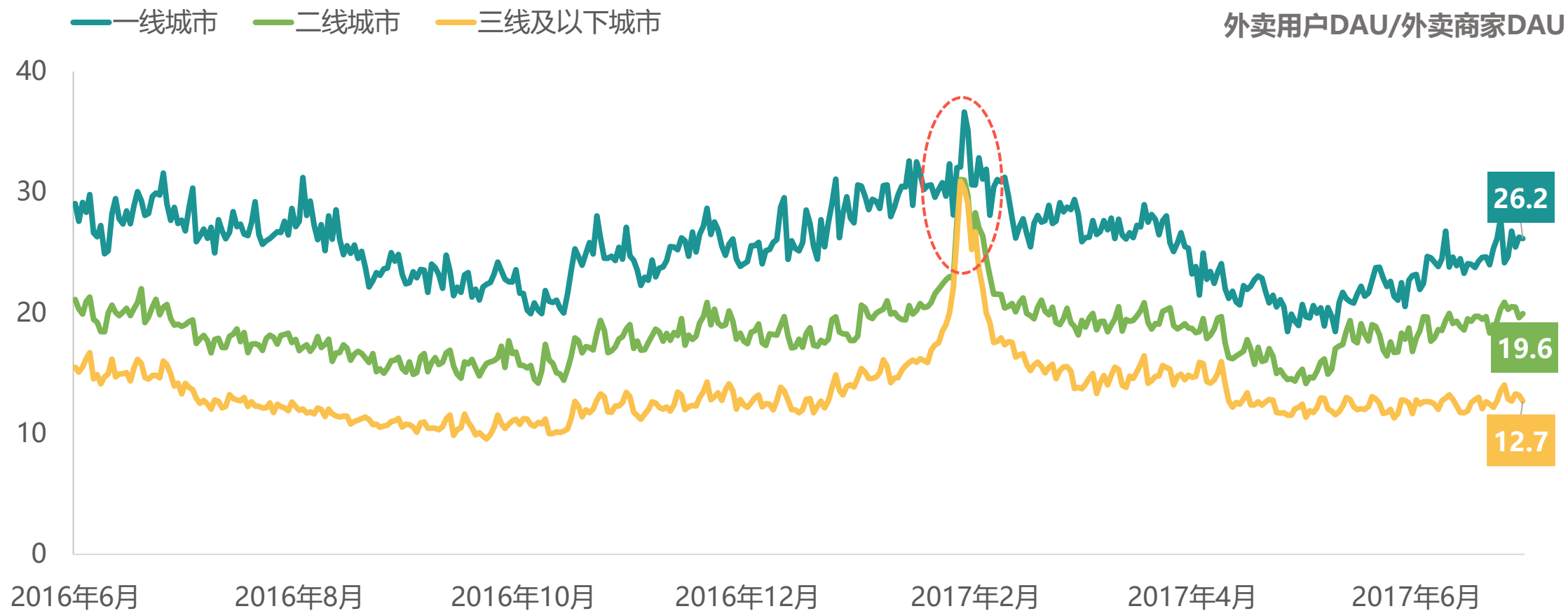
外卖商家覆盖率=商家MAU/餐厅总数量

不同城市级别外卖商家覆盖率



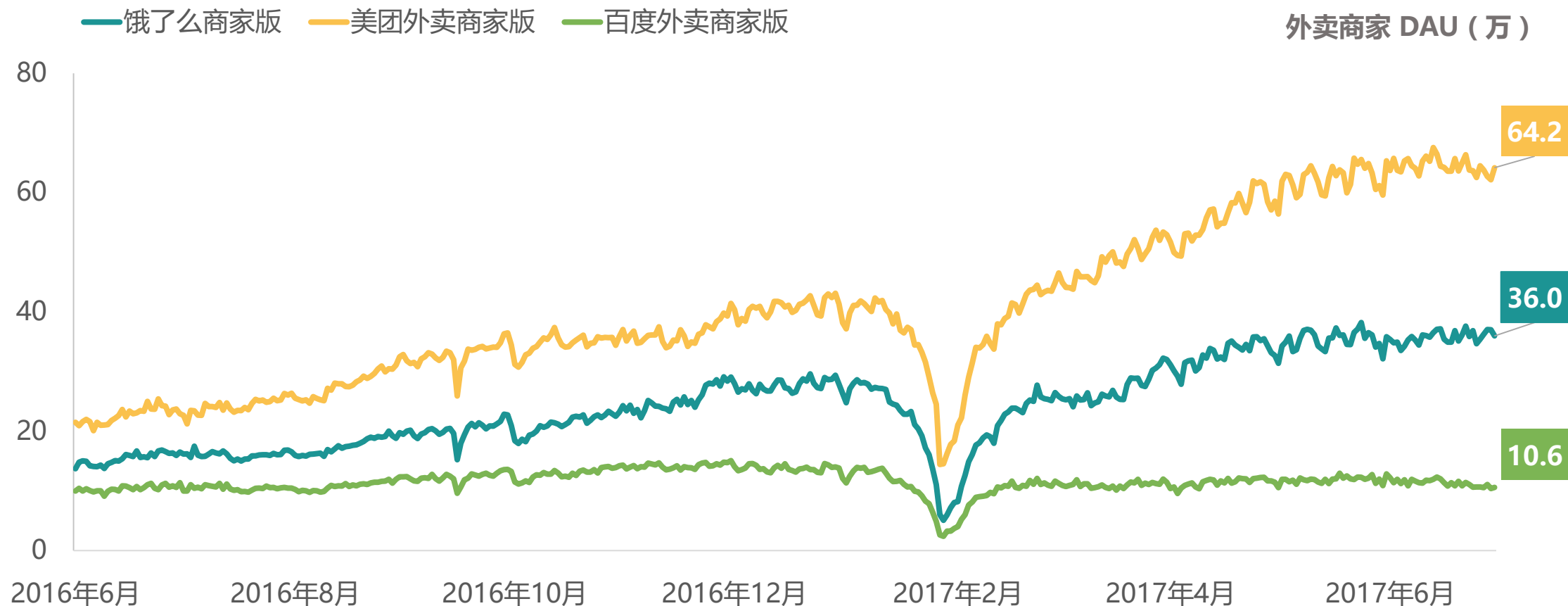
一线城市平均每商户服务用户数远高于其他地区

