



外卖行业下沉市场分析 报告

极光JIGUANG

2019年8月

目录

1 下沉市场外卖行业分析

2 下沉市场外卖竞争分析

3 下沉市场外卖用户分析

4 下沉市场外卖商家分析

CHAPTER 01

下沉市场外卖行业分析



外卖行业概况

外卖行业发展十年，商业模式日渐成熟

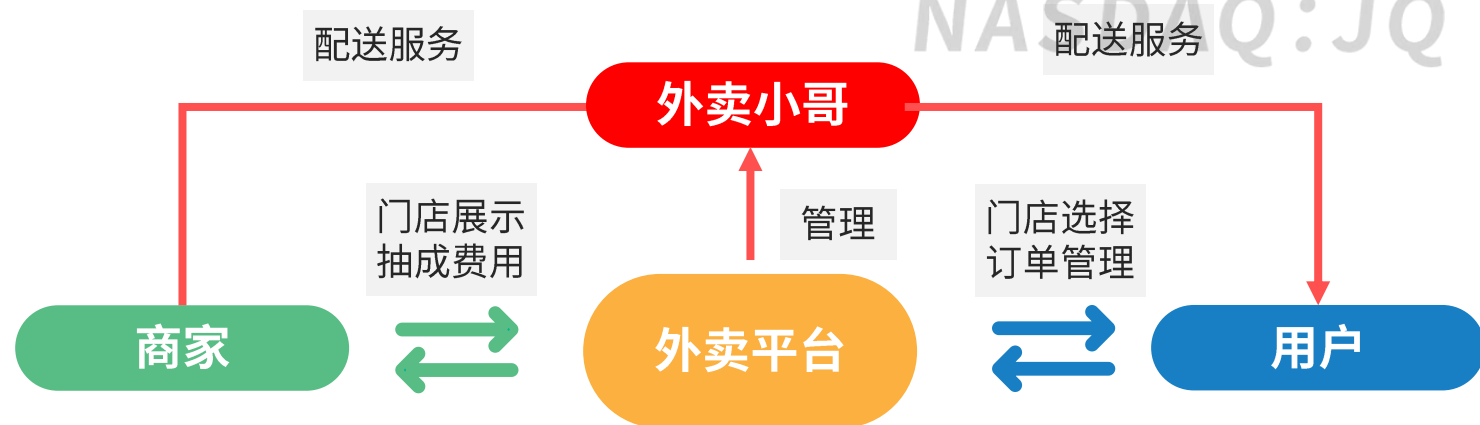
- 外卖行业经过十年的发展，催生饿了么、美团外卖、饿了么星选（百度外卖）等外卖平台
- 外卖平台高效连接供需双方，满足用户和商家的外卖需求，平台商业模式日渐成熟

外卖行业概况

主要事件



商业模式



数据来源：公开资料整理

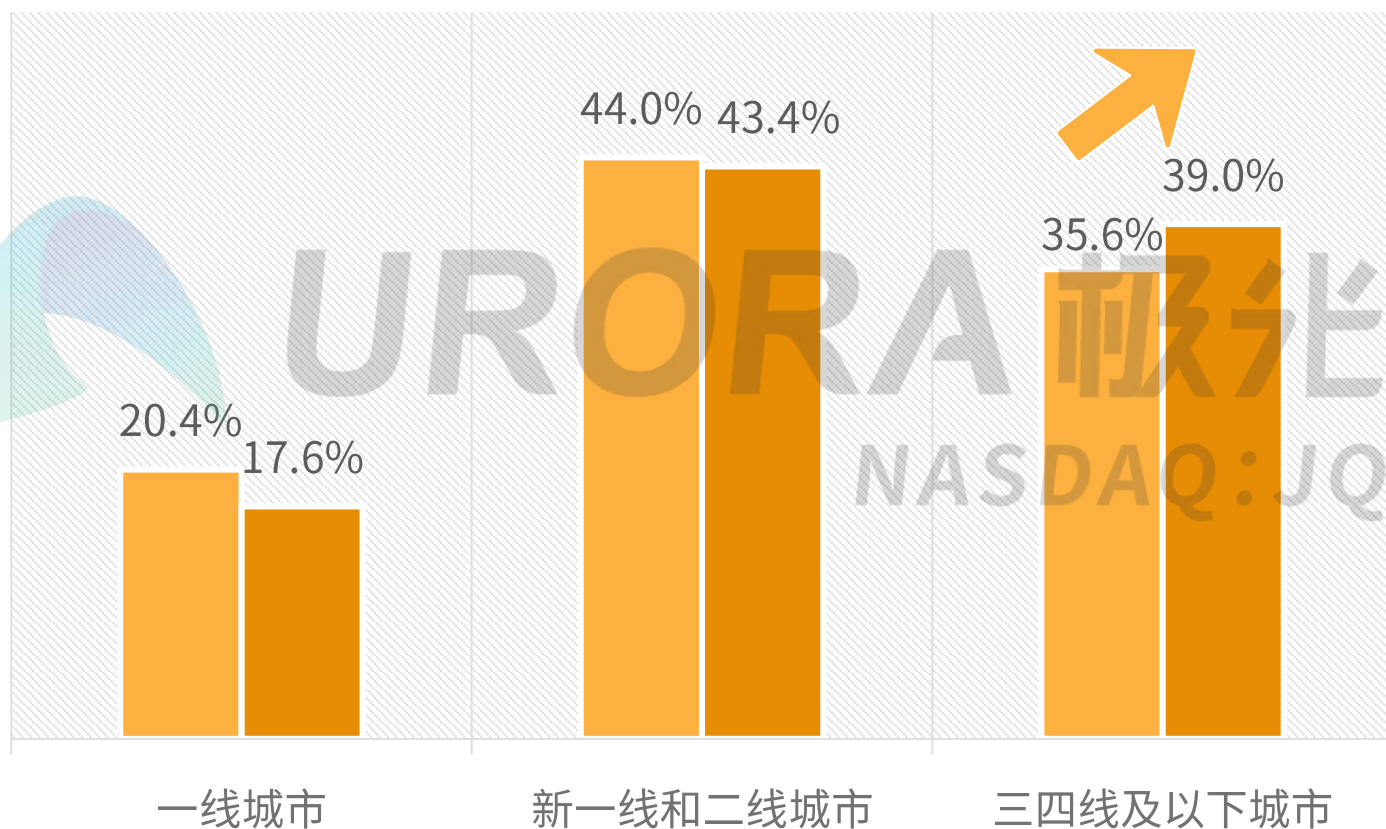
下沉市场受外卖平台重视

外卖平台用户不断增加，下沉市场潜力巨大

- 外卖平台用户不断增加，进入2019年，三四线及以下城市增速明显。根据极光数据显示，头部外卖平台优势日益凸显，其新增用户数在三四线及以下城市的占比持续扩大，表明三四线及以下城市增速相对较快，头部企业也加大三四线及以下城市的扩张
- 根据公开数据显示，三四线及以下城市的消费者占比达七成以上，GDP占全国近六成，表明下沉市场潜力巨大
- 本报告重点研究三四线及以下城市，把三四线及以下城市作为研究对象，称为下沉市场，对下沉市场的外卖行业进行综合分析

头部外卖平台新增用户城市等级分布

■ 2018年6月 ■ 2019年6月



注：头部外卖平台包括美团外卖、饿了么和饿了么星选

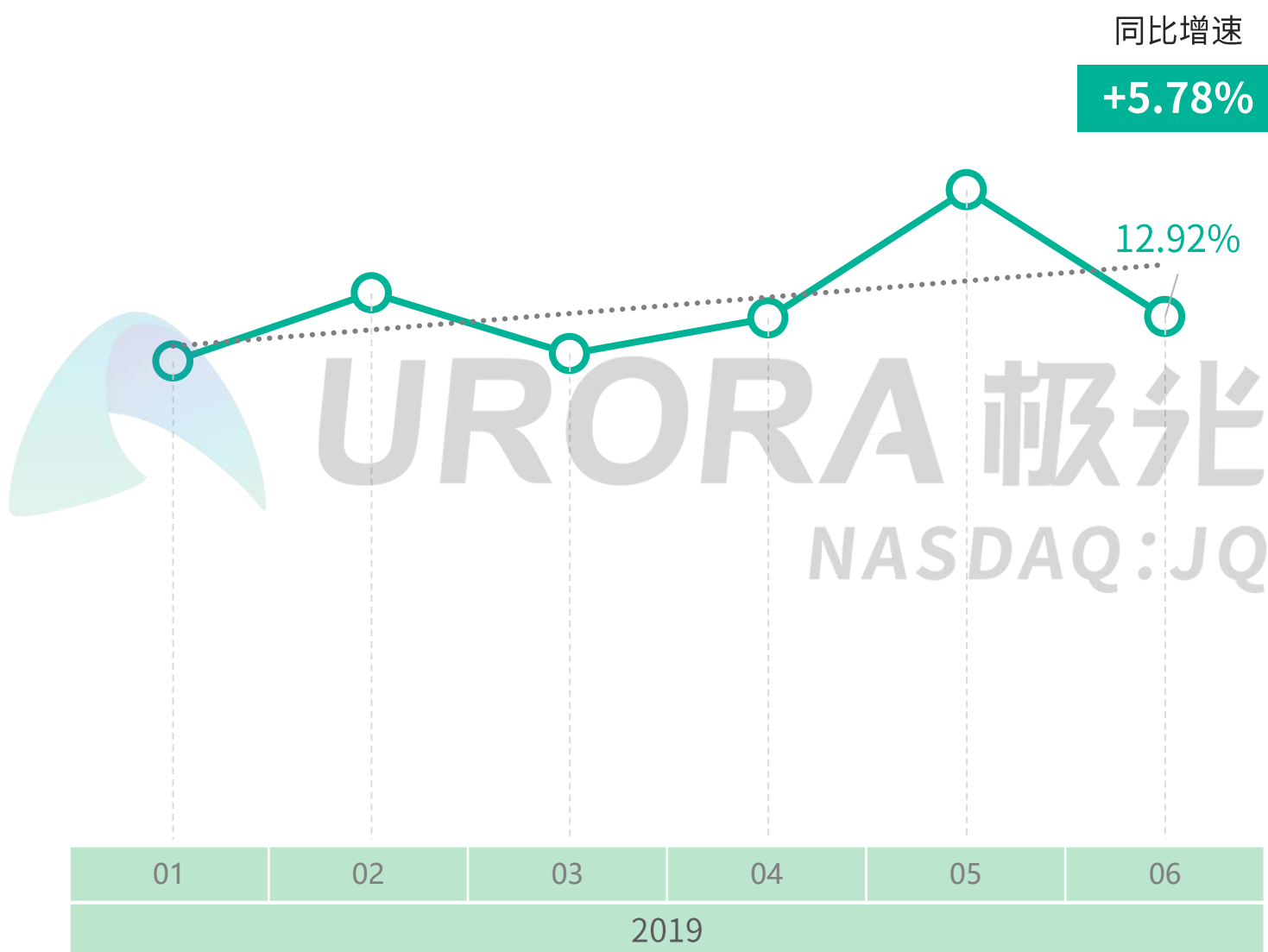
数据来源：头部外卖平台新增用户数来源于极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，取数周期：2018.06-2019.06；三四线及以下城市消费者占比和GDP数据来源于CEIC

下沉市场外卖平台安装渗透率

下沉市场外卖平台渗透率低，行业增长有空间

- 2019年以来，下沉市场外卖平台安装量逐渐增长，行业渗透率稳中有升。2019年6月，下沉市场外卖平台安装渗透率为12.9%，较去年同期增长5.78%，下沉市场人口基数大，外卖平台仍有增长空间

