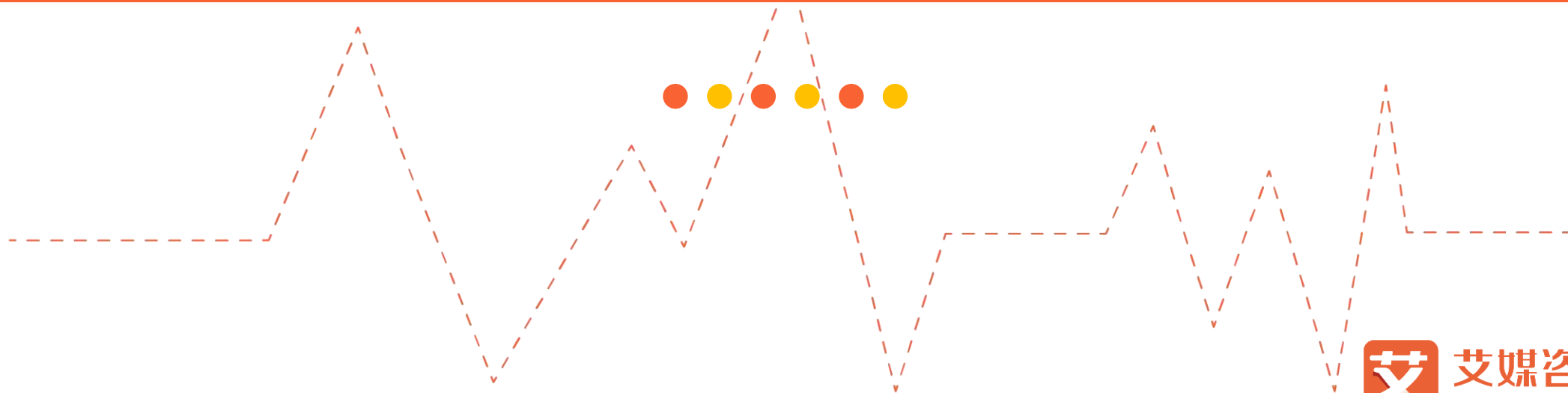


# 2018

## 饿了么超级会员专题研究报告

2018 Eleme Super Member Thematic Research Report



本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



# 目录

1

饿了么超级会员概述

2

饿了么超级会员用户画像

3

饿了么超级会员用户调研——88VIP会员专题

4

2018中国在线外卖平台用户调研

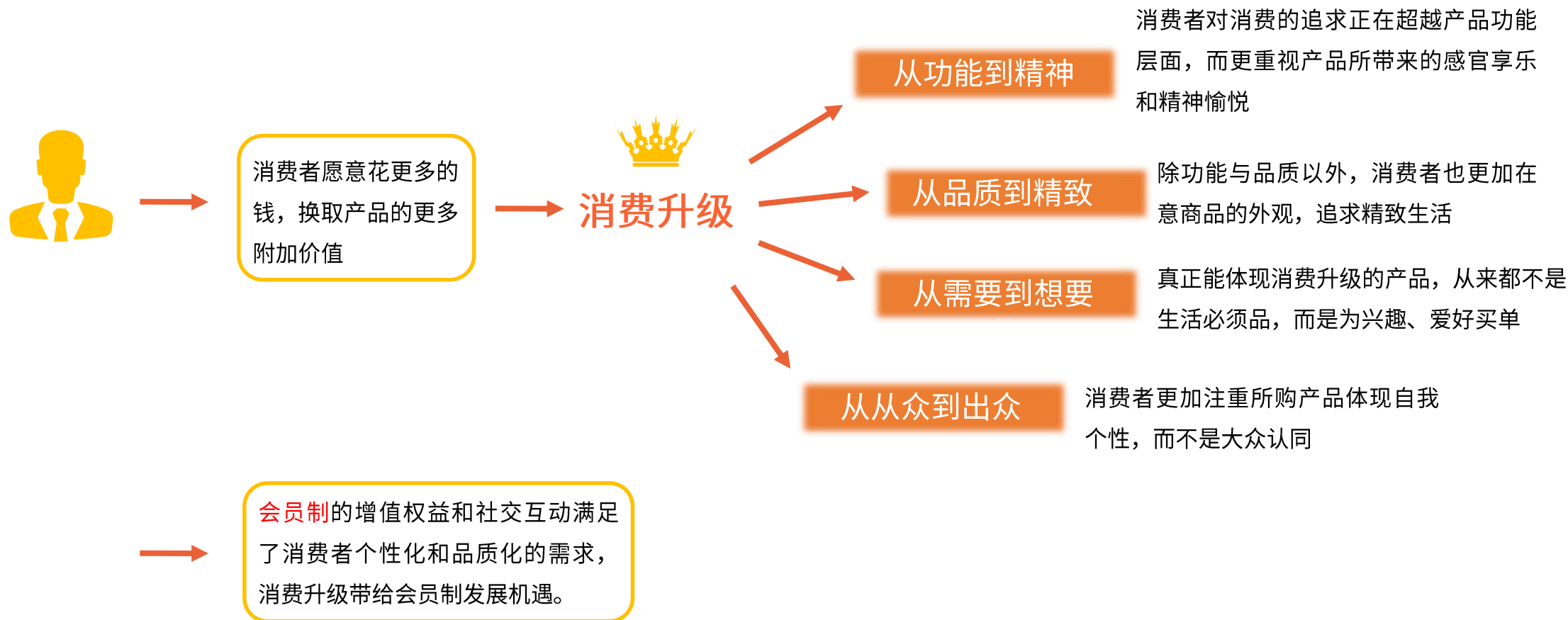
5

在线餐饮外卖平台会员制度发展趋势

01

## 饿了么超级会员概述

# 中国消费环境分析-消费升级



艾媒咨询分析师认为，近年来“消费升级”趋势成为全行业关注的焦点，在互联网行业表现尤其突出，大批创业公司和投资人在寻找这一波趋势下的市场机会。手机支付、网络外卖、网络海淘、手机叫车、网上旅行预订市场在近两年增速较快，成为消费升级的典型领域。总体上，互联网对消费升级的刺激才刚进入繁荣阶段，未来可升级和待探索的领域依旧广阔。

# 会员制度体系发展

2011年5月，爱奇艺VIP会员上线，为用户提供多样化的套餐选择，打造不同的会员体验

2015年京东推出PLUS会员，成为首家推行付费会员制的电商平台，用户付费会员意识逐渐加强

2017年，网易考拉海购推出付费制会员黑卡会员

2017年5月，饿了么会员正式改名为饿了么超级会员，涵盖更多的会员权益，满足更多消费者需求

2012年11月，腾讯视频2.5.0版本更新，重磅推出好莱坞会员专区，好莱坞会员（腾讯视频会员）尊享海量大片免费看，腾讯会员规模不断增加

2017年，贝贝网推出付费会员卡

2017年，美团外卖可开通会员实现部分城市减免配送费



艾媒咨询分析师认为，中国消费者正在经历新一轮的消费升级，对品质和服务提出了更高的要求。而付费会员计划为会员设置了价格折扣、专属商品、及时响应的客服、便捷退换货等各种类型的权益，使消费者可以获得更优惠的价格、高品质的商品和优先级的专属服务，满足了新时代消费者的新需求。在整体会员制发展良好的情况下，外卖会员制凭借外卖行业自身良好的发展势头也将拥有巨大的发展潜力。