春节期间大量外卖用户返乡，三线及以下城市商家服务的用户激增

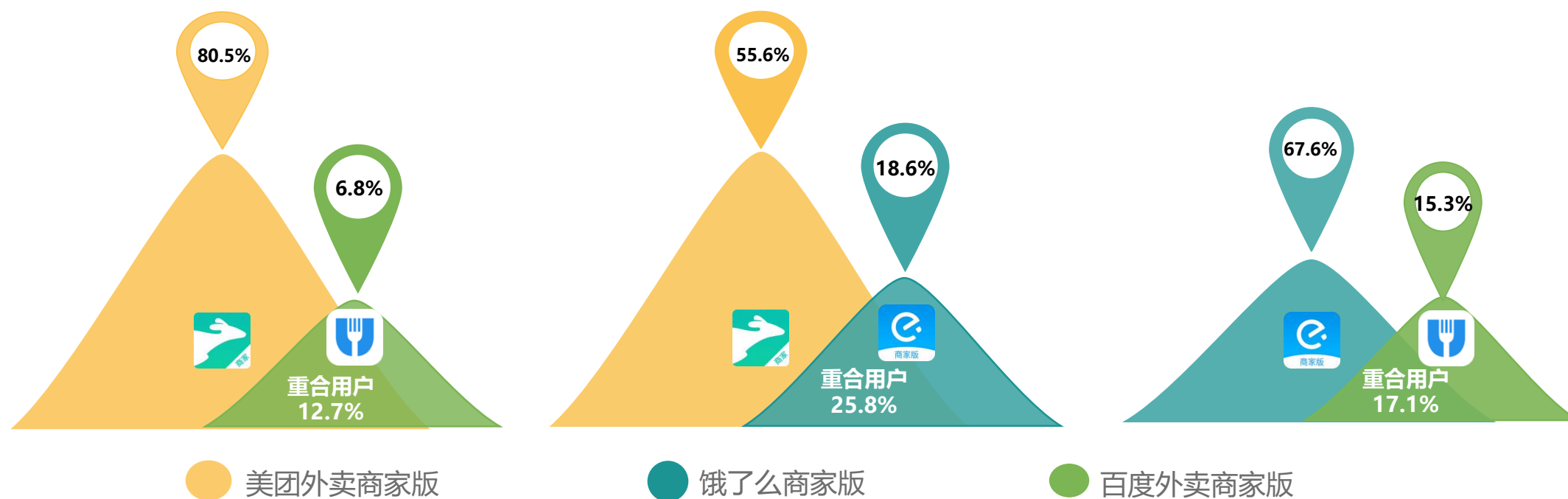


外卖商家之争美团外卖优势明显

2017年6月底，美团外卖商家版DAU高于饿了么与百度外卖之和