下沉市场外卖平台安装渗透率



注：行业安装渗透率 = 安装该行业任一app的设备数 / 市场总设备数，包括美团外卖、饿了么等外卖平台以及商家自营外卖平台，但不包括美团、大众点评、口碑等

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2018.06-2019.06

下沉市场用户情况

下沉市场用户消费力强，对外卖消费有诉求

- 下沉市场的小镇青年和有闲有钱群体，消费意愿强烈；其中，小镇青年月收入的八成以上用于消费，消费潜力巨大
- 便利成为下沉市场用户点外卖的主因，占比近八成

下沉市场的特点

小镇青年月
支出占月收
入的比重

85.6%



小镇青年消费意愿强

据《2018年8月小镇青年消费研究报告》数据显示，小镇青年消费意愿强烈，他们平均每月将个人月收入的85.6%用于消费，其中近3成用于饮食消费，线上消费意愿强烈

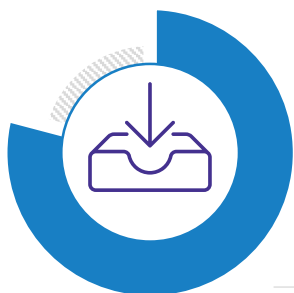
下沉市场的有闲有钱群体

下沉市场中有不少有闲有钱群体，他们收入不低，但三四线及以下城市房价低和生活成本低，他们的可支配收入较高，同时生活节奏较慢，有钱有闲，消费意愿强烈

驱动因素

便利

79.1%



点外卖是追求便利

下沉市场用户点外卖的主要动因是追求便利，占比高达79.1%，特别是年轻一代，他们喜欢宅又不爱做饭，对外卖需求强烈

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

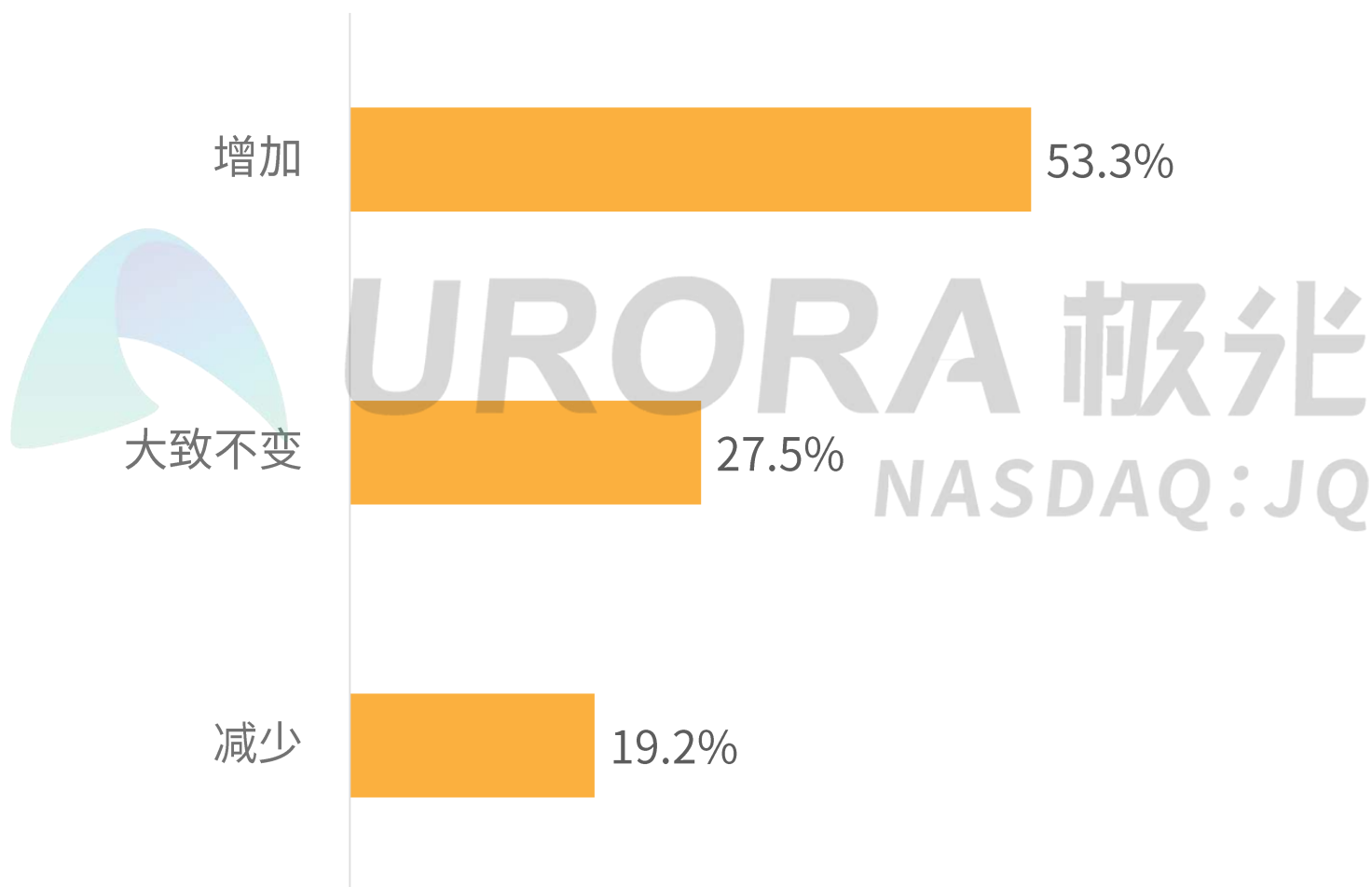
取数周期：2019.07-08

下沉市场用户外卖消费变化

超五成用户外卖消费有提高，外卖消费持续扩大

- 下沉市场用户外卖消费持续扩大，53.3%的用户今年在外卖上的消费金额较去年有提高

下沉市场用户外卖消费金额较去年变化情况



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

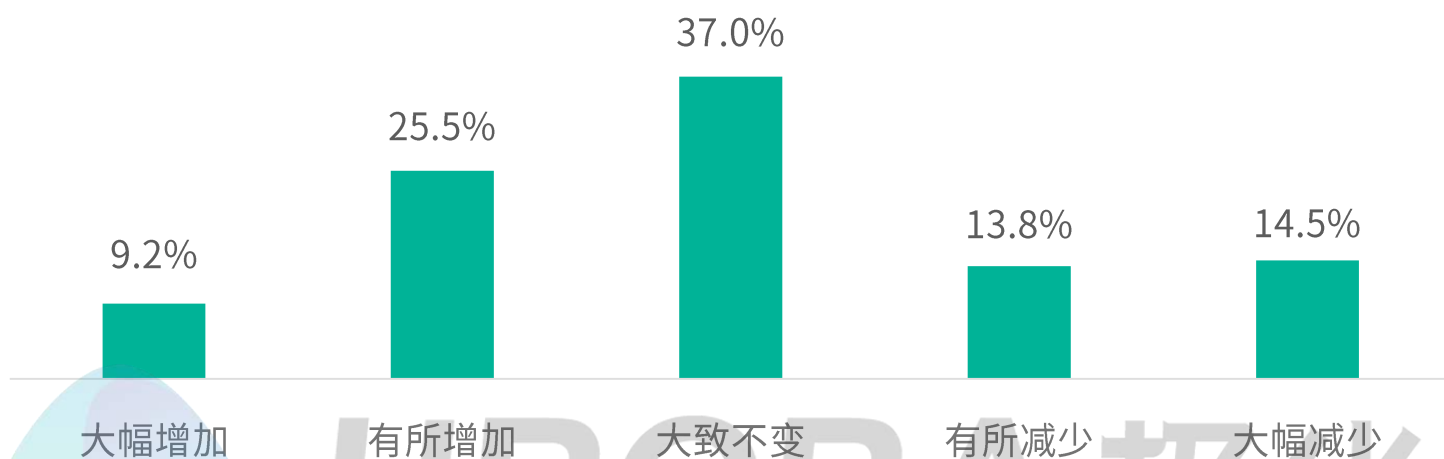
取数周期：2019.07-08

下沉市场用户外卖频次及变化

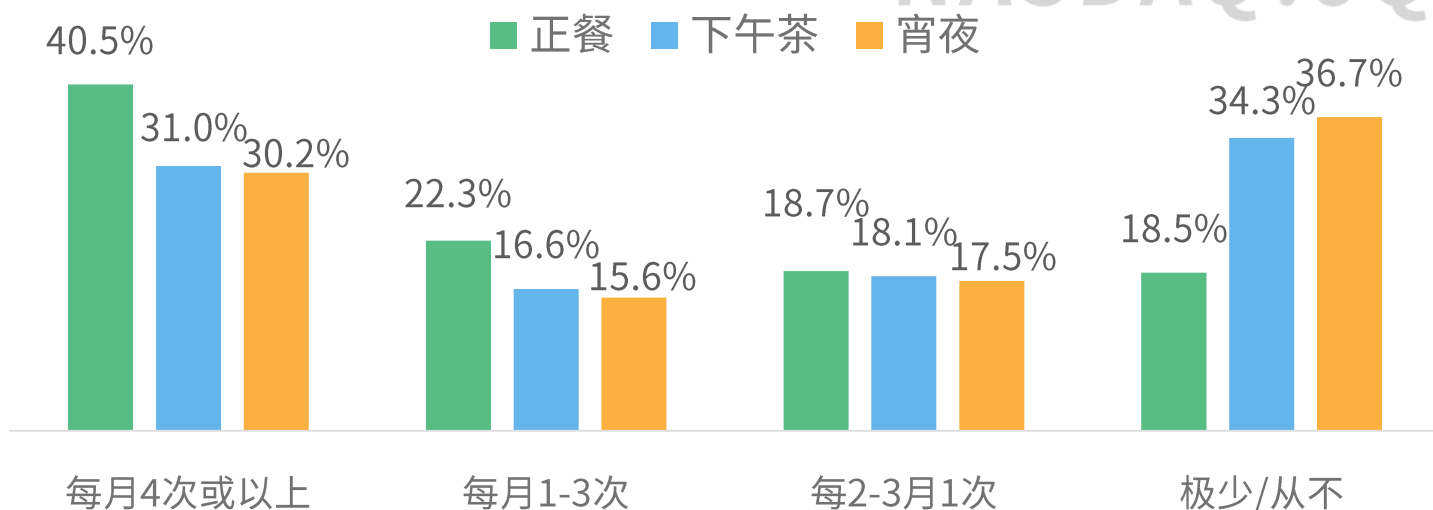
外卖正餐频次增加，下午茶和宵夜成新宠

- 下沉市场正餐时段是外卖高峰时段，下沉市场正餐频次较去年有增加，超过三成用户比去年有增加
- 下午茶和宵夜时段的高频用户（每月4次或以上）比例达三成，表明下沉市场非餐时段外卖需求旺盛，用户消费意愿高