# 2018年中国在线外卖会员规模突破8000万人

2018中国在线外卖会员规模



8000万+

- 2018中国在线外卖会员规模超过8000万人
- 随着会员消费观念的普及，未来在线外卖会员业务覆盖更多的消费者群体，进一步扩大规模

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员上线

2017年5月，饿了么会员正式改名为饿了么超级会员。推出饿了么超级会员服务后，饿了么超级会员受到用户青睐，会员规模发展迅速。

市场竞争局势变化



饿了么竞争策略变化



分析师观点

艾媒咨询分析师认为，饿了么融入阿里生态后，转变过去所依赖的烧钱换增长的补贴策略，实施了新零售战略，同时饿了么通过与阿里系产品打通会员体系，形成强联动效应，实现了流量、会员数据的互通，吸引和留住了更多高价值用户。



# 饿了么超级会员权益：低门槛、多优惠

## 权益介绍



饿了么  
超级会员



**20元无门槛红包**，分4张5元，每周生效1张，会员期内分时段使用

**奖励金**，下1单累计1元，累计5单可兑换1张5元无门槛红包或者高额商家券红包

**任务活动**，活动期间按活动规则下单可获得双倍奖金，可实现快速积累兑换

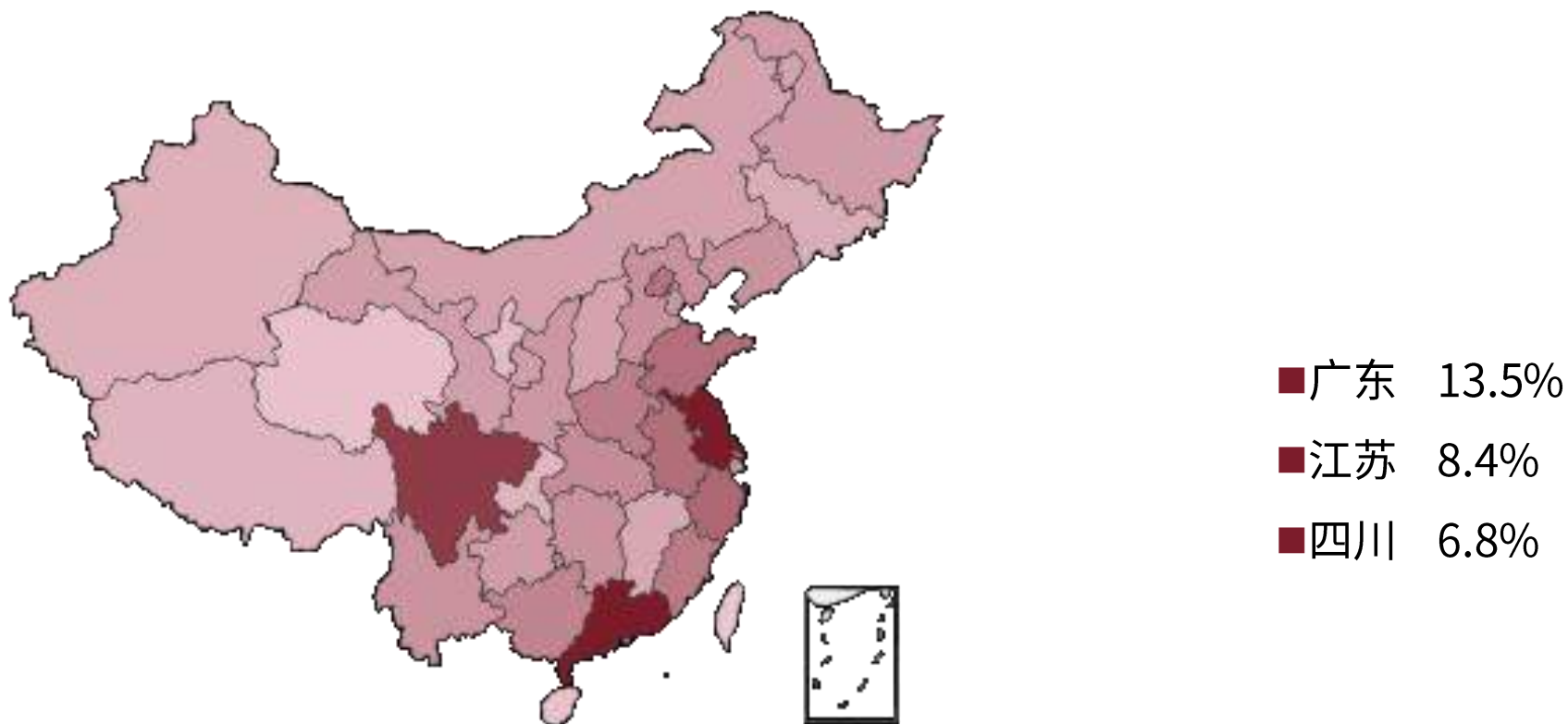