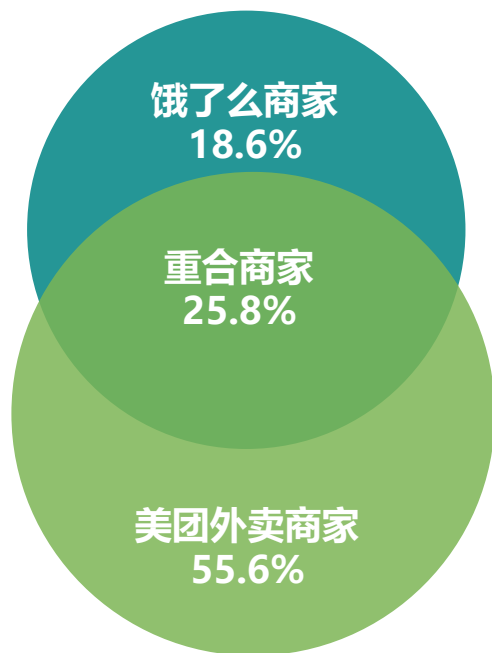


相当一部分商家同时入驻多个外卖平台 近六成饿了么商户同时接入美团外卖

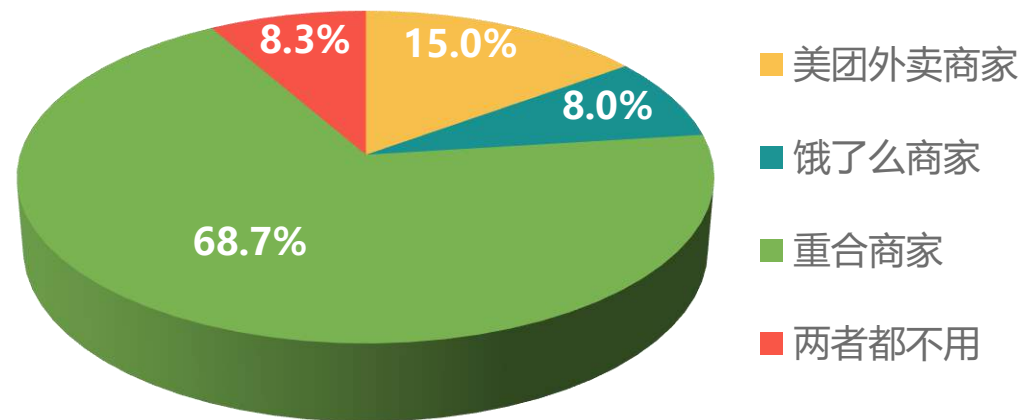


饿了么与美团外卖重合商家，次月转为各自独立商家的比例分别为8%及15% 