下沉市场用户正餐外卖频次较去年的变化



下沉市场用户外卖频次



注：正餐指午餐和晚餐

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

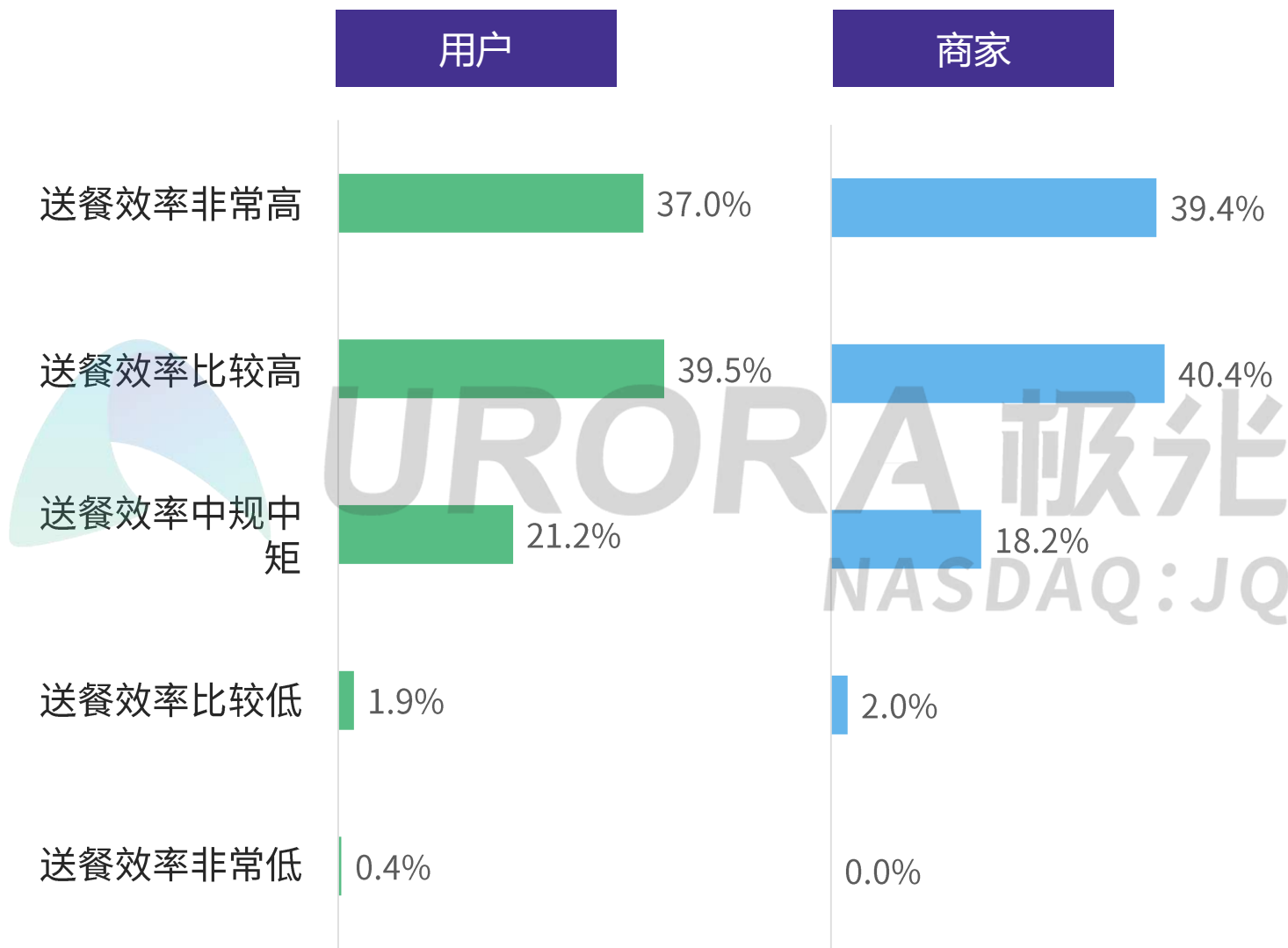
取数周期：2019.07-08

下沉市场外卖配送效率

超七成用户和商家认为外卖平台配送效率高

- 外卖平台在下沉市场的送餐效率高，76.5%的用户和79.8%的商家认为送餐效率比较高或非常高

下沉市场外卖配送效率



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.07-08

下沉市场外卖新趋势

下沉市场出现数字化改造、服务升级以及品牌下沉等新趋势

- 外卖平台在积极帮助下沉市场商家实现数字化，提高门店管理效率，同时外卖平台也提供除外卖以外的额外服务，满足商家需求
- 一二线品牌和餐厅近年也有下沉的趋势，三四线用户对其接受度高，这也是外卖平台在下沉市场扩张的良机

下沉市场外卖新趋势

数字化改造



- 近年下沉市场商家出现数字化改造趋势，商家使用收银系统、点餐系统和外卖系统的比例越来越高，商家在这些数字化平台上还可以进一步实现会员、优惠券、促销活动等，提高推广和运营效率
- 外卖平台积极参与数字化改造过程，帮助商家完成数字化，也提高自身的覆盖广度和深度

服务升级



- 一方面，外卖服务的形式增多，除了送餐以外，外卖小哥帮忙跑腿、排队等额外服务形式也在增加
- 另一方面，外卖平台还给商家提供除外卖以外的服务，如食材供应链服务、开店指导服务、人员招聘服务等

品牌下沉



- 近年一二线知名品牌和餐厅纷纷扩张到三四线城市，而三四线城市用户（特别是年轻人）对于一二线品牌和餐厅的消费意愿强烈
- 这些品牌和餐厅在一二线城市与外卖平台已经形成良好的合作，它们的品牌下沉自然也会带动与外卖平台在三四线城市的合作



数据来源：公开资料整理

CHAPTER 02

下沉市场外卖竞争分析

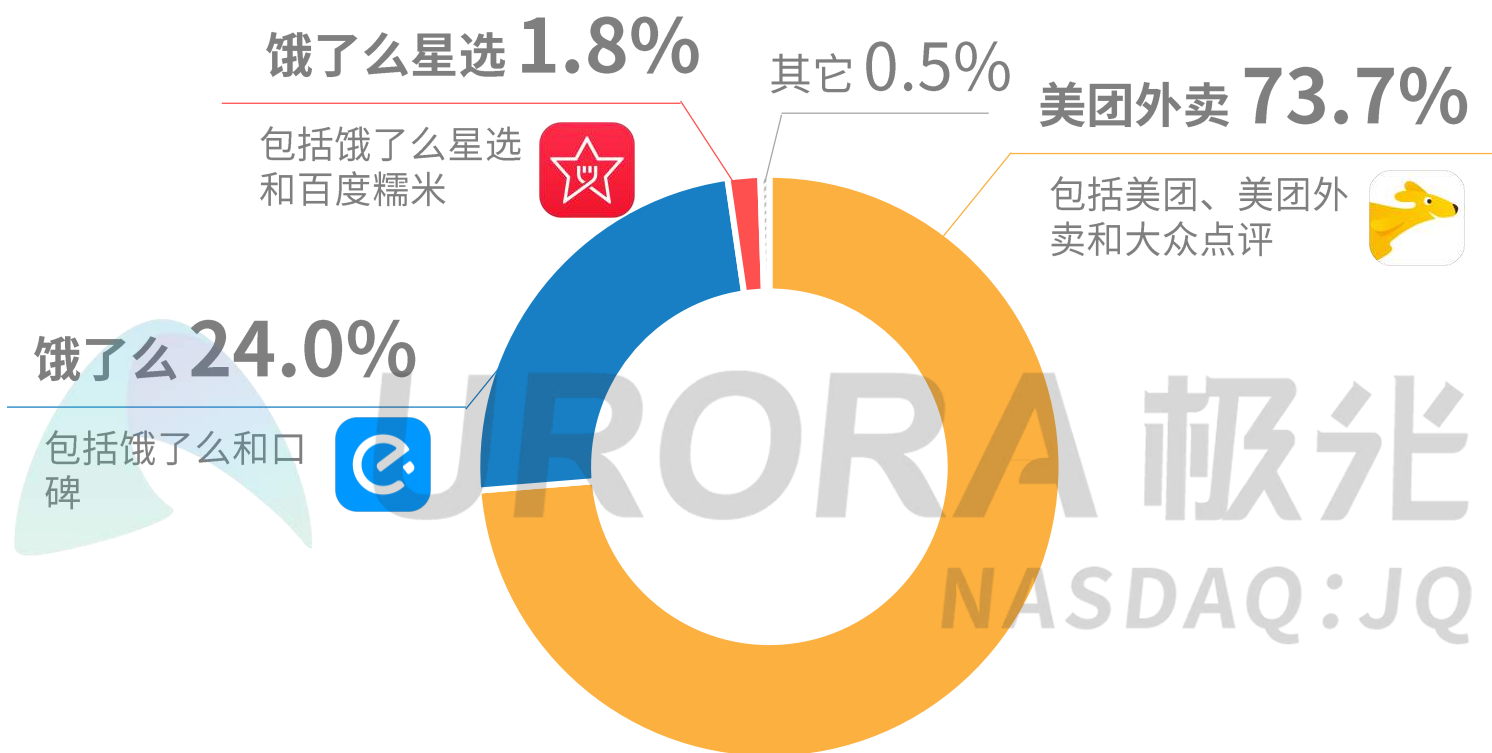


下沉市场外卖行业情况

下沉市场外卖行业格局日益稳定

- 根据用户抽样调查数据显示，下沉市场用户点外卖时优先会选择的外卖平台中，美团外卖和饿了么占比较大，其中，首选使用美团外卖的用户占比达73.7%，首选使用饿了么的用户占比为24.0%，其它平台占比较小

