



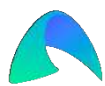
2021餐饮外卖商户 研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年12月



极光观点



目前餐饮商户以中小微企业为主，餐饮外卖行业整体连锁化、规模化程度较低，近七成餐饮商户为个体户，超六成商户员工数量不足5名



进驻线上外卖平台的餐饮商户数量保持上升，高效的配送效率、庞大的用户规模、良好的用户口碑成为餐饮商户希望外卖平台能够提供的价值



在外卖业务的经营过程中，费用、竞争以及订单稳定性是商户最关心的三个问题；针对商户关心的外卖经营问题，外卖平台实行了费率透明化改革，在更换新费率商家中，超九成表示向平台交纳的佣金（技术服务费）低于8%



新费率制度使外卖行业收费标准更加透明化和清晰化，让餐饮商户对外卖经营情况与走向有更清晰的认知，八成商户看好费率改革对行业带来的正向作用，过半商户表示透明化的费率能够切实保障他们在经营过程中的知情权



自外卖行业首个国标推行以来，餐饮商户积极响应政策号召，近九成商户已践行国标倡导行为，餐饮外卖行业朝标准化、规范化方向发展

目录

CONTENTS

01 餐饮外卖行业概况

02 餐饮外卖商户现状

03 餐饮外卖商户案例

04 餐饮外卖行业前景

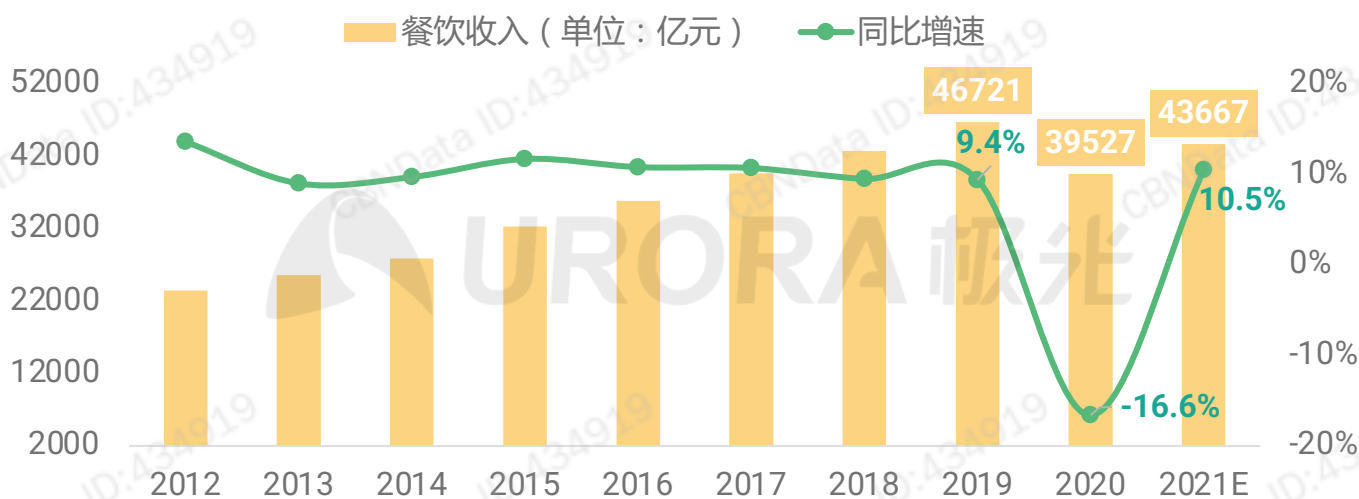
PART 01

餐饮外卖行业概况

外卖业务成为餐饮行业营收增长的重要突破口

- 在疫情元年2020年期间，餐饮行业总体收入同比下降16.6%，疫情因素让餐饮行业收入在近八年来首次出现下滑现象；但与此同时，线上外卖收入仍然保持稳步上升趋势，在2020年收入达到6561亿元，同比增长13.3%，外卖业务对餐饮收入的贡献度同样显著上升，2020年占餐饮收入比例达16.6%，外卖业务的飞速发展使其成长为餐饮行业重要增长引擎