近七成商家次月依旧同时接入两家外卖平台

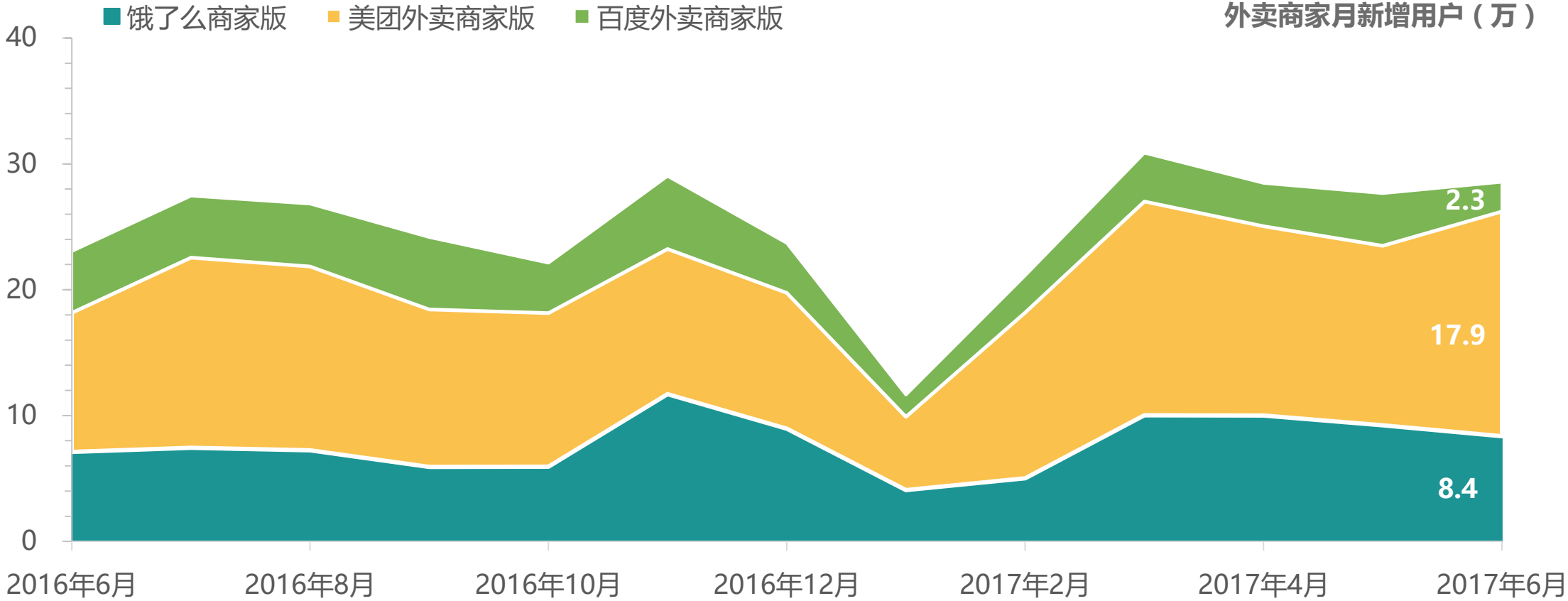
2017年5月饿了么与美团外卖重合商家



2017年6月饿了么与美团外卖重合商家去向



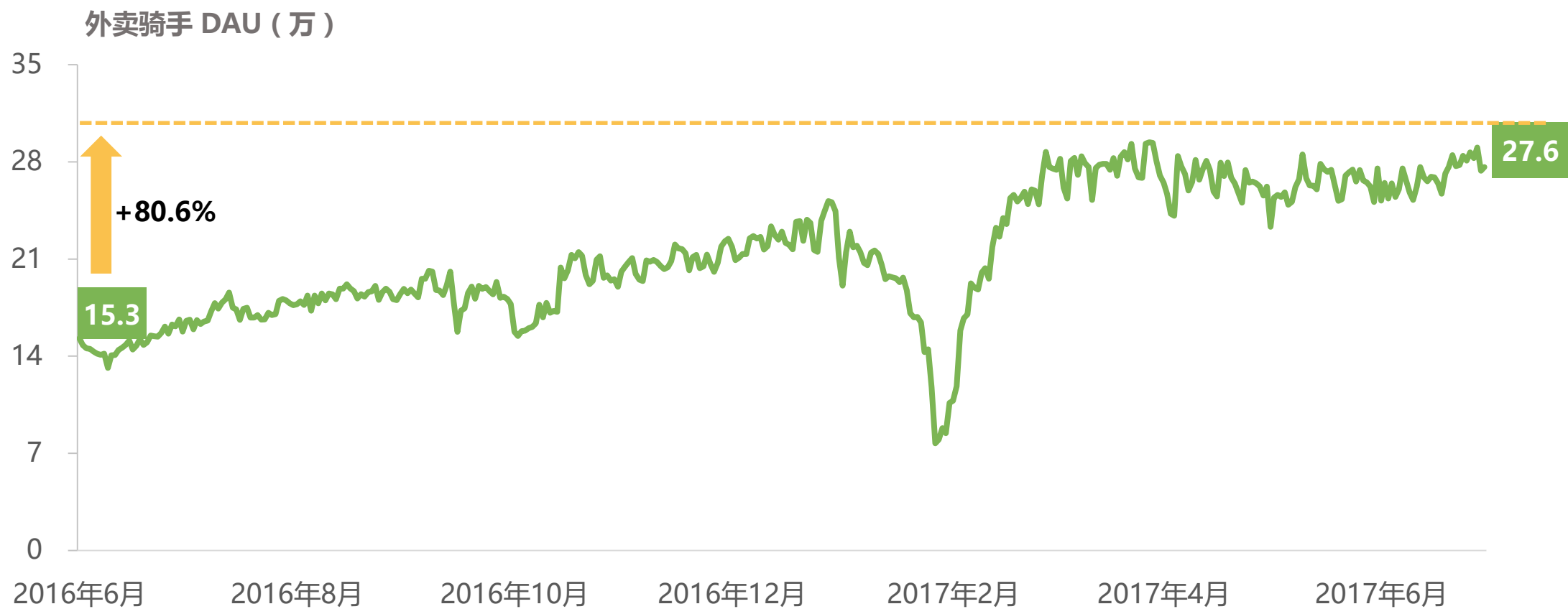