下沉市场用户首选使用的外卖平台



注：首选使用的外卖平台指用户在点外卖时会优先选择使用的外卖平台；因美团、大众点评、百度糯米等平台也是用户点外卖的主要渠道之一，因此合并计算

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

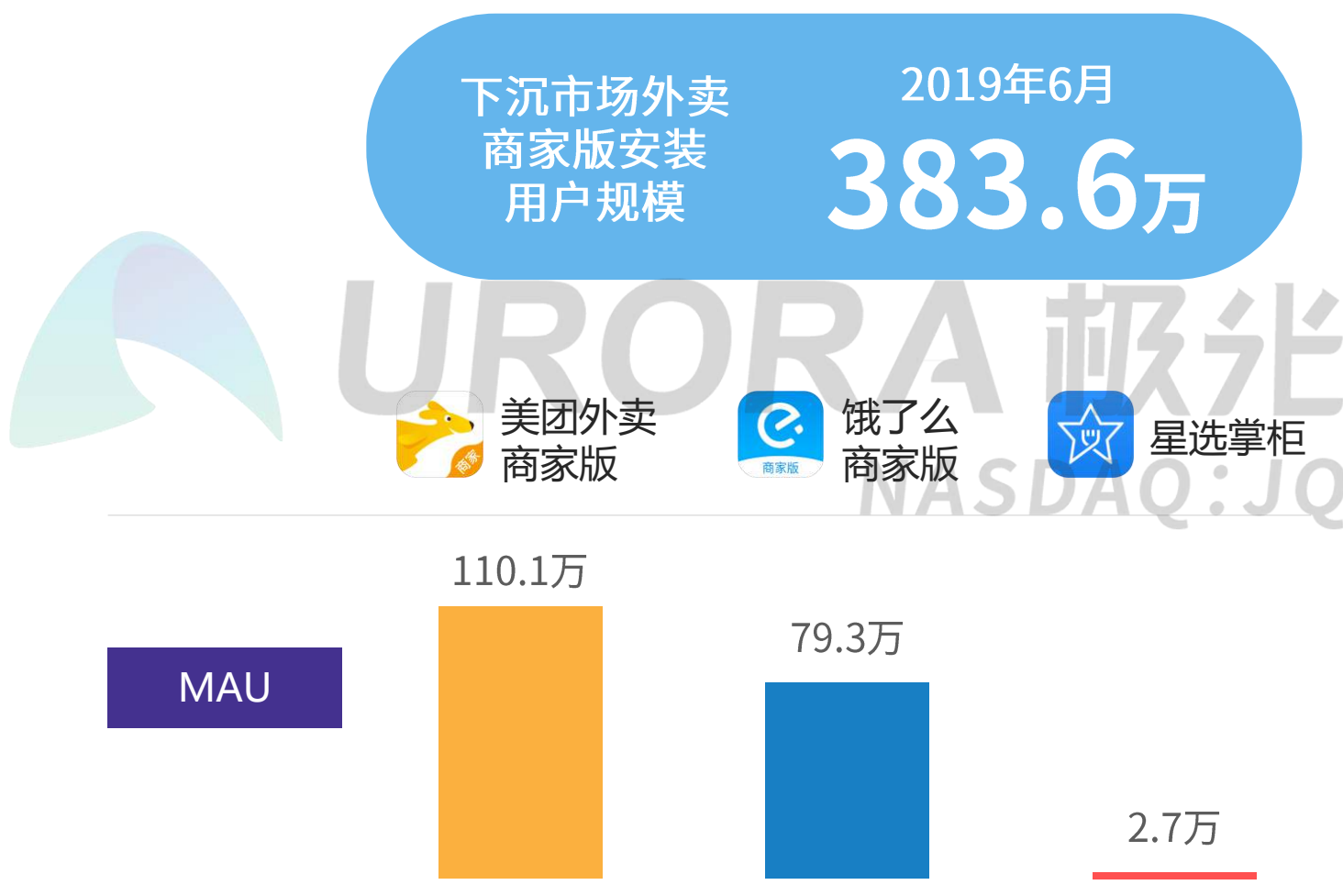
取数周期：2019.07-08

下沉市场外卖商家装机量

下沉市场商家版安装用户规模383.6万，美团更受商家青睐

- 下沉市场外卖商家方面，美团外卖商家版在下沉市场的MAU达110万，饿了么商家版MAU近80万，表明在下沉市场，美团外卖更受商家青睐

下沉市场外卖商家版安装用户规模与MAU



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

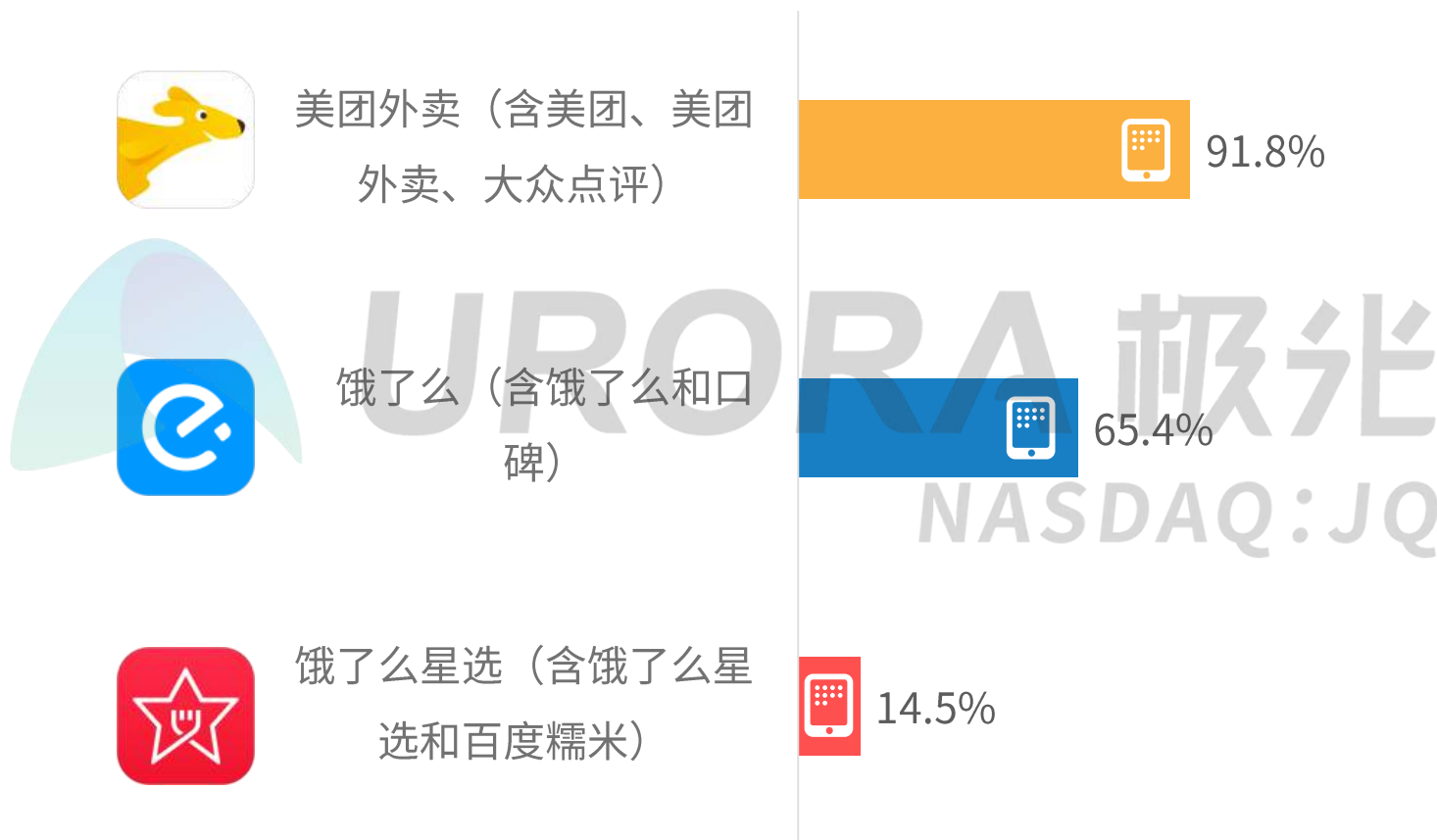
取数周期：2019.06

下沉市场外卖平台使用

美团外卖使用率超过九成，饿了么使用率超六成

- 下沉市场外卖用户群体对品牌认知较为强烈，其中，美团在下沉市场的用户普及率和品牌渗透率较高，有91.8%的用户使用过美团外卖，使用过饿了么的用户约有65.4%。表明在下沉市场，用户对品牌的认知对其选择外卖平台有重要影响

下沉市场主要外卖平台的使用率



注：使用率指过去一年内使用过该外卖平台点外卖的用户占比；因美团、大众点评、百度糯米等平台也是用户点外卖的主要渠道之一，因此合并计算

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.07-08

CHAPTER 03

下沉市场外卖用户分析



下沉市场外卖用户画像

下沉市场用户以年轻、已婚的女性为主

- 下沉市场外卖用户以35岁以下中青年为主，其中一半用户已婚，女性占比略高，女性通常掌握家庭日常消费大权，消费意愿相对较高
- 下沉市场外卖用户收入分布较为平均，每个区间段占比均超过两成

性别



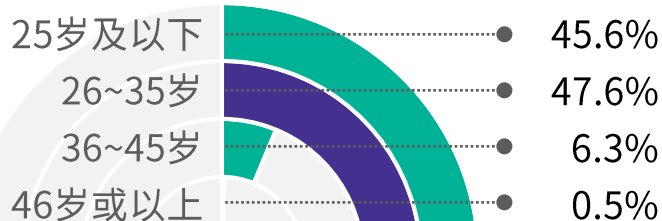
48.2%



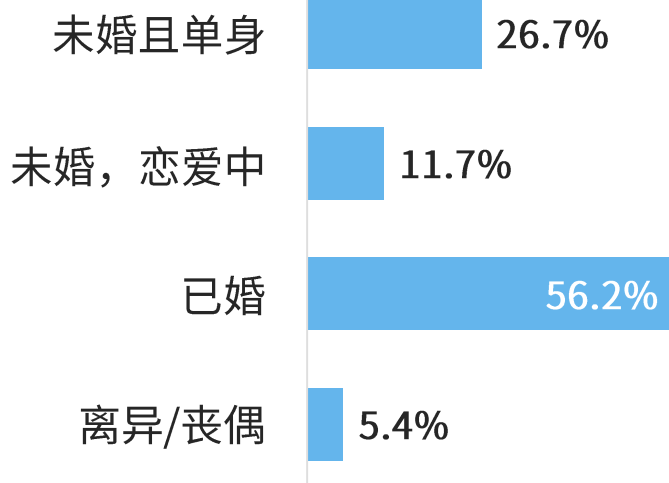
51.8%



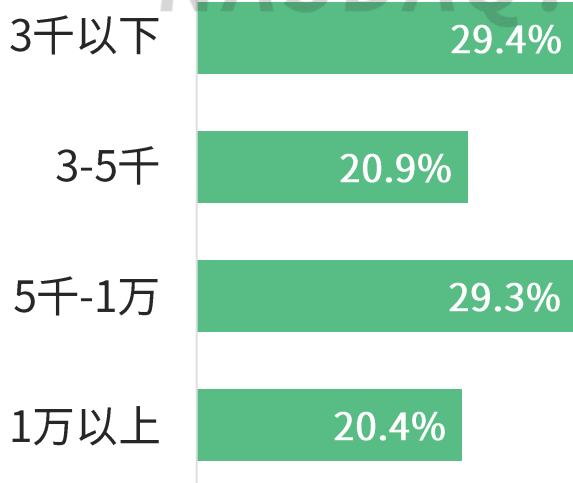
年龄



婚姻状况



家庭月收入



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

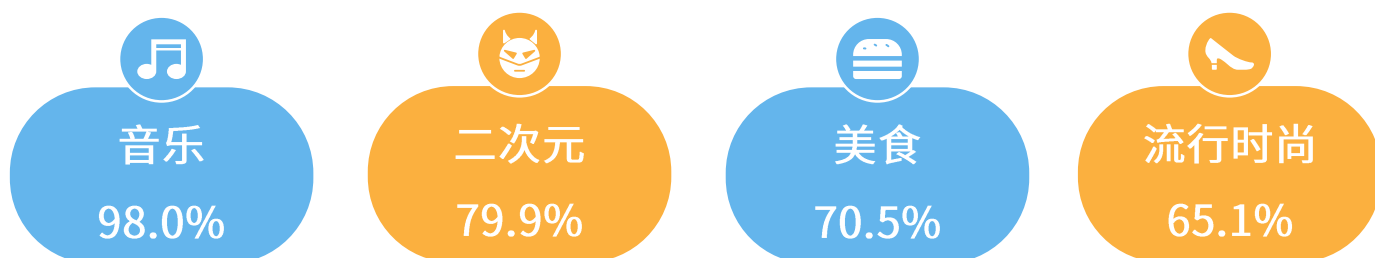
取数周期：2019.06-08

下沉市场外卖用户画像

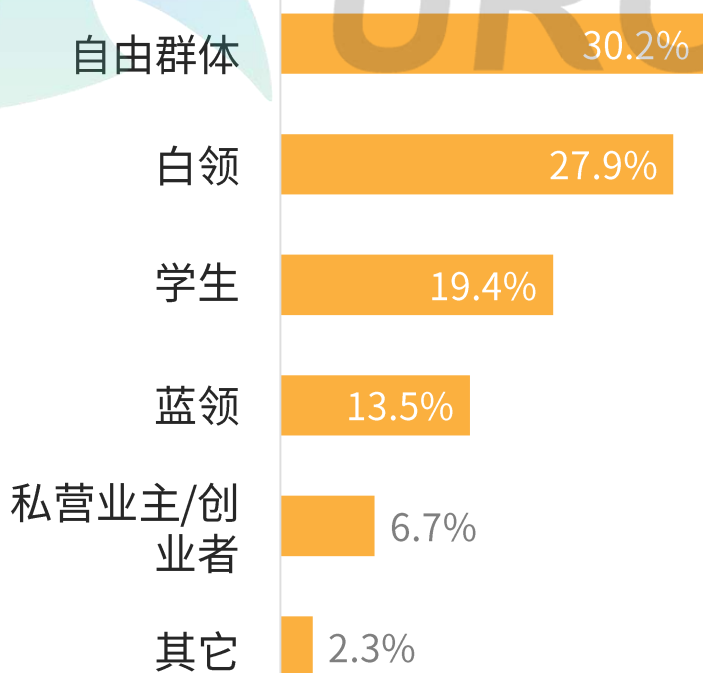
自由群体和白领为主，本科及以上学历占比超两成

- 下沉市场外卖用户主要有自由群体（自由职业者、家庭主妇、离退休人员等）、白领、学生、蓝领（工人、服务员等）四大群体，其中自由群体占比3成，他们虽然时间较多，但是不想出门又不愿做饭就会点外卖，而白领则相反，工作太忙会选择点外卖
- 下沉市场外卖用户中本科及以上学历占比超过两成，高于下沉市场网民；因外卖用户较为年轻，他们热爱音乐、美食、二次元和流行时尚