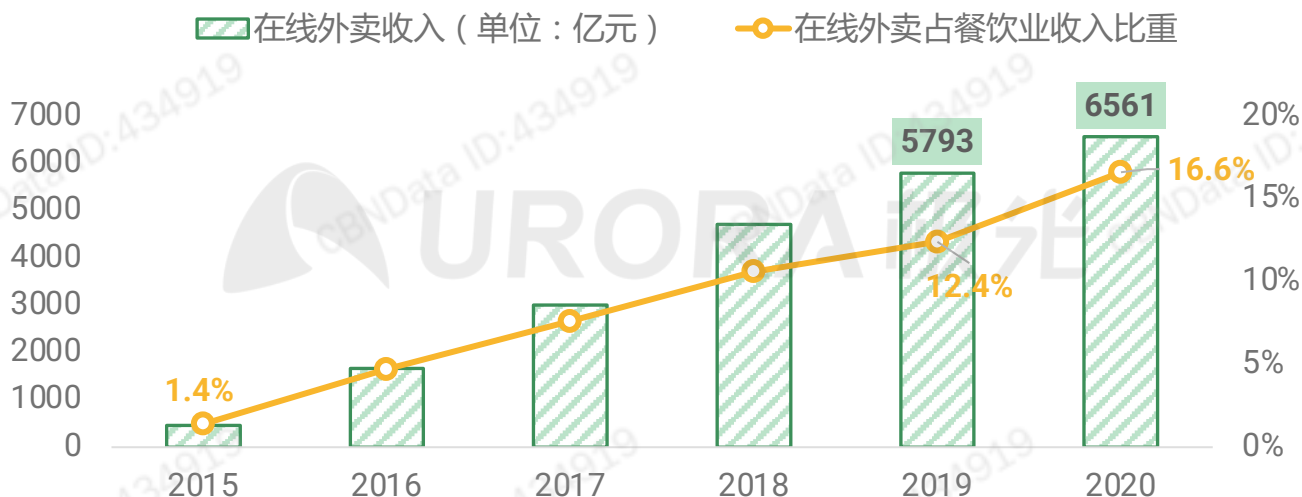
餐饮行业收入及同比增速变化



数据来源：国家统计局；2021E餐饮收入数据与增速数据为极光研究院预测数据

取数周期：2012.01-2021.09

线上外卖收入及占比变化

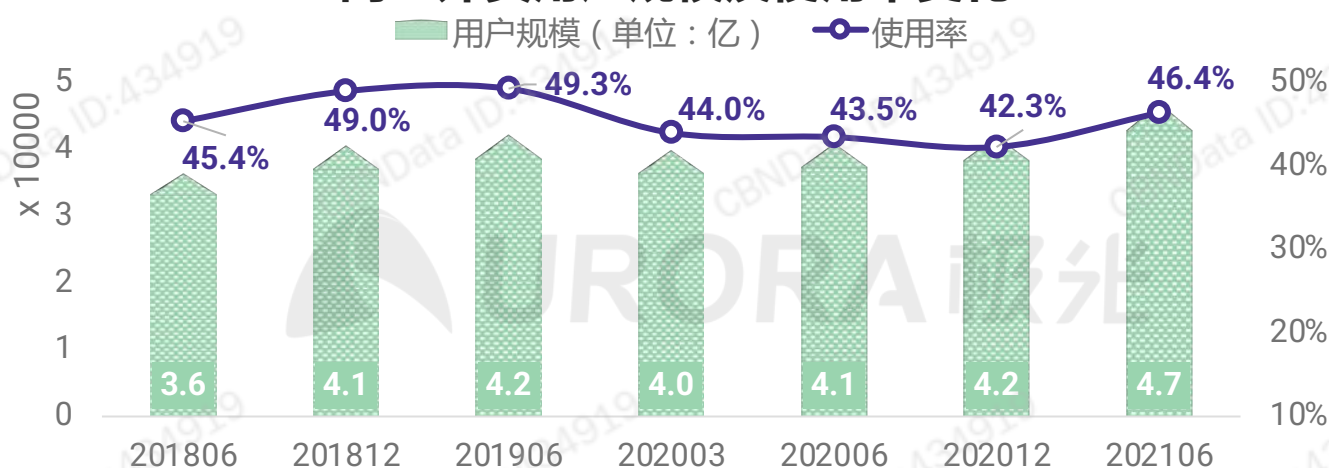


数据来源：国家信息中心；取数周期：2015.01-2020.12

线上外卖用户规模持续扩大，下沉城市用户占比超一线城市

- 据CNNIC报告，今年6月我国网上外卖用户总规模已达4.7亿，对比去年同期增加约6000万人，需求端用户市场的扩大为整体餐饮行业提供了广阔的市场机会
- 线上餐饮外卖平台中，超八成用户年龄在35岁以下；低线城市外卖用户规模超一线城市，三线及以下城市的用户占比超四成

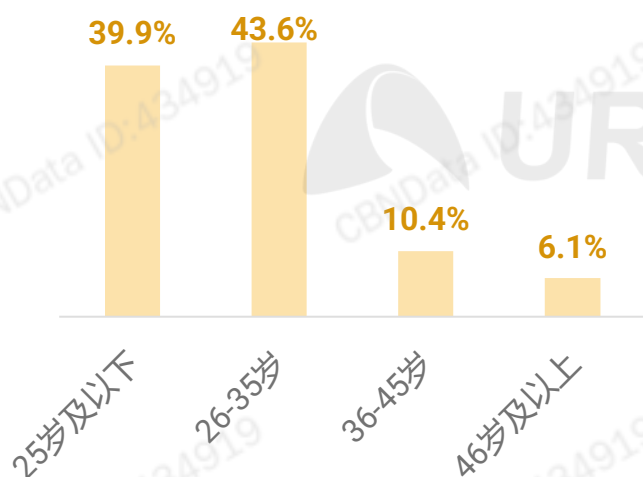
网上外卖用户规模及使用率变化



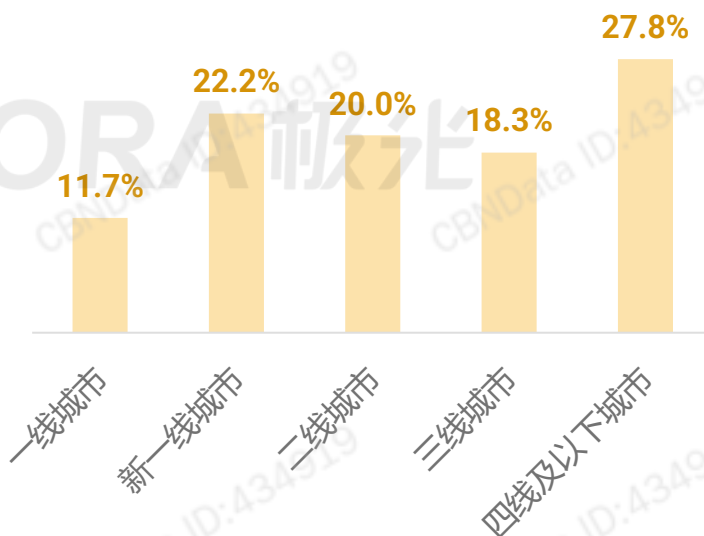
数据来源：CNNIC；取数周期：2018.06-2021.06

线上外卖平台用户画像

年龄分布



城市分布



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11

政策、经济、社会和技术四驾马车为餐饮外卖行业保驾护航

- 自去年疫情发生以来，针对餐饮行业的复苏与稳定，各级政府出台了有力的相关政策，涉及税收减免、社保费减免、金融贷款支持等多方面，全力保障中小餐饮企业顺利渡过疫情期，实现市场的可持续健康发展；在经济、社会、技术多重利好因素的作用下，我国餐饮外卖行业发展脚步依然稳健有力

近一年来餐饮行业扶持政策

2020年2月

《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》提出对**餐饮业免征增值税**

2020年4月

多地地方政府出台帮扶政策，如广州人社部门《关于深入推进“粤菜师傅”羊城行动 促进餐饮从业人员稳岗就业工作方案》推出11条措施支持餐饮企业稳定岗位，对**中小微餐饮企业**实行5个月的**社保缴费全免**

2020年7月

商务部联合其他七个部门发布《关于开展小店经济推进行动的通知》，提出到2025年达成“**百城千区亿店**”的目标，推动**中小微餐饮市场**发展

2021年3月

《政府工作报告》指出要引导银行扩大信用贷款、持续增加首贷户，推广随借随还贷款，使资金更多流向**小微企业、个体工商户**、新型农业经营主体，对受疫情持续影响行业企业给予定向支持

经济因素



- 去年以来，“**居家消费**”“**宅配到家**”成为疫情防控之下互联网经济新模式，大批餐饮企业加速推进外卖业务

社会因素



- 我国人口多且密集的特征为外卖业提供人口红利
- 快节奏**的生活方式逐渐流行
- 疫情催生了“**宅家文化**”

技术因素



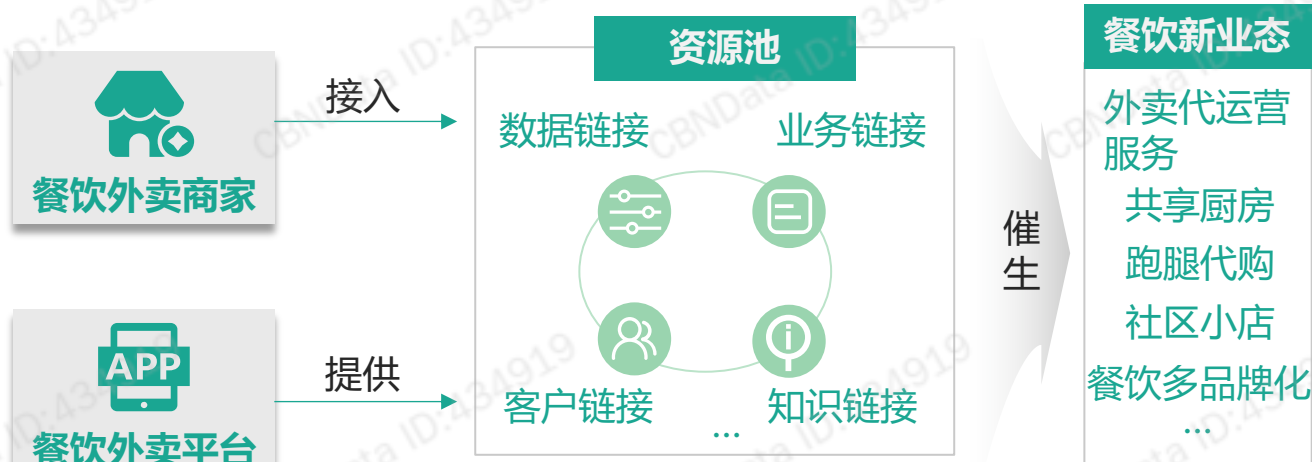
- 随着互联网对餐饮业的快速渗透以及线上餐饮信息服务系统的发展，传统外卖业迅速步入**数字化餐饮时代**