美团外卖月新增商家规模为饿了么的2.1倍



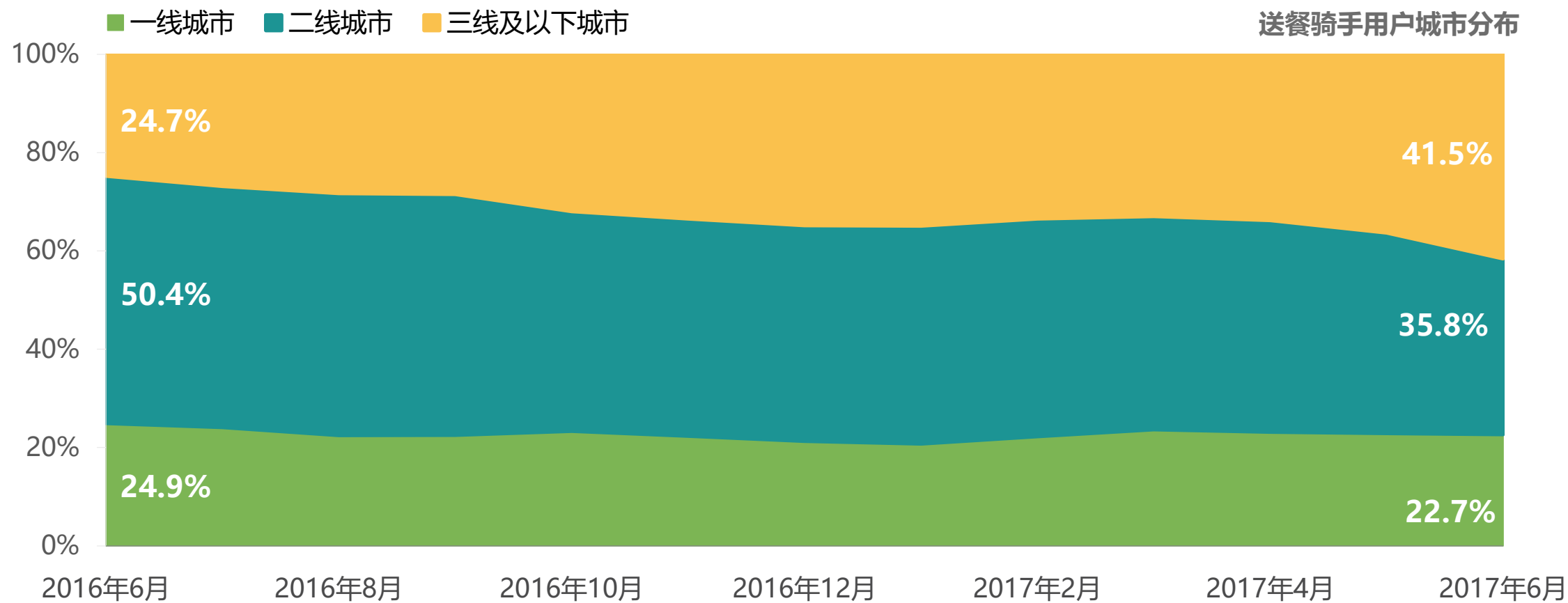
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