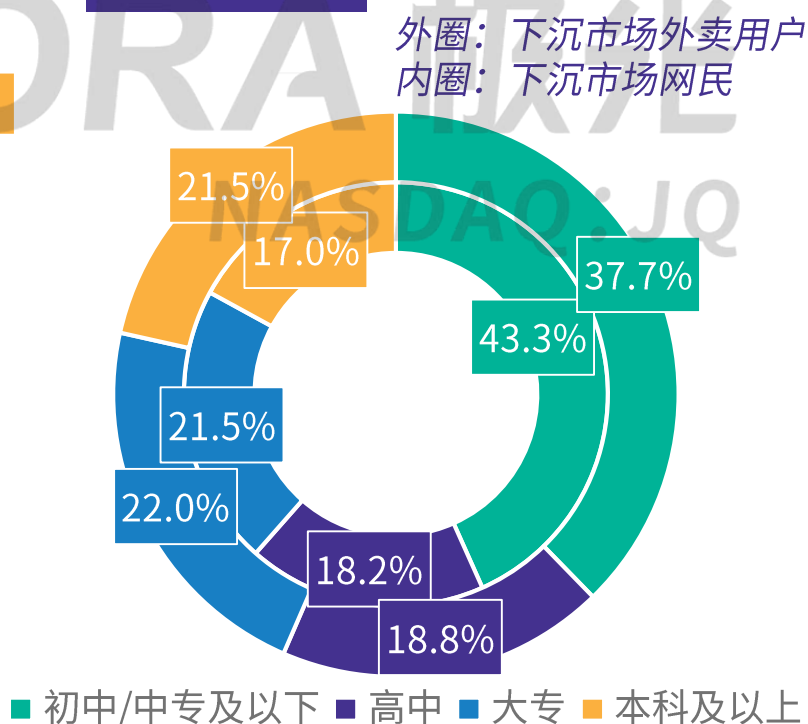
兴趣爱好



身份与职业



学历



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

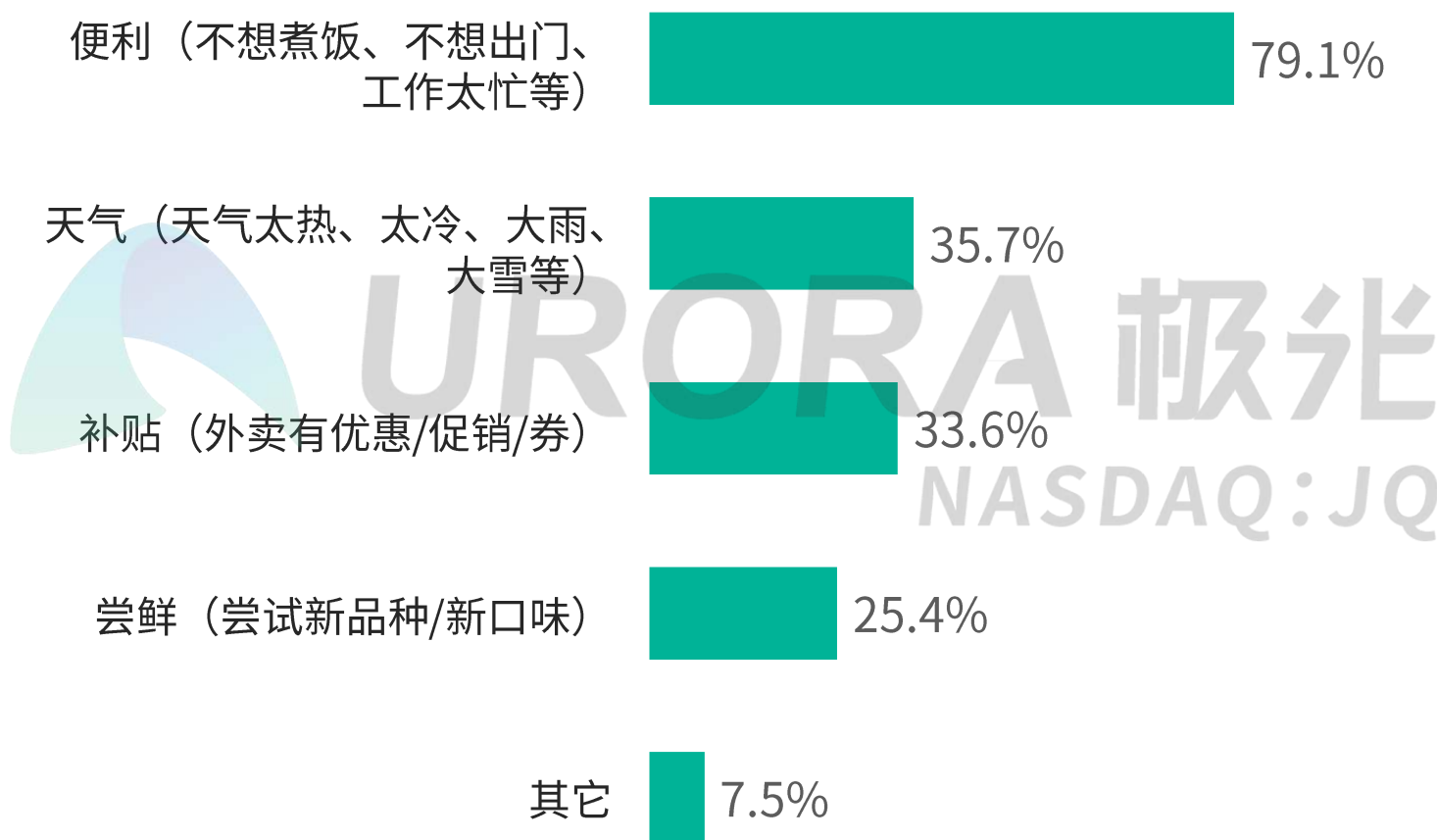
取数周期：2019.07-08

下沉市场用户外卖驱动因素

便利、天气和补贴是用户点外卖的三大主因

- 下沉市场用户点外卖最主要原因是便利（如不想煮饭、不想出门、工作太忙等），占比接近八成，其次是天气和补贴，占比也超过三成。其中近八成用户因不想煮饭、不想出门、工作太忙等因素选择外卖，表明外卖的便利性已被越来越多用户认可和接受。

下沉市场用户外卖驱动因素



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

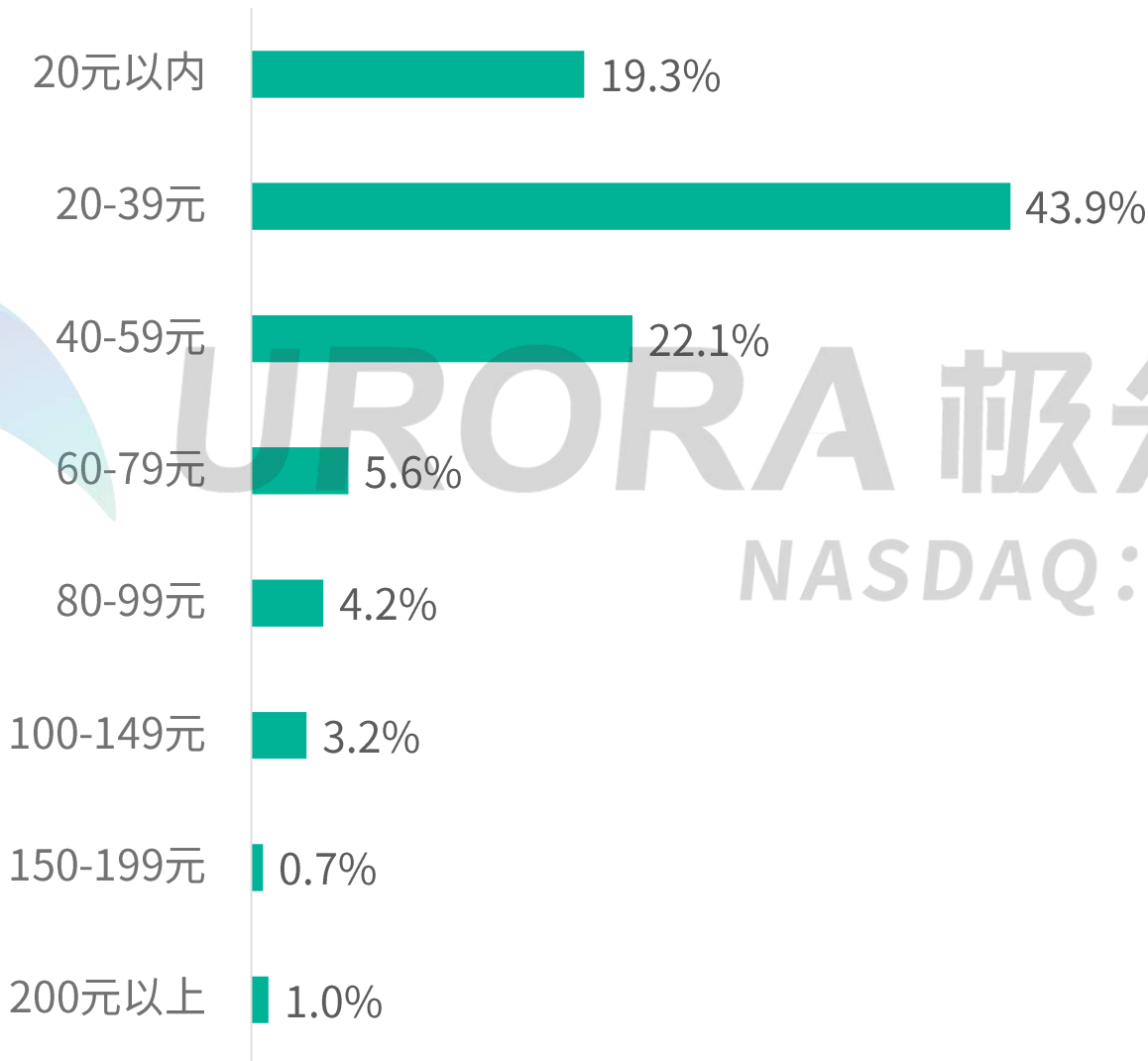
取数周期：2019.07-08

下沉市场用户外卖订单金额分布

下沉市场外卖客单价主要集中在20-39元区间

- 43.9%的用户通常的外卖订单金额在20-39元区间，其次是40-59元区间和20元以下区间，占比两成左右

下沉市场外卖订单金额分布



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.07-08

下沉市场用户外卖消费金额

下沉市场用户在美团外卖平台人均每周消费138.6元，约为饿了么的1.5倍

- 饿了么用户人均每周消费98.5元，饿了么星选用户人均每周消费119.9元

下沉市场主要外卖平台用户外卖消费金额

(人均每周外卖消费金额)