资料来源：公开资料整理

互联网平台数字化资源为外卖经营生态备足养分

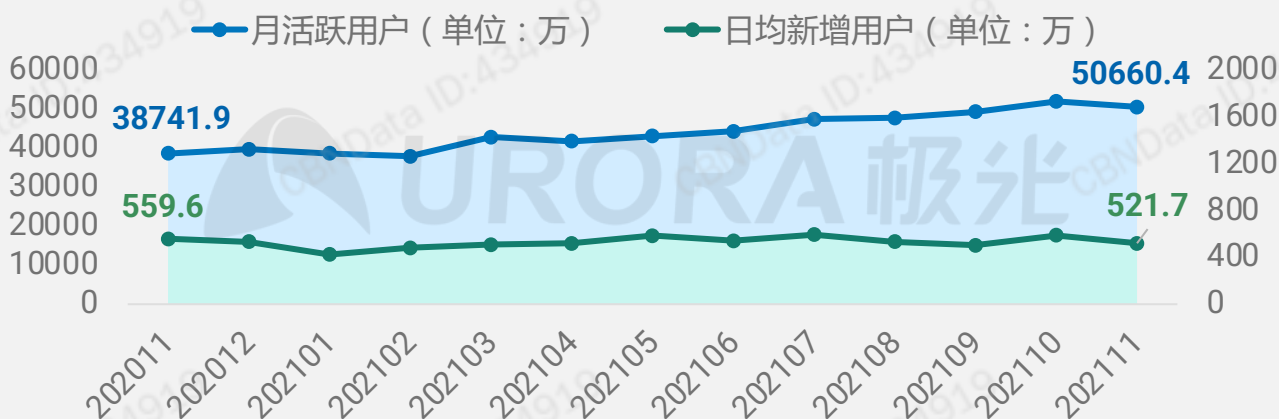
- 外卖商家通过外卖平台资源池的链接实现了外卖业务的数据支持、客户流量支持、经营运营支持等，这使得餐饮业实现了数字化、高技术发展，并催生了餐饮行业新业态的诞生与发展，如外卖代运营服务、共享厨房等，延长了餐饮行业的产业链，完善了产业生态；外卖平台在提供丰富资源链接的同时，也通过费率改革等措施让商家们更充分地享受到平台资源

互联网外卖平台与餐饮外卖商户的互动链条



平台为餐饮外卖商户提供强大的流量支持

外卖行业app MAU及日均新增用户变化



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.11-2021.11

PART 02

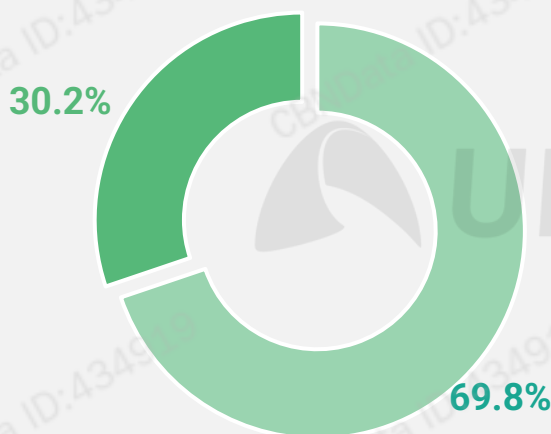
餐饮外卖商户现状

小微商户撑起餐饮外卖行业半边天

- 极光调研显示，餐饮外卖行业中的参与主体以中小微商家为主，近七成餐饮外卖商户为个体户，62.2%的商户仅有不到5名的员工；从商户的外卖订单平均客单价的分布上看，超七成的商户外卖订单客单价在10元至29元的价格区间中，其中36.5%的外卖订单客单价为10-19元，38.1%的外卖订单客单价处于20-29元之间