2017年6月底，外卖送餐骑手DAU近30万，同比增长超八成

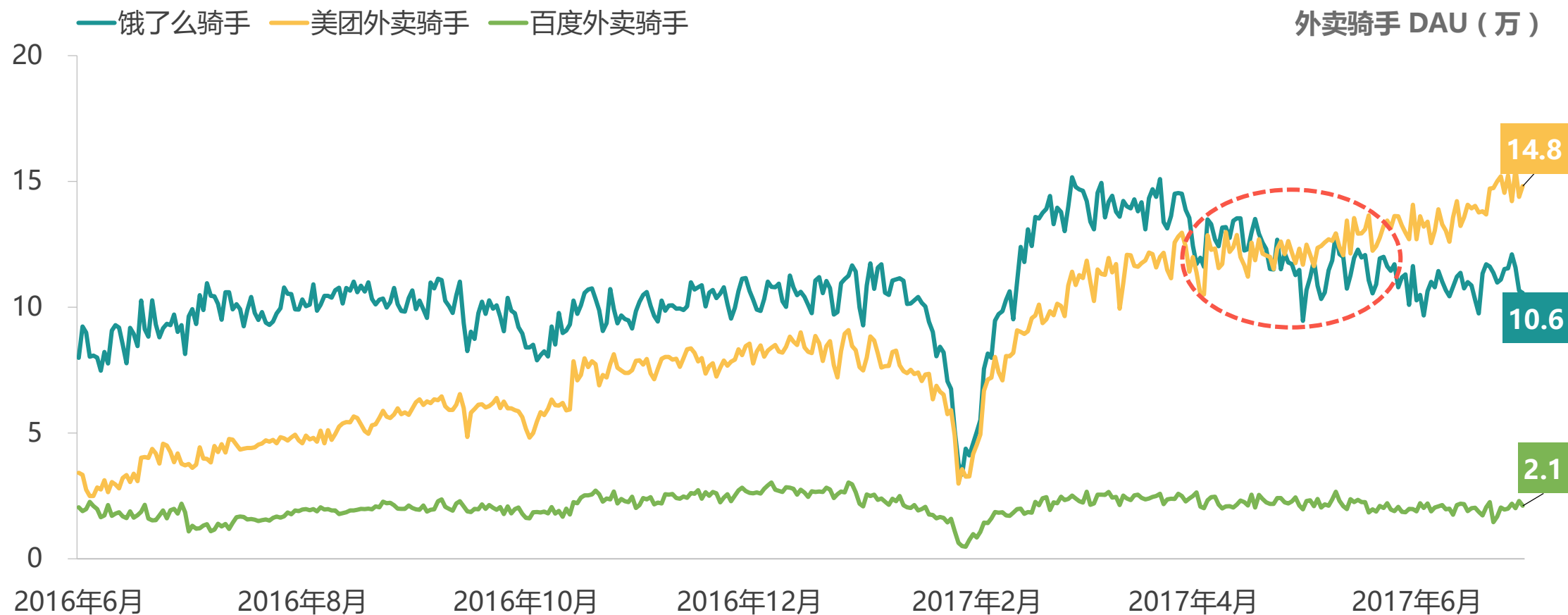


随着外卖服务渠道下沉，三线及以下城市外卖送餐骑手占比增长迅猛