**折扣商品**，商家的打折商品会与会员卡挂钩，部分会员价仅超级会员可享



注：该饿了么超级会员权益为截止至2018年11月的最新权益

# 饿了么超级会员网络传播热度广东最高

饿了么超级会员网络传播热度地域分布



网络热度地域分布：全网网络传播热度地理分布图谱

舆情监测时间区间：2018年10月23日—11月22日

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

# 服务体验佳，饿了么超级会员网络舆论偏正向

## 饿了么超级会员言值



- 饿了么超级会员言值达56.8，言论偏正向
- 餐饮配送是网民高频消费的服务，饿了么超级会员通过各项优惠措施吸引用户，为用户带来较好的消费体验，网络评论偏正面

言值：客观实时反映网友对事件、人物、品牌的评论态度，数值范围0~100；50以上时正向言论越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45

舆情监测时间区间：2018年10月23日——11月22日

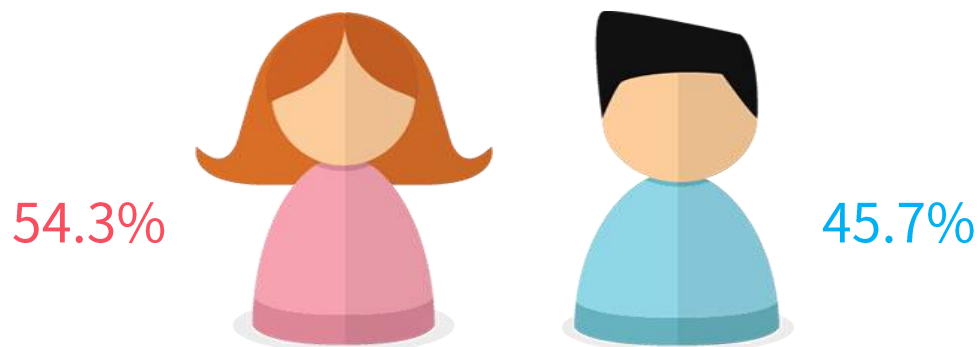
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