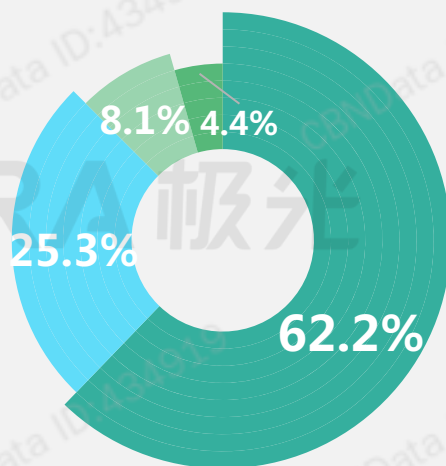
餐饮商户类型分布

■ 个体商户 ■ 连锁商户

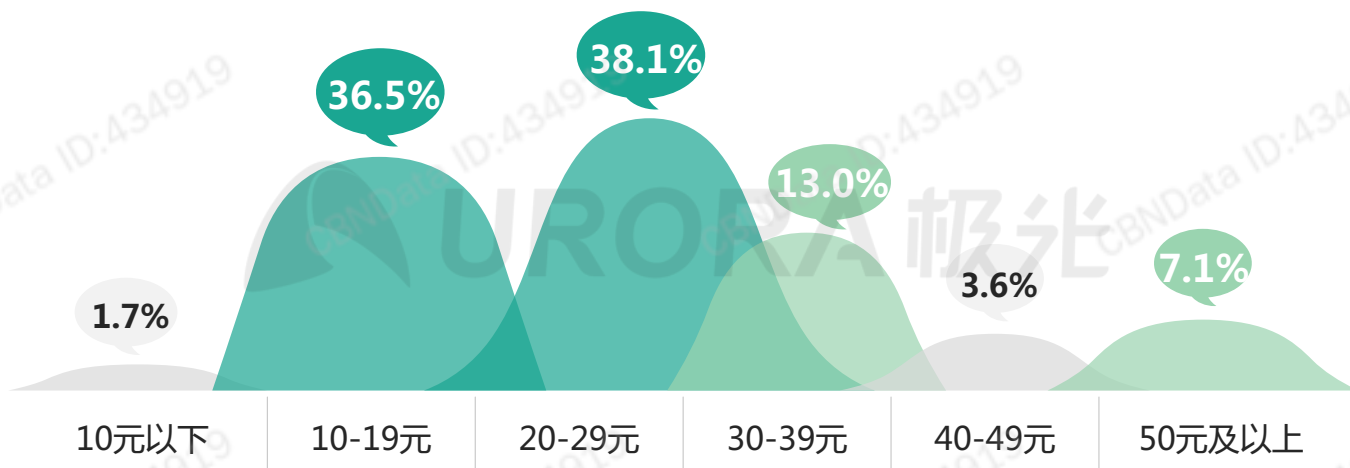


餐饮商户员工数量分布

■ 少于5名 ■ 5-10名 ■ 11-20名 ■ 20名以上



餐饮商户外卖订单平均客单价分布

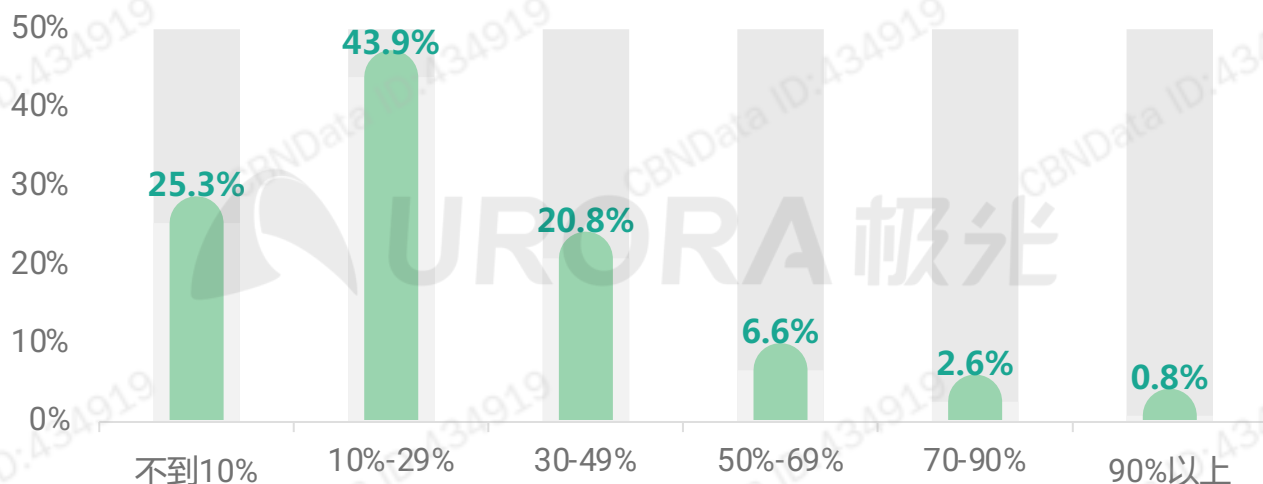


数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

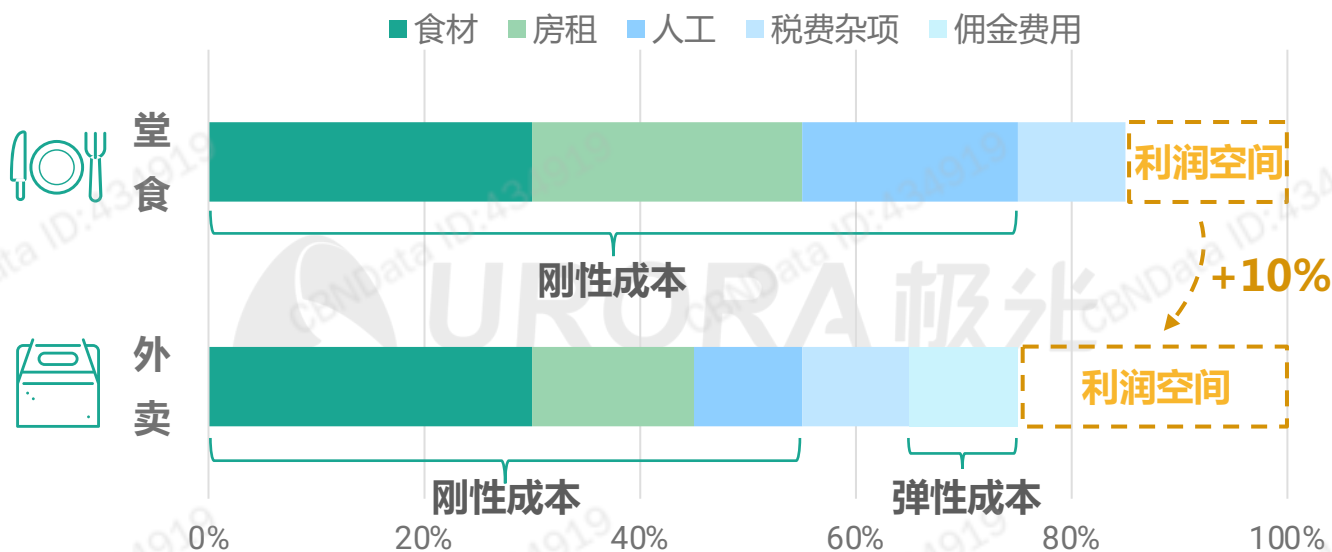
“堂食为主，外卖为辅”仍然是当下餐饮商户主流经营理念

- 纵观受访餐饮商户的业务经营模式，“堂食为主，外卖为辅”依然是目前最普遍的经营模式，仅有10%左右的餐饮商户外卖收入占餐饮总收入的比例超50%
- 从餐饮商户堂食和外卖的成本占营收比重对比上看，对于业务重心在外卖上的餐饮商户来说，其刚性成本如房租和人力支出等可得到压缩，而整体的利润空间相较于堂食能够获得10%左右的提升

餐饮商户外卖收入占餐饮总收入的比重分布



餐饮商户堂食和外卖业务成本占营收比重对比



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

疫情下近八成餐饮商户表示在房租上存在压力

- 自2020年疫情爆发以来，餐饮行业总体收入走低，但与此同时，在餐饮经营的成本支出方面，商铺租金依然维持在高位，这无疑给商户带来不少压力；据中国饭店协会的调研报告，77.5%的餐饮商户表示在门店租金上存在一定的经营压力
- 调研中有餐饮商户坦承，在疫情反复和不稳定的情况下，若无法与业主达成减租协议，租金压力会一直存在

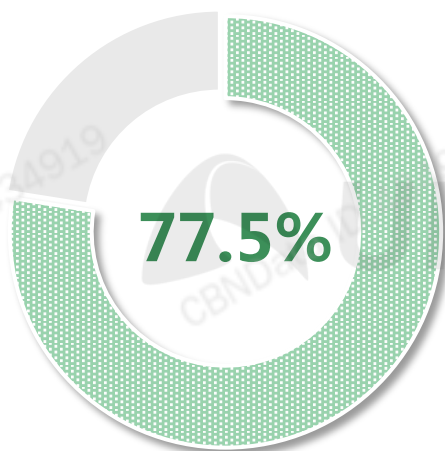
一线城市商铺租金变化



数据来源：同花顺FinD；取数周期：2013.04-2021.06

取数范围：北京、上海、广州、深圳平均商铺租金

疫情下餐饮商户的经营压力来源



餐饮商户表示餐厅的经营压力来自于
门店租金压力

数据来源：中国饭店协会

“租金对我们来说一直是比较大的压力，今年我们都是全额交租，房东业主都不愿意减，更别谈免租了，今年疫情反复的时候，我们有一段时间也没有办法开门营业复工，但业主不肯让步，租金还是要交”



餐饮商户 徐姐

资料来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

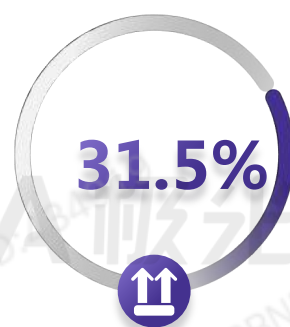
调研周期：2021.11

疫情后餐饮商户纷纷投身外卖业务，线上外卖平台活跃商户数持续上升

- 近五成商户表示在最近一到两年才开始经营外卖业务，自2020年疫情发生后，餐饮商户着力开拓外卖市场，超3成餐饮外卖商户表示在疫情期间，外卖业务收入对餐饮总收入的贡献对比以往有所提升
- 线上外卖平台商家版月均日活跃用户保持上升趋势，今年11月，外卖平台商家版月均DAU达近一年来的峰值