注：外卖消费金额指该外卖平台用户人均每周在该外卖平台点外卖所花费的金额；因美团、大众点评、百度糯米等平台也是用户点外卖的主要渠道之一，因此合并计算

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

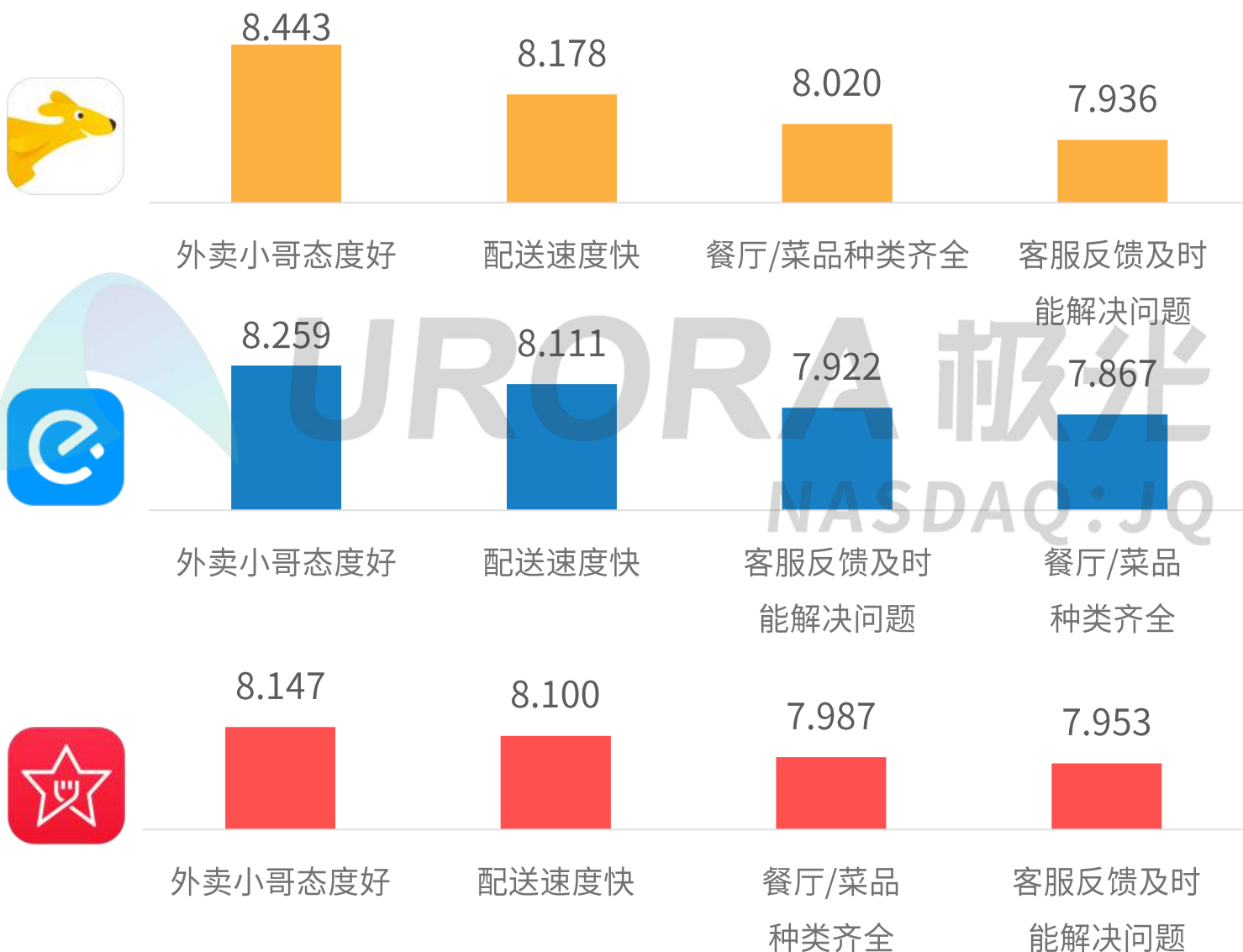
取数周期：2019.07-08

下沉市场主要外卖平台分项维度评价

用户对外卖小哥态度这一维度的正面反馈最高，其次是配送速度快

- 美团外卖在外卖小哥态度、配送速度、餐厅/菜品种类齐全这些维度的表现优于其它平台，而饿了么星选在客服方面用户评价相对较高，饿了么各项反馈一般

下沉市场主要外卖平台分项维度评价



注：分项维度评价为1-10分的评分，1分代表非常差，10分代表非常好，图表中显示每个分项维度的平均值

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

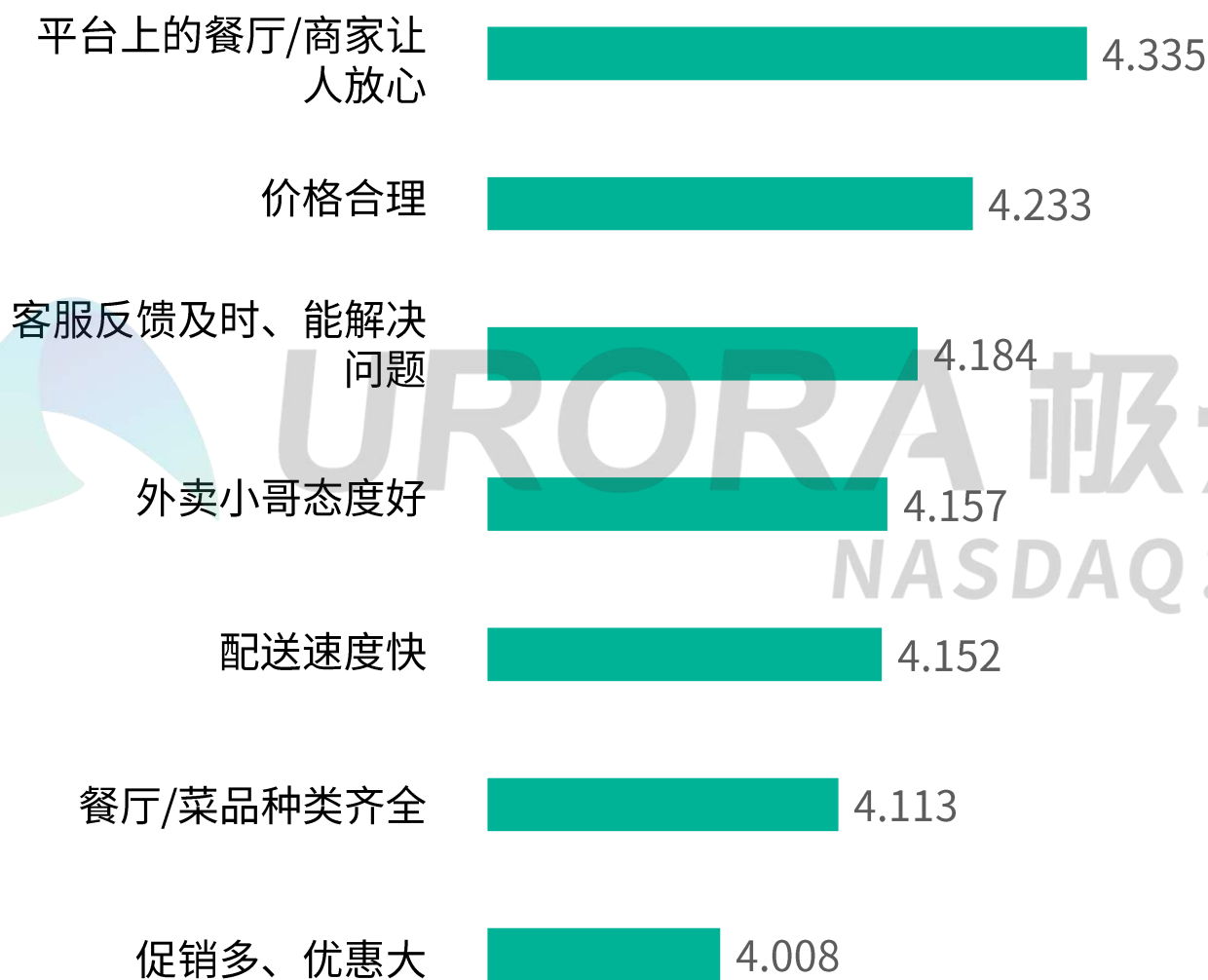
取数周期：2019.07-08

外卖平台分项维度重要性

用户最看重平台上的餐厅/商家是否让人放心

- 外卖用户最关心平台上的餐厅/商家是否让人放心，其重要性均值达4.335，明显高于其它维度；第二重要的维度是价格合理，重要性均值为4.233

下沉市场外卖平台分项维度重要性



注：分析维度重要性为5级量表，1分代表一点都不重要，5分代表非常重要

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

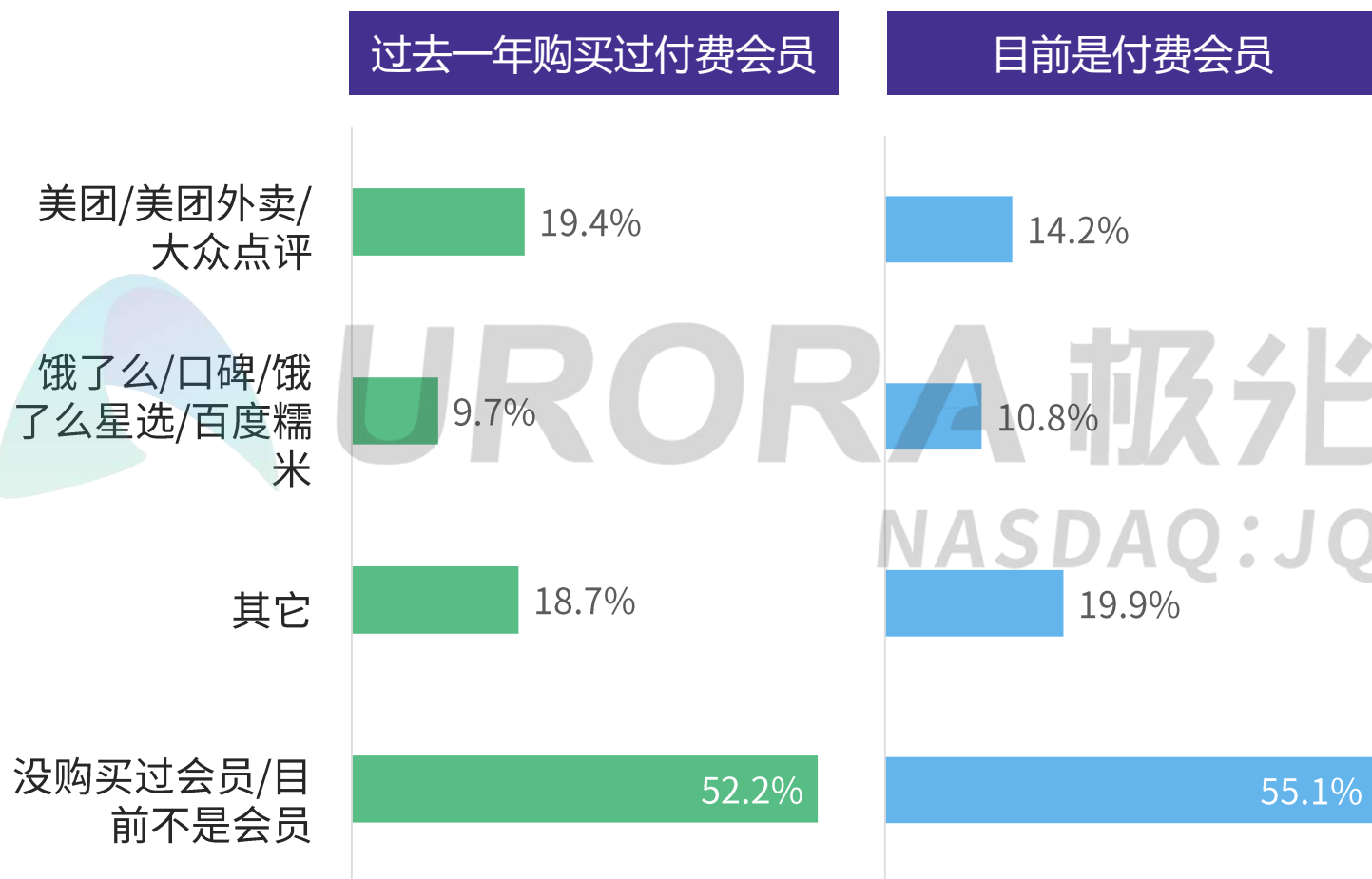
取数周期：2019.07-08

下沉市场付费会员占比

下沉市场在付费会员方面潜力巨大

- 近两成用户在过去一年购买过美团外卖的付费会员，14.2%的用户目前是美团外卖的付费会员，均高于饿了么
- 下沉市场中有超过五成用户过去一年内从未购买过付费会员，在这方面的挖掘潜力巨大。

下沉市场外卖平台付费会员占比



注：其它包含其它外卖平台付费会员以及商家自营平台付费会员

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.07-08

CHAPTER 04

下沉市场外卖商家分析

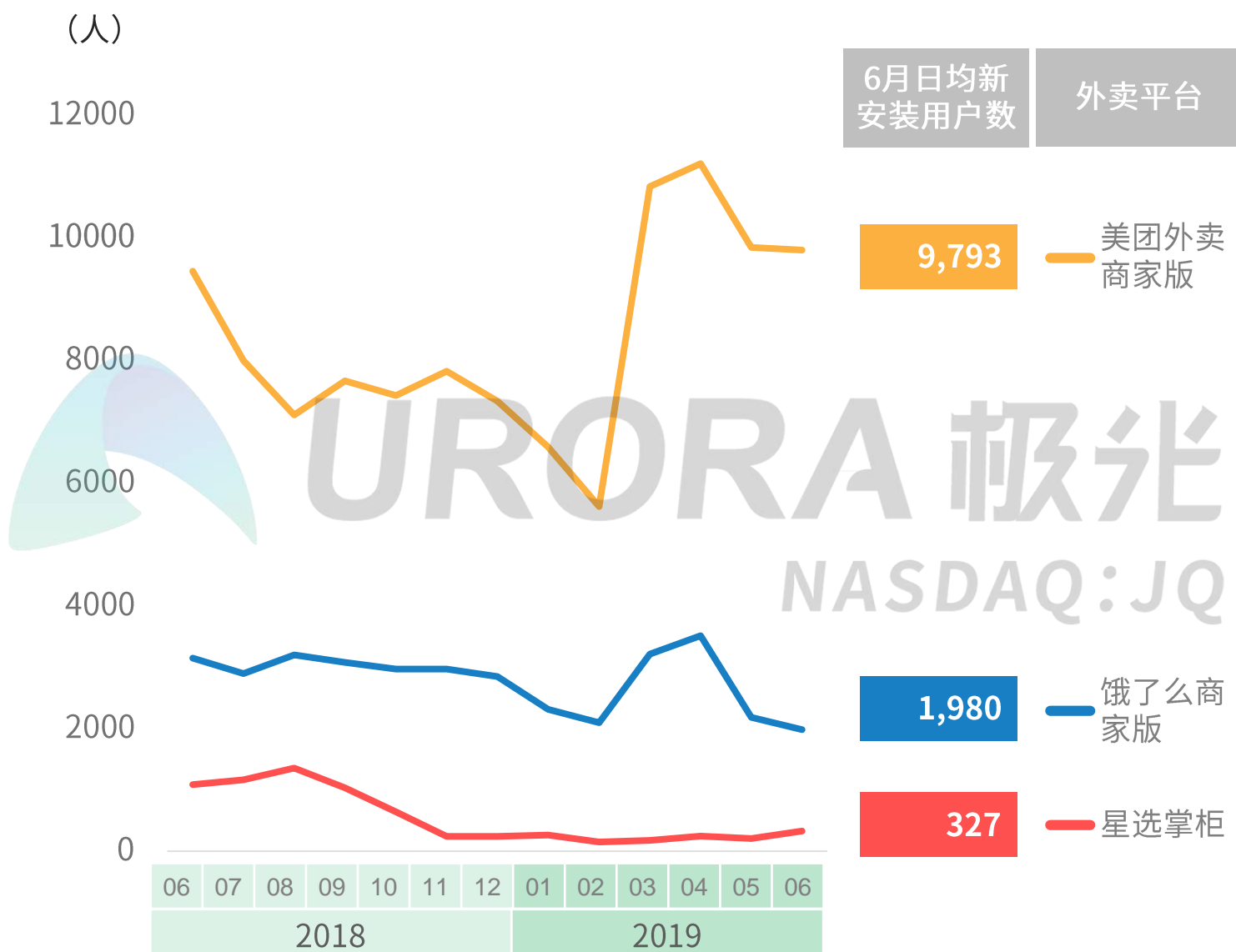


下沉市场商家版新安装用户数

美团外卖在下沉市场商家端日均新安装接近1万人，饿了么接近2千

- 春节过后，美团外卖商家版日均新安装用户数增长明显，6月份日均新安装接近1万人，表明美团外卖对商家吸引力较强；饿了么6月日均新安装用户数接近2千，而星选掌柜新增较低