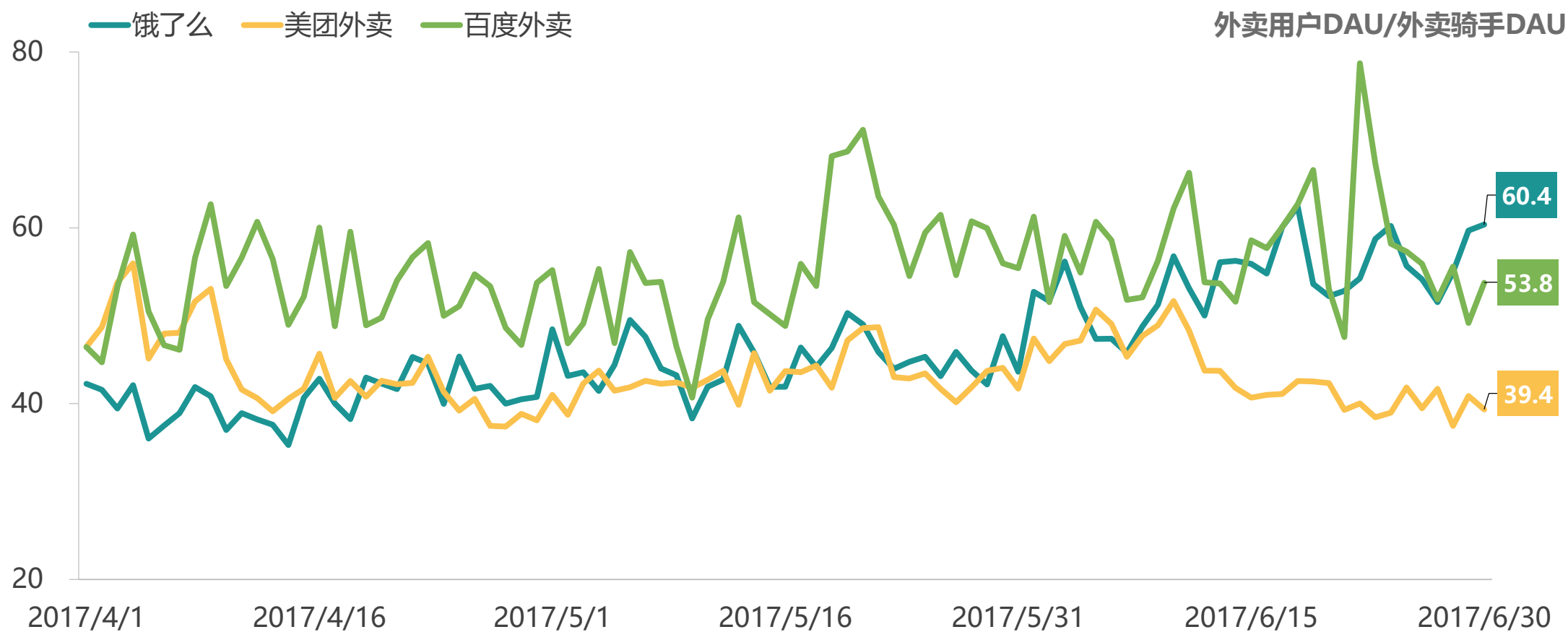


美团外卖送餐骑手规模增长迅猛

2017年Q2，一举超越饿了么



2017年6月底，饿了么每位骑手服务用户数为美团外卖的1.5倍 用餐高峰期送餐压力较大





Trust Us, Trust Data