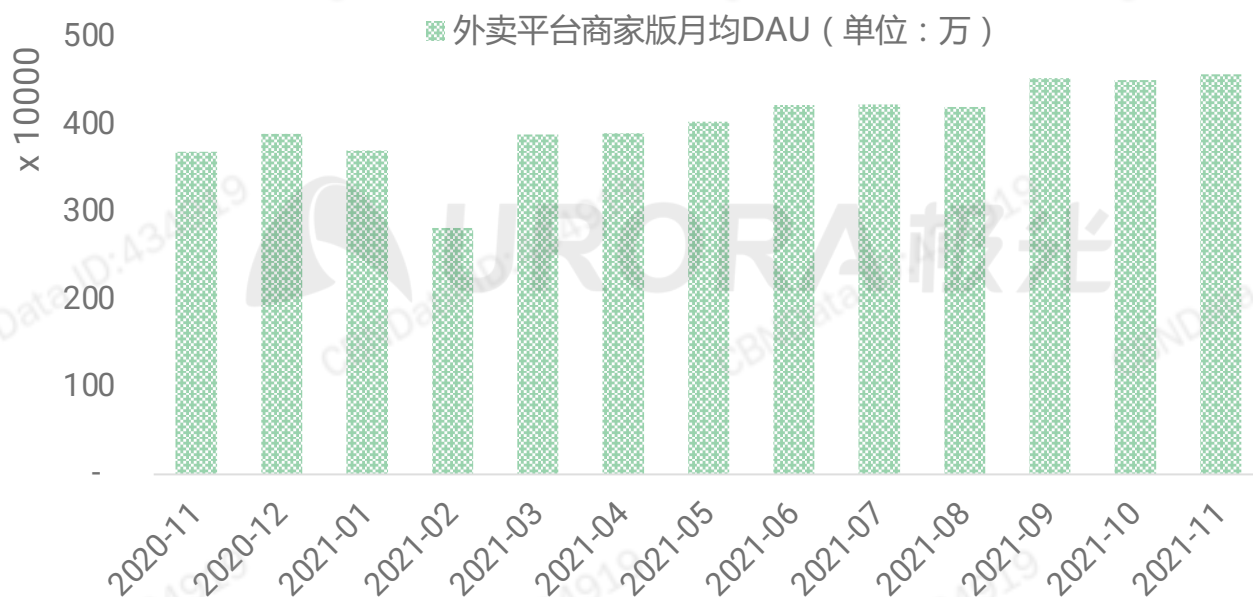
48.6%的餐饮商户在**最近一到两年**期间开始经营外卖业务



31.5%的餐饮商户在疫情期间，外卖业务收入占餐饮总收入**比重有所提升**

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

外卖平台商家版月均DAU



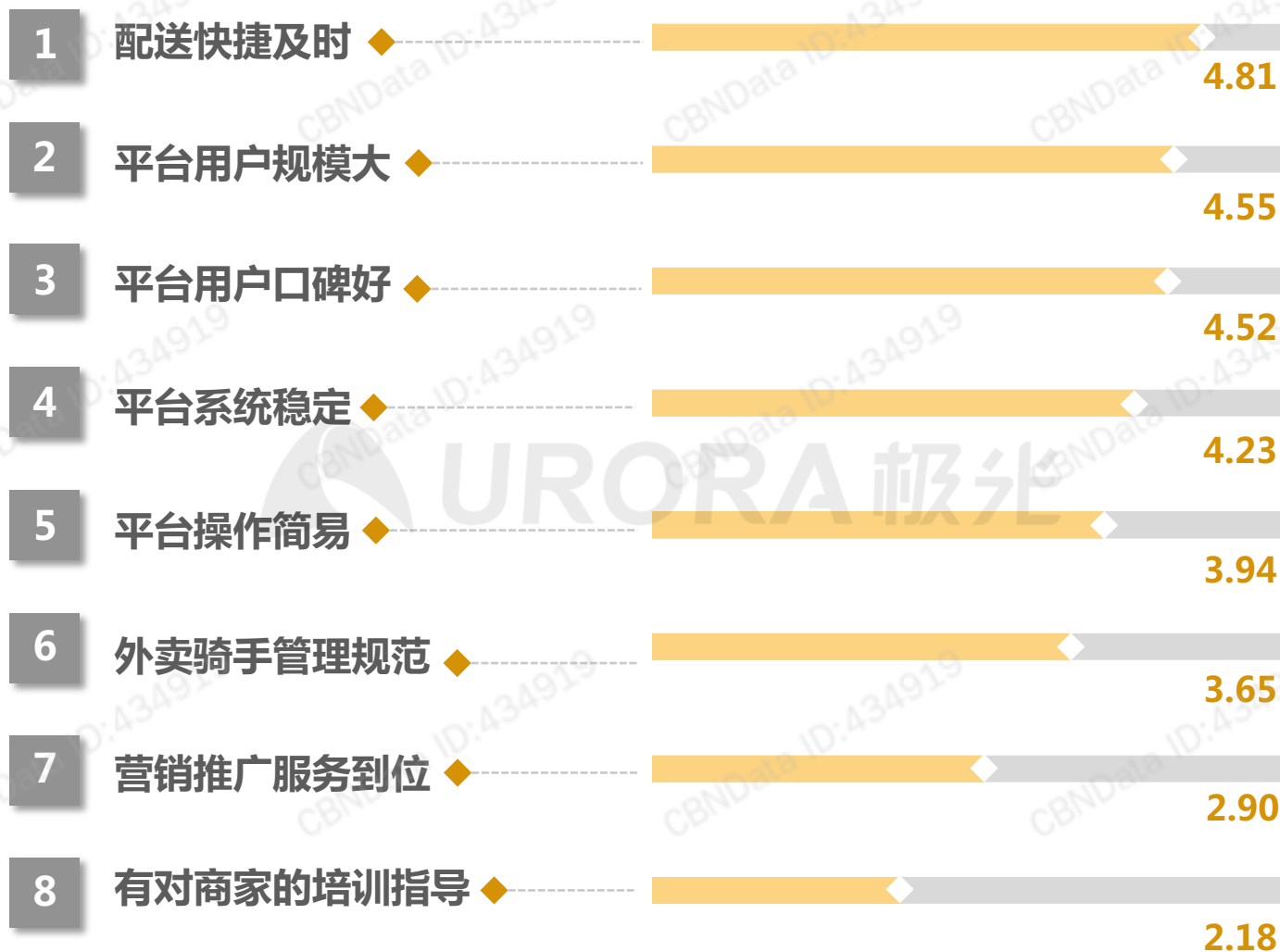
数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2019.11-2021.11
取数范围：美团外卖商家版、饿了么商家版、饿百零售商家版去重月均DAU

快捷及时的配送和庞大的用户规模成为商户们最看重的外卖平台价值

- 在外卖平台赋予商户们的各功能和价值中，餐饮商户首要看重的功能价值是平台配送是否能够快捷及时送达至消费者手上；其次是外卖平台的用户情况，拥有足够大的用户规模以及良好的用户口碑也是商户们经营线上外卖业务时希望平台能够带给他们的价值