下沉市场外卖平台商家版日均新安装用户数



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

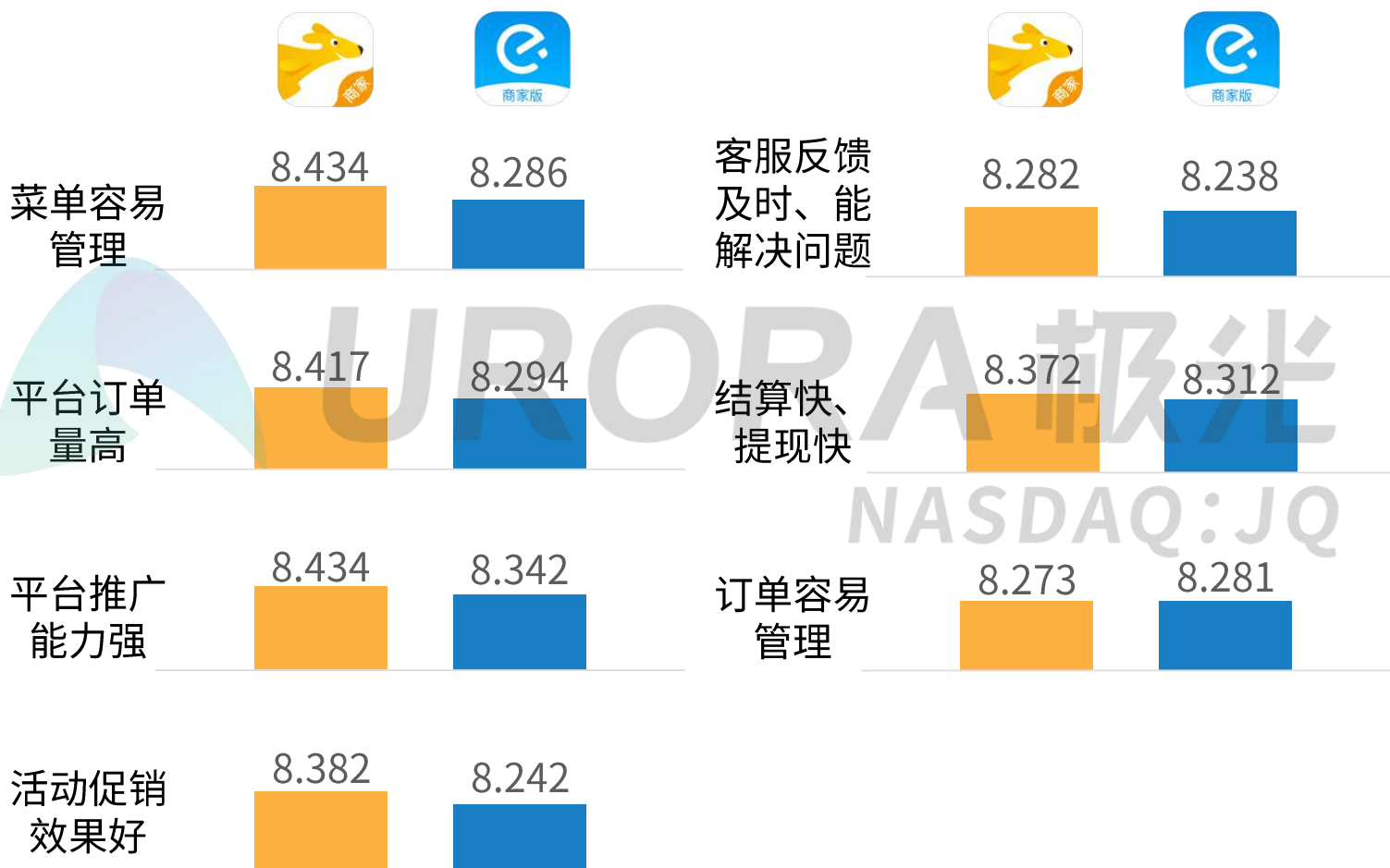
取数周期：2018.06-2019.06

商家版分项维度评价

美团外卖整体服务能力获商家认可，饿了么订单管理方面较好

- 商家认为美团外卖在平台推广能力、菜单管理、订单量、活动促销、结算提现等方面表现较好，而饿了么在订单容易管理方面表现较好

下沉市场商家版分项维度评价



注：因星选掌柜样本量较小，此处不呈现星选掌柜的数据；分项维度评价为1-10分的评分，1分代表非常差，10分代表非常好，图表中显示每个分项维度的平均值

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

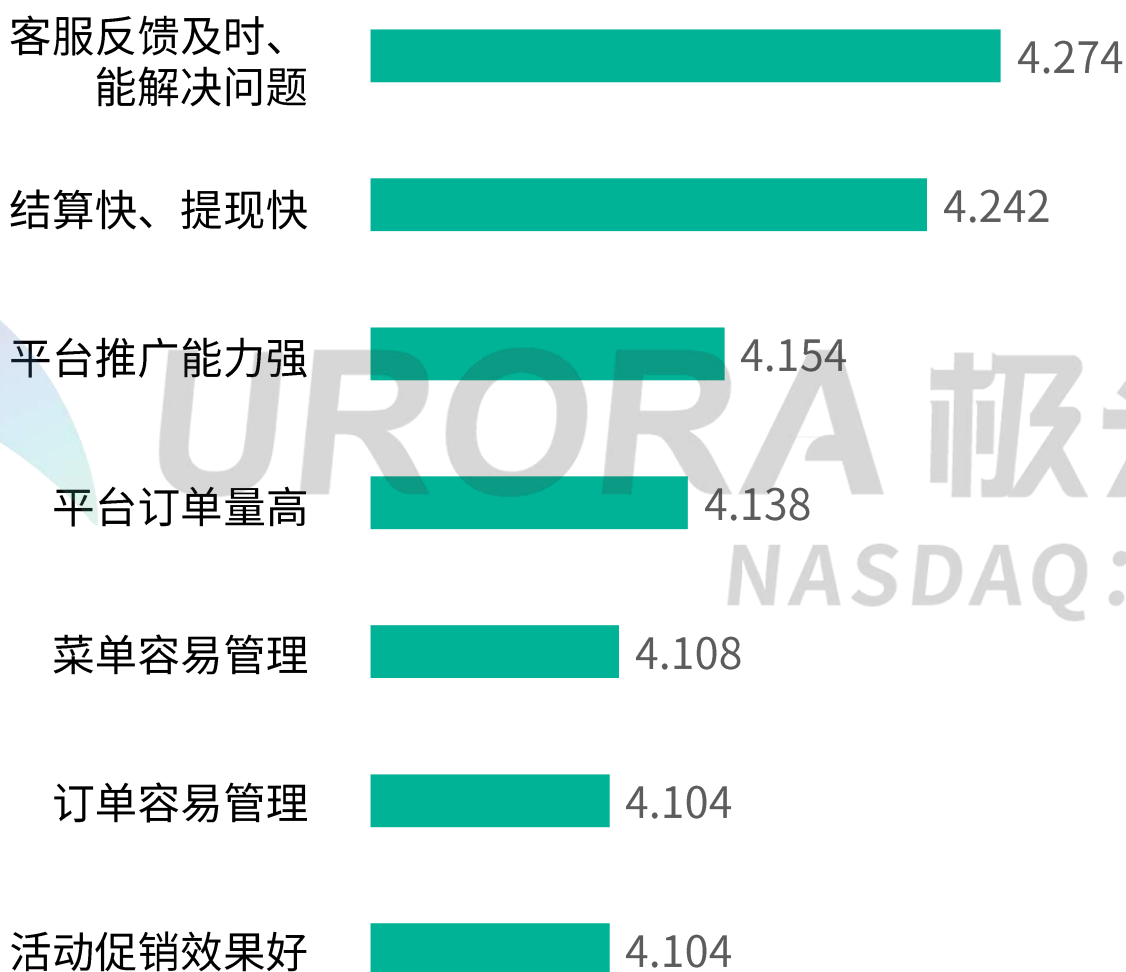
取数周期：2019.07-08

外卖平台商家分项维度重要性

商家最看重客服和结算

- 在外卖平台分项维度中，商家最看重客服反馈及时、能解决问题，其次是结算快、提现快，第三是平台推广能力强

下沉市场外卖平台商家分项维度重要性



注：分析维度重要性为5级量表，1分代表一点都不重要，5分代表非常重要

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

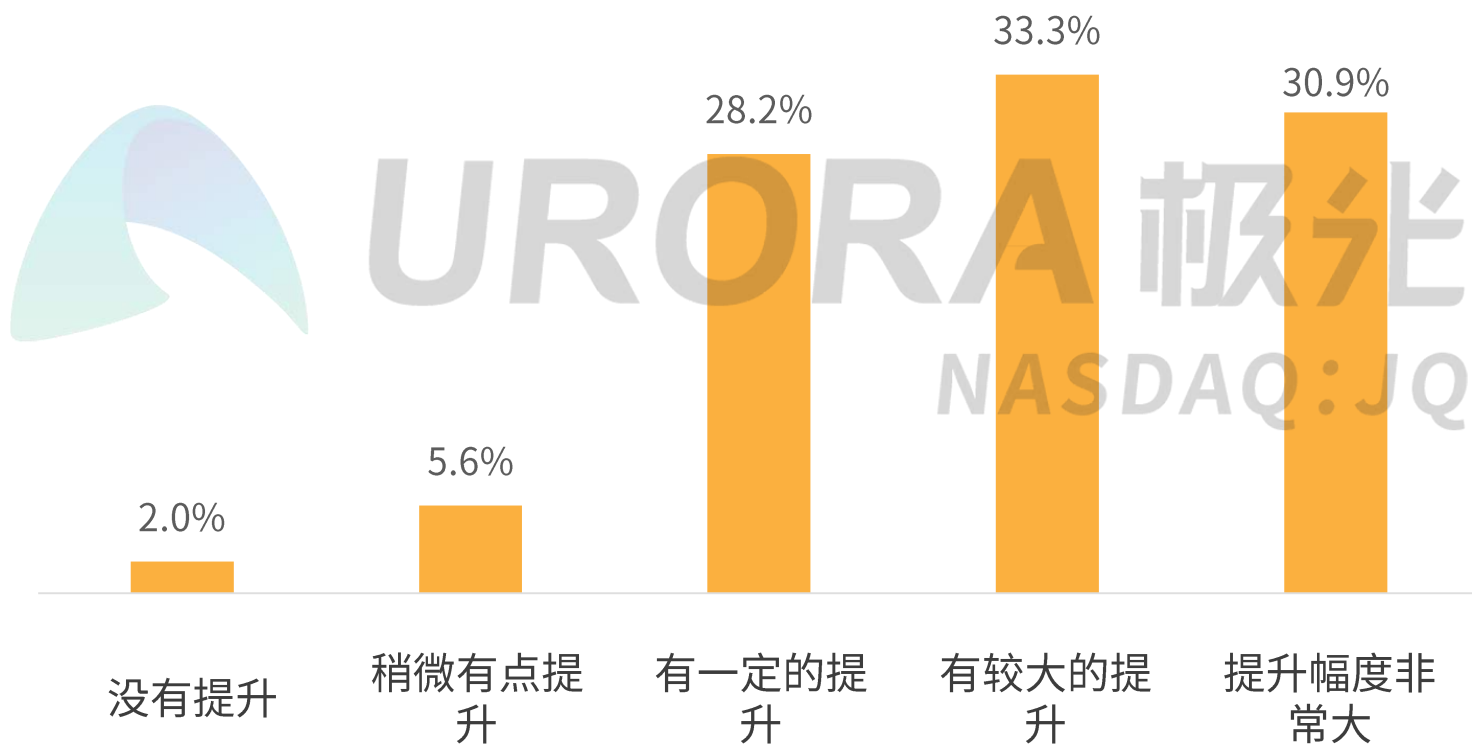
取数周期：2019.07-08

外卖平台对商家生意的拉动

外卖平台对商家生意整体有较强的提升作用

- 超过六成商家认为外卖平台对生意有较大或非常大的提升作用，也有近三成商家认为其对生意有一定的提升作用，仅极少数商家认为没有或者仅有少量提升作用

外卖平台对商家生意的拉动



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

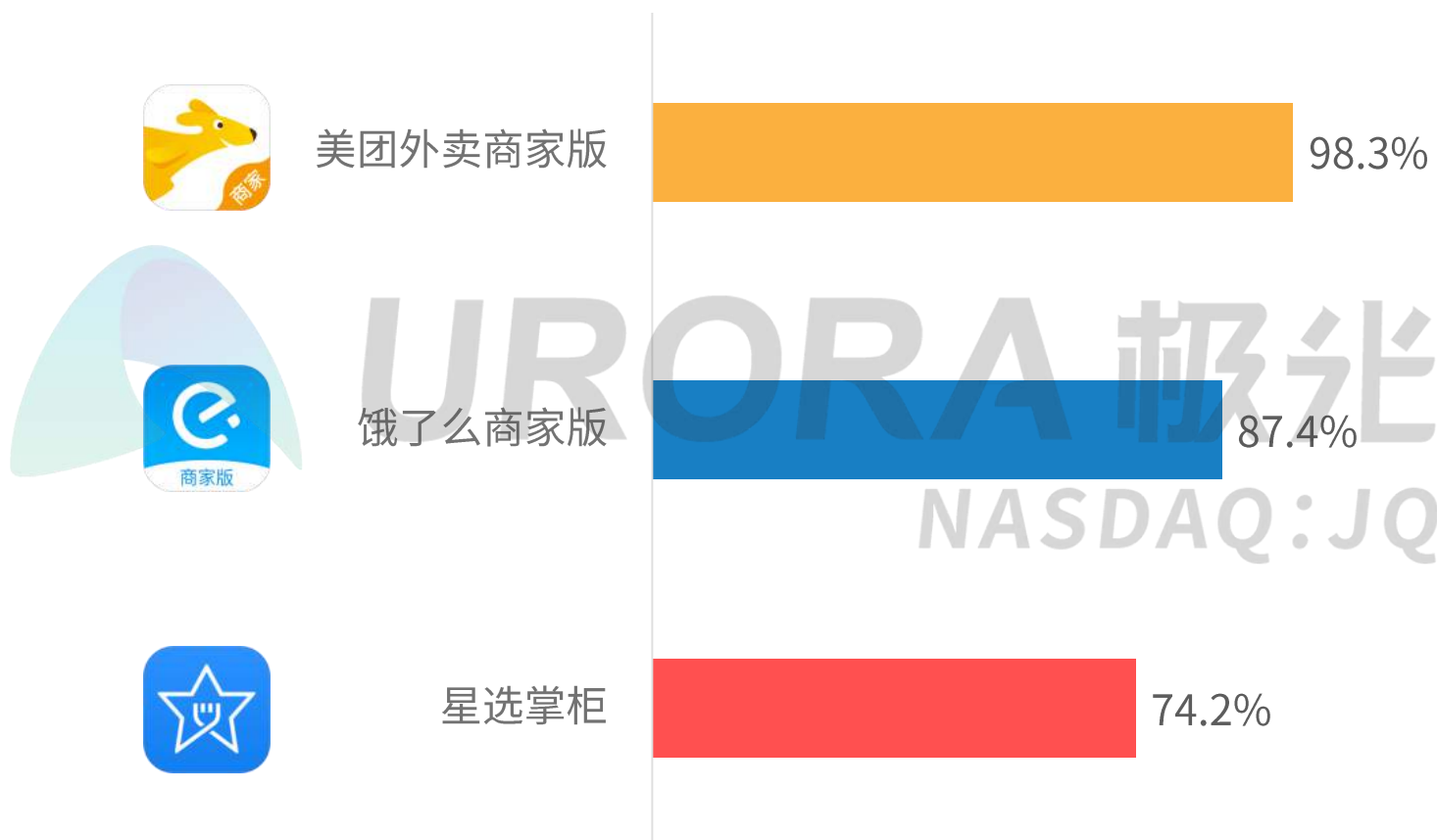
取数周期：2019.07-08

商家对外卖平台的继续使用比例

商家普遍会继续使用目前的外卖平台

- 商家继续使用的比例普遍较高，98.3%的美团外卖商家用户表示会继续使用美团外卖平台，高于饿了么87.4%的数据占比

下沉市场商家对外卖平台的继续使用比例



注：继续使用比例=未来继续使用该app人数/该app使用人数

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

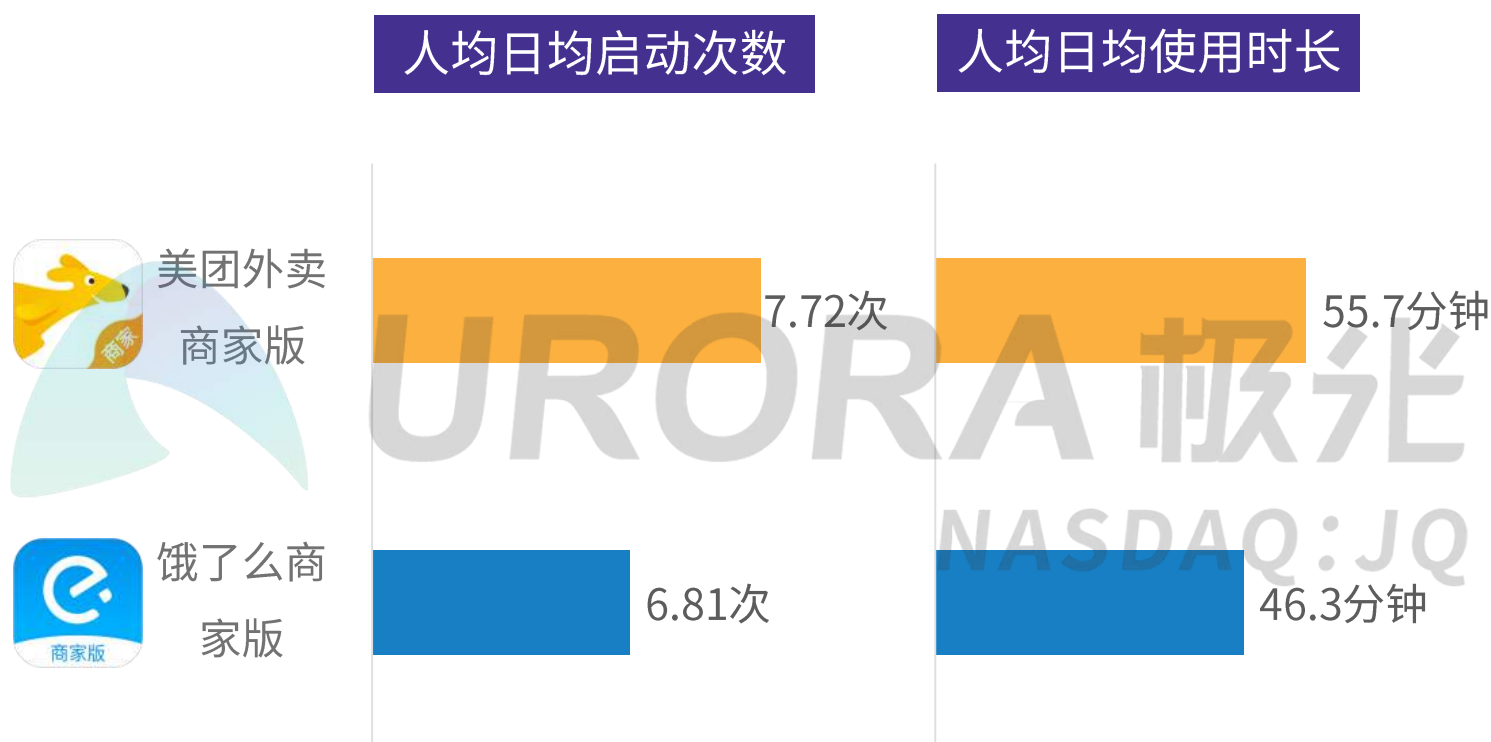
取数周期：2019.07-08

外卖平台商家版启动频次与使用时长

美团外卖商家用户粘性较高

- 美团外卖商家版在下沉市场的人均日均启动次数为7.72次，人均日均使用时长55.7分钟，饿了么商家版在下沉市场的人均日均启动次数6.81次，人均日均使用时长46.3分钟

下沉市场外卖平台商家版app启动频次和使用时长



注：因星选掌柜量级较小，此处不出示星选掌柜的数据

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