餐饮商户看重的外卖平台使用价值

■ 价值重要性得分



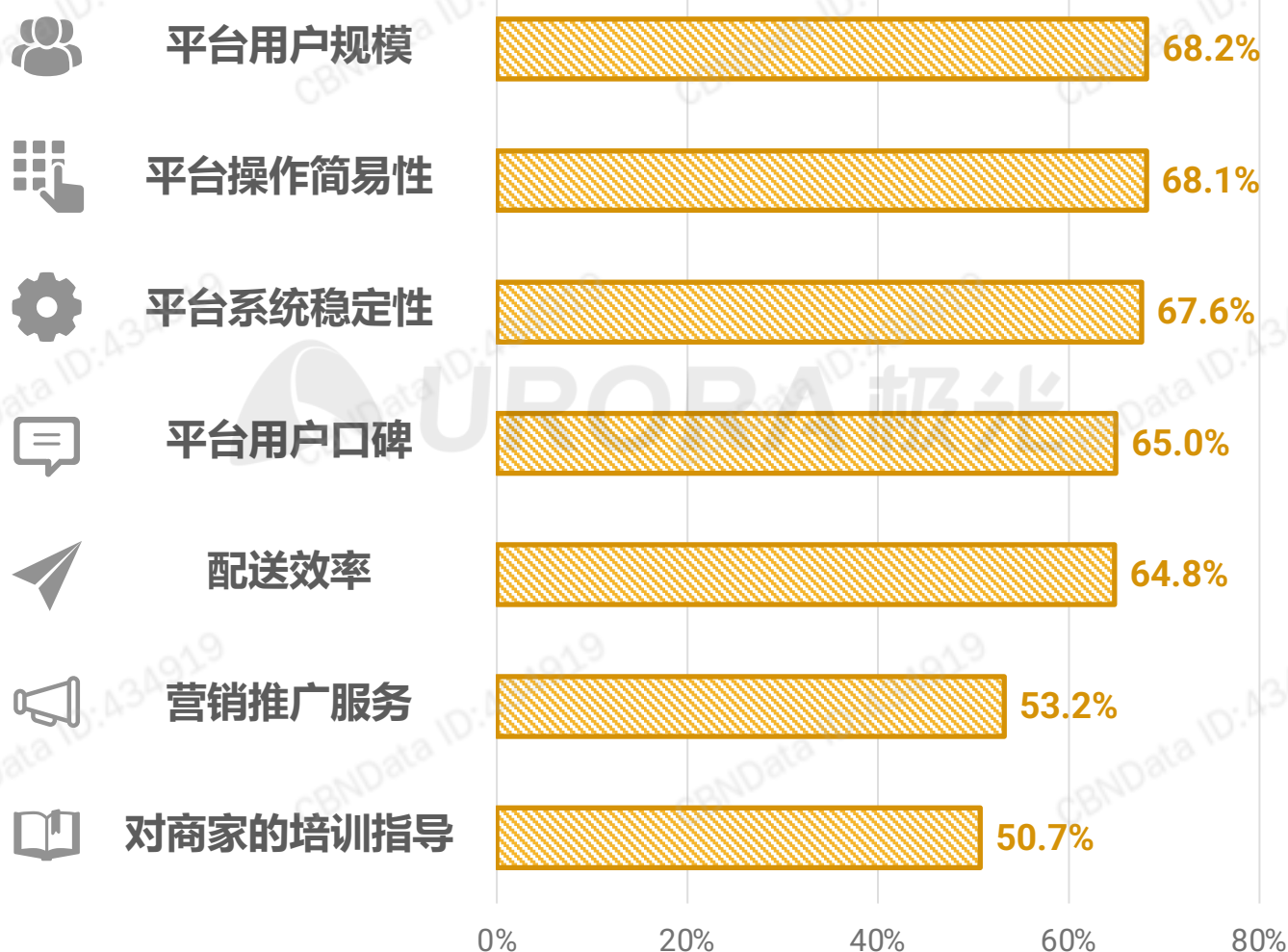
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

价值重要性得分：(Σ 频数×排序位置权值) / 本题填写人次

餐饮商户对外卖平台的用户流量与系统运维评价最高

- 在餐饮商户对外卖平台各方面的满意度评价中，表现最好的是平台的用户规模，有68.2%的商户表示满意平台的用户规模与流量；其次有68.1%的商户对平台的简易方便的操作表示满意；平台的系统稳定性和平台用户口碑分别在商户满意度排名中位列第三和第四

餐饮商户对外卖平台各方面的满意度



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

费用、竞争以及订单稳定性是商户在经营中最关心的三个问题

- 极光调研显示餐饮商户在经营线上外卖业务时，最关注的前三个问题是外卖平台费用、同类商户间的竞争以及外卖订单的稳定性；其次，外卖配送的稳定性、投诉问题的处理等也是商户们在经营中比较关心的问题

餐饮商户线上外卖业务经营的问题关注度得分情况



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12
关注度得分：选择该选项的商户比例*5

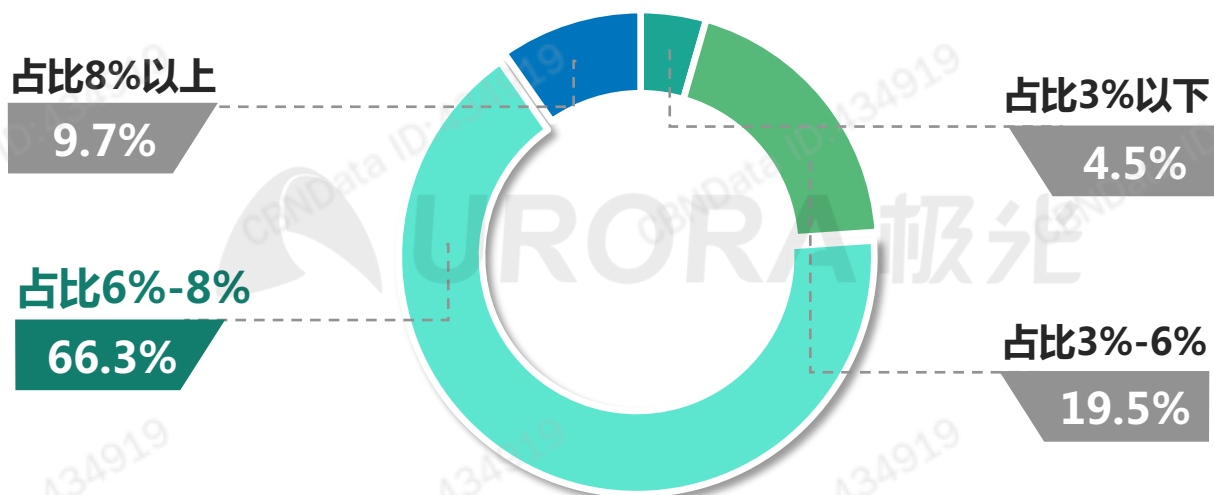
餐饮商户迎外卖费率新模式，超九成商户缴纳的佣金低于8%

- 今年5月，外卖平台推行了新的费率模式，商家需要向平台支付费用主要包括技术服务费和履约服务费，其中技术服务费为商户交纳给平台的“佣金”，而履约服务费则可理解为配送服务费，只有商户在选择平台配送方式时才会产生这部分的费用
- 平台实行费率改革后，在已更换新费率的餐饮外卖商户中，90.3%的商户表示向平台缴纳的佣金低于8%，其中66.3%的商户佣金交纳比例在6%-8%区间中

外卖平台新旧费率收取模式对比



更换新费率后餐饮商户交纳的外卖佣金

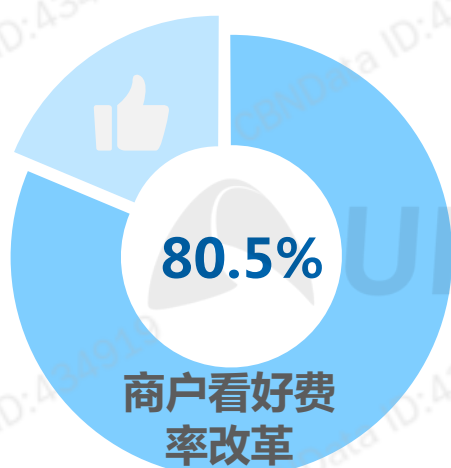


数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

八成商户认为费率改革有利于自身及行业的经营活动

- 80.5%的外卖商户认同费率改革能给商户、骑手、行业带来正面作用，超半数的商户表示从费率透明化中能够切实感知到对于权益保障的好处；47.0%的商户表示改革后的费率制度同样有利于骑手的发展
- 费率透明化改革后，线上外卖收费更加标准化与清晰化，34.2%的餐饮商户表示在今后餐厅的经营规划上，会增加在外卖业务方面的投入比重，深耕餐饮外卖赛道