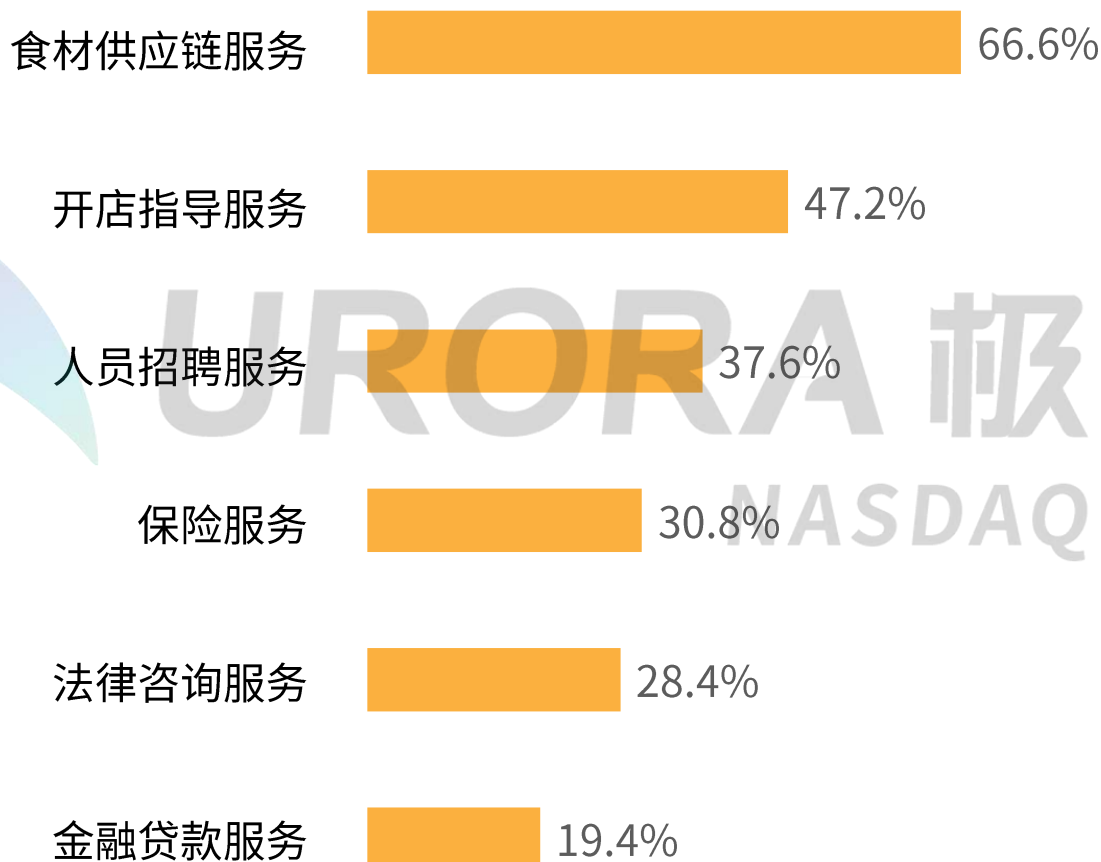
取数周期：2019.06

商家额外服务需求

除常规点餐和配送服务外，商家最希望外卖平台提供食材供应链服务

- 下沉市场商家希望外卖平台提供额外服务，其中，食材供应链服务占比最高，达66.6%，其次是开店指导服务，占比47.2%，而对金融贷款服务的需求最低

下沉市场商家额外服务需求



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.07-08

报告说明

1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 源于极光云服务平台的行业数据采集及极光 iAPP 平台针对各类移动应用的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研, 共回收外卖用户样本 1033 份, 商家用户样本 500 份; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段: 2018年6月-2019年8月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光 JIGUANG 所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光 JIGUANG 也不例外。极光 JIGUANG 依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光 JIGUANG 不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光 JIGUANG 无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力, 对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察, 敬请期待。

6. 版权声明

本报告为极光 JIGUANG 所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

关于极光

极光（Aurora Mobile，纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件、短信、一键认证、深度链接、物联网等开发者服务。截止到2019年6月份，极光已经为超过40万移动开发者和128.9万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计266亿，月度独立活跃设备11.3亿部。同时，极光持续赋能开发者和传统行业客户，推出精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察、商业地理服务产品，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



华北地区数据咨询

胡畅达: hucd@jiguang.cn

华东、华南地区数据咨询

Oliver: jianghh@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用:

marketing@jiguang.cn