餐饮商户对费率改革的认知



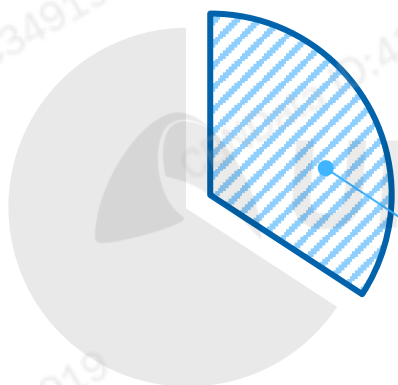
有50.7%餐饮商户认为

“费率改革带来的费率透明化能够保障商家的**知情权**和**选择权**”

有47.0%餐饮商户认为

“新费率制度对**骑手**来说也是一件好事”

费率改革后餐饮商户的外卖经营行为变化



餐饮商户表示会**加大对外卖业务的投入**

数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

餐饮商户积极响应外卖行业首个出台国标

- 今年2月23日，国家市场监督管理总局批准《外卖餐品信息描述规范》《绿色餐饮经营与管理》两项国家标准，并从6月1日起开始实施，随着相关团体标准和国家标准的出台，餐饮外卖行业正朝着标准化、规范化和健康化的趋势发展
- 88.1%的餐饮商户已经主动践行了外卖行业国标中规定以及倡导的行为，其中59.1%的商户在外卖的外包装上已经选择了更绿色环保的外卖外包装材料

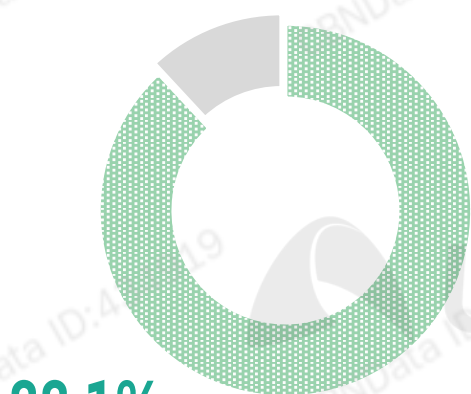
餐品信息是指餐品的相关的基本特征、属性的总称。外卖餐品描述的内容包括但不限于**名称、品类、主要原料、口味、份量、图片、制作方法、口感**等

——《外卖餐品信息描述规范》

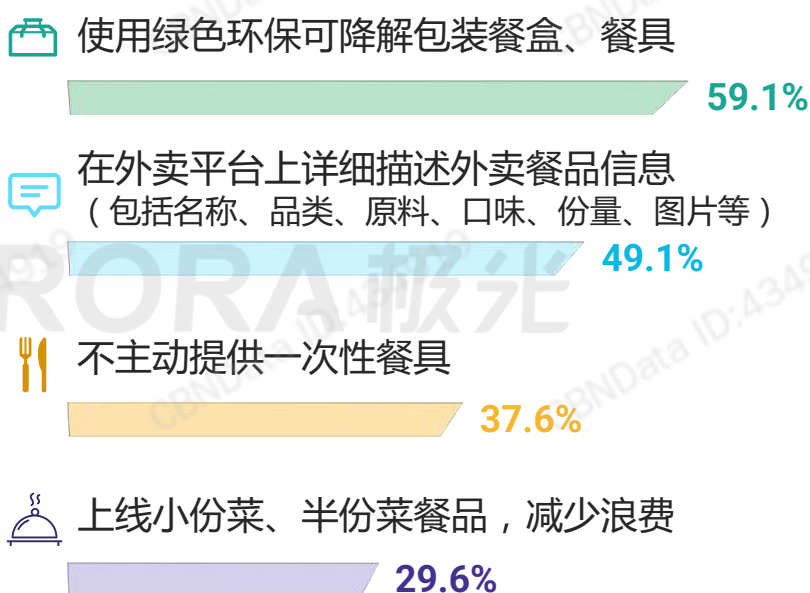
餐饮企业和餐饮街区将**节约、环保、放心、健康**的经营理念贯穿于采购、仓储、加工、服务等多个环节，提供健康饮食及相关服务的经营活动

——《绿色餐饮经营与管理》

餐饮商户国标践行情况



餐饮商户已经主动践行国标提倡的绿色环保等行为



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2021.11-2021.12

PART 03

餐饮外卖商户案例

案例：平台流量红利依然是商家外卖经营的核心

PROFILE



小刘 28岁

经营店铺：自烘焙咖啡店

开业时间：2020年4月

外卖业务开始时间：2021年1月

Q：当初为什么决定做外卖呢？

小刘：一开始其实没想要做外卖，但我们到店消费的翻台率很低，担心做不下去要倒闭了，租金、装修、所有的原材料和机器都投了至少有六七十万，看到每天的订单一直上不去的时候真的很迷茫，作为一个辞职开店的人来说，压力很大，每晚都睡不着，所以就想着要试着做外卖来扩大辐射能力了，想要多点人来买咖啡啊，虽然不知道效果如何，但也只能试试了

Q：做外卖的时候有遇到什么困难吗？

小刘：成本问题吧，上了平台之后量的确上来了，平均每天多了十几二十单是有的，但想要吸引更多人下单，就要做好营销，需要很好地平衡投入成本和获得收益之间的关系，外卖肯定是会坚持做的，毕竟也是指着它回本的，但怎么做好它，确实是我现在和以后都要仔细研究的问题

“ 外卖现在就像支撑我创业梦想走下去的那块面包 ”



资料来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；调研周期：2021.11

案例：新费率制度下，商家更能把握经营动向

PROFILE



徐姐 37岁

经营店铺：客家饭馆

开业时间：2018年3月

外卖业务开始时间：2018年4月



1 「费率改革之前，我们商家看到的佣金都是打包起来，直接一个数告诉我们这单要抽去多少给平台的，到底为什么这单收这么少，那单收这么多，我们心里也没个数」

2 「费率改革后，且不说成本有没有少，但至少每一笔费用都清清楚楚，给了多少给平台、给了多少给骑手都一目了然」

- 徐姐举例说，以店里单价28元的单人套餐为例，在距离相似的订单上，费率改革前后的费用大约相差了0.24元，**减少了大概4.1%的费用支出**

- 谈到对未来的展望，徐姐表示之后肯定会坚持继续做外卖生意：“**现在制度和平台都有标准实行了，规章制度都越来越清晰，至少能让心里也越来越有底**”

	旧费率	新费率
技术服务费 (平台佣金)	未知	1.82元
履约服务费 (配送服务)	未知	3.79元
总费用	5.85元	5.61元

-0.24元

资料来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；调研周期：2021.11

案例：借助平台营销活动，商家打通流量渠道

PROFILE



潘先生 43岁

经营店铺：湖南米粉店
开业时间：2017年6月
外卖业务开始时间：2020年5月



「别人都在平台上玩出花来了，你不玩，怎么“打”得过别人。想不落还是得要花精力钻研做好营销」



「价格不够别人便宜、营销也没别人做得多，人家怎么看得到自己的店，东西做得再好吃也没用」



经营难点

- **订单增长力疲乏**：“平台带来的订单多了些，但后来很长一段时期都没有起色”
- **营销能力不足**：“一来我自己本行是厨师，其他的都不太懂，请来的人也不懂；二来平时照顾店里生意已经都很忙了，没有空闲研究要怎么弄那些活动”

营销效果

- **转化效果**：“都是地推经理介绍，有一些红包活动、营销活动什么的，对比营销前，现在每天的订单量增加了约20单”
- **持续意愿**：“肯定继续做（营销）的，你要不做，马上就被甩开了”

资料来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；调研周期：2021.11

案例：数字化措施降低商家外卖业务准入门槛

PROFILE



郭先生 36岁

经营店铺：中式木桶饭店

开业时间：2021年3月

外卖业务开始时间：2021年3月

关于开店：



「我是第一次开店做老板，店里主要的生意都是来自外卖，很多东西都靠自己摸索来做，担心弄不好。后来问了同行朋友，也上网找了一些资料，发现现在一整套的开店经营流程已经很成熟了，所以就毅然决然把店开起来了」

关于平台：



- **硬件支持**：现在做外卖比以前简单很多，店里的**出单、跟单、收银**的这些设备都是**平台配套**的，也有人上门来教怎么用，很**方便**
- **知识支撑**：有空的时候会到平台上专门的餐饮学院网上课程去看看，上面甚至连怎么拍好照片都有教的

关于未来：



- 听说过一些平台上线了**外卖代运营的服务**，类似于有专人给商家做外卖的运营和管理，之后也会根据自己经营情况和收费再考虑会不会使用
- 未来也没有很担心能不能做好外卖、做好餐饮，现在网上资源这么多，一步一步慢慢来、慢慢学就好了

资料来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；调研周期：2021.11

PART 04

餐饮外卖行业前景

数字技术成核心基建，驱动餐饮外卖产业生态持续扩张

- 随着互联网平台对餐饮外卖行业的持续渗透，并加快对下沉城市的覆盖进度，大数据等数字技术使餐饮外卖产业从供给侧到消费侧的上下游信息被彻底打通，实现整合优化；而随着产业上下游的整合，越来越多的服务模式加入到餐饮外卖产业中，实现餐饮外卖产业的生态边界持续扩大、行业生态产业链日益庞大

科技赋能、大数据、云计算、5G等信息技术逐步从一、二线城市发展到低线城市，实现餐饮外卖行业数字科技体验的普及化



餐饮外卖行业服务生态延伸



资料来源：公开资料整理

线上餐饮外卖利益各方监管体系趋完善，政策引导行业健康发展

- 衣食住行作为民生头等大事，针对餐饮外卖行业，未来在政策上会加强对互联网服务平台的监管，构建多元协同监管机制，严守食品安全红线，同时切实保障消费者、骑手、商家的合法权益，维护新兴业态线上外卖环境的健康与和谐

责任落实

- 积极推进外卖餐饮企业**分等定级**，加快完善餐饮外卖标准统计工作
- 加强市场监管，规范餐饮外卖行业**市场标准**
- 明确行业**主体责任**，规范自身经营行为，与同行之间做到互相监督



- 规范线上外卖平台餐饮**信息公开制度**
- 强化平台管理职能与责任，提高商家食品安全准入门槛
- 打通消费者对线上餐饮的**监督举报渠道**，强化消费侧对行业的监督作用

权益保障

商户端

- 继续推进**外卖平台竞争条例**的完善与改进，降低外卖商户平台准入难度，拓宽商户外卖流量渠道，打造健康和諧的**平台-商户协同生态**

骑手端

- 规范外卖配送行业**交通安全规范管理制度**，形成有效管理机制，纳入安全生产管理内容
- 落实配送骑手**安全培训制度**
- 完善骑手**保险制度**，制定配送车辆相关保险制度

资料来源：极光研究院研究

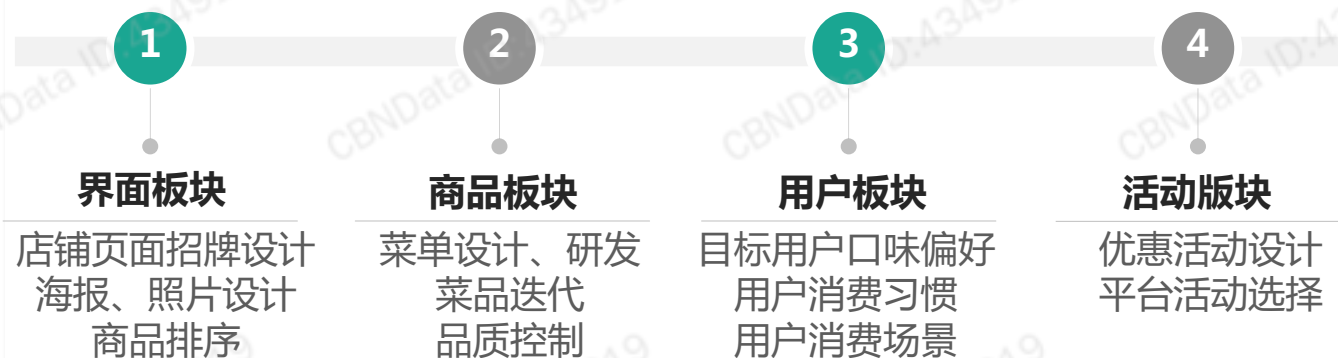
加快经营流程数字化从前端到后端的覆盖，注重外卖业务的精细运营

- 作为餐饮电商化的先行者，餐饮外卖商家应充分利用外卖平台的数字化资源，加快加深经营流程的数字化渗透，从依靠外部消费者流量转变成成为依靠数字化实现内生增长，从适应需求到创新供给拉动需求，将数字化重心从吸引顾客转变为做强自身，在整体流程上实现从模块数字化到全链路数字化的转型
- 在运营服务上，可从店铺界面、菜单产品、用户管理、活动策划四个模块切入，进行精细化运营程度的改善，提升外卖用户的消费体验

经营流程数字化



外卖运营精细化



资料来源：公开资料整理

积极践行社会责任，构建行业健康生态圈

- 对于外卖平台方，在运营上应技术制度“两手抓”，除了外卖费率透明化措施外，还可通过加快促进商家数字化渗透、推进智慧监管、关爱骑手发展，完善骑手权益保障制度等社会责任实践措施，实现消费者、骑手、商家、平台“四赢”局面，打造健康可持续的餐饮外卖行业生态圈



推进数字化建设，加快技术在实际应用层面的渗透

经营端

- 如推出**外卖管家计划**，帮助商户借助平台数字化渠道优化外卖运营、餐饮市场营销

配送端

- 通过**无人配送技术**与骑手形成协同、补充运力，搭建智能配送终端服务网络



落实智慧监管措施，守牢食品安全底线

多管齐下的食安管理模式

阳光厨房

透明餐厅

食安封签

食安保险



- 守卫外卖消费者“**最后一公里**”的食品安全防线
- 助力政府打造食品安全优质环境



优化骑手劳动保障与福利制度，营造健康劳动环境

劳动保障

- 试点推广**智能耳机、智能头盔**等装备，帮助骑手更安全地骑行
- 增加**交通安全培训**频次
- 加大研发投入，推动**配送路线**高效合规

职业发展

- 美团**新起点计划**面向52个贫困县提供5万个**骑手岗位**
- 饿了么推广**网约配送员职业培训**，掌握多样化服务技能

骑手关怀

- 美团**袋鼠宝贝公益计划**、饿了么**关爱互助计划**等为骑手及其家人提供**重大疾病互助金帮助**

资料来源：公开资料整理

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, 共回收有效答卷1083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: 2012年1月-2021年12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，是中国领先的移动开发者服务提供商，专注于为开发者提供稳定高效的消息推送、一键认证以及流量变现等服务，助力开发者的运营、增长与变现。同时，极光的行业应用已经拓展至市场洞察、金融风控与商业地理服务，助力各行各业优化决策、提升效率。



数据需求请联系
data@jiguang.cn



For developers , by developers