02

## 饿了么超级会员用户画像

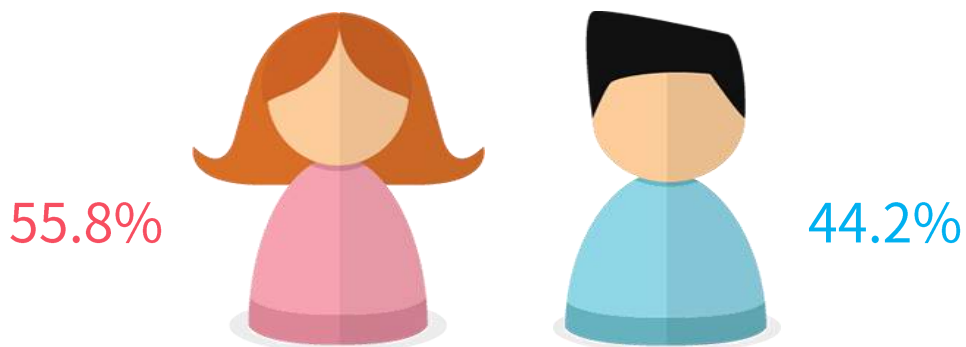
# 饿了么超级会员女性用户成主力

2018饿了么超级会员用户性别分布



- 饿了么超级会员及普通用户性别分布较为相似
- 女性是饿了么超级会员的**主要用户群体**，占比达到**54.3%**

2018饿了么普通用户性别分布

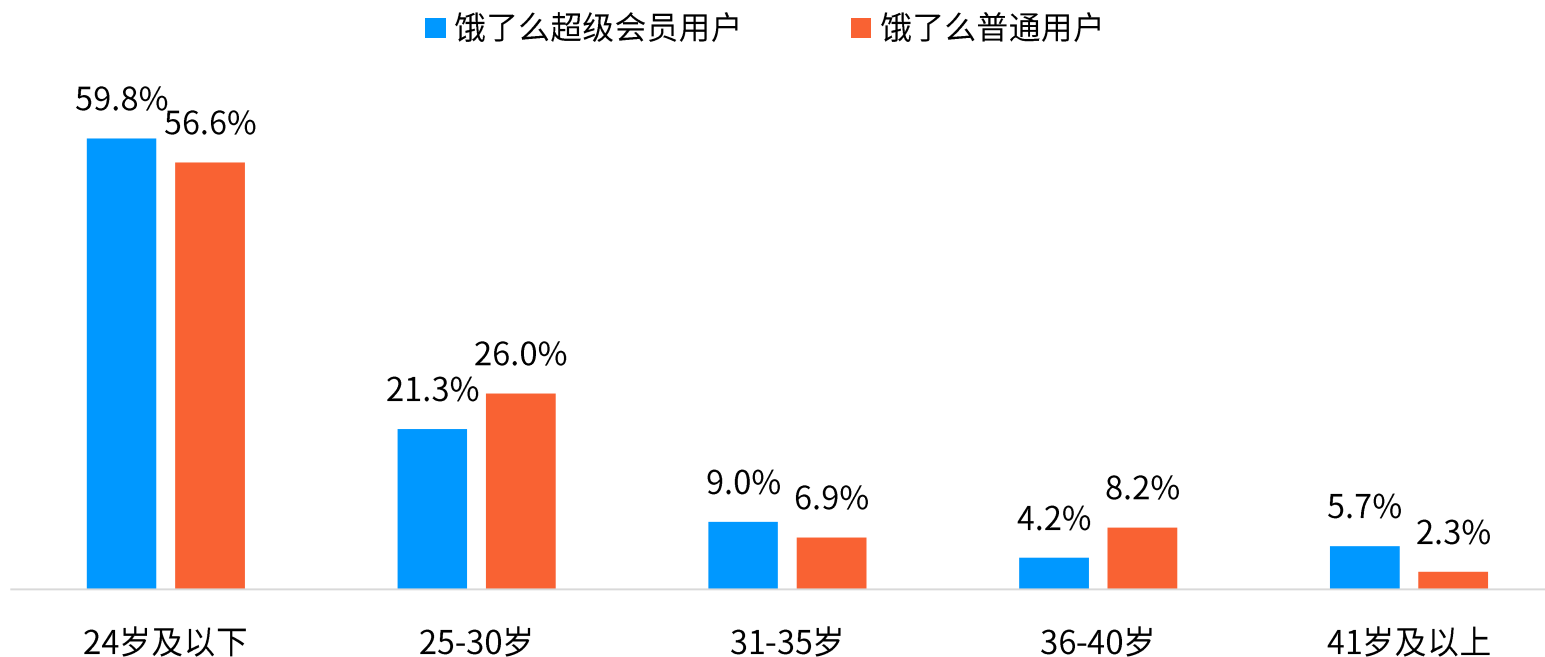


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员更吸引24岁以下用户群体

- 年轻人群成饿了么超级会员消费主力
- 24岁以下饿了么超级会员用户占比达59.8%

## 2018饿了么超级会员和普通用户年龄分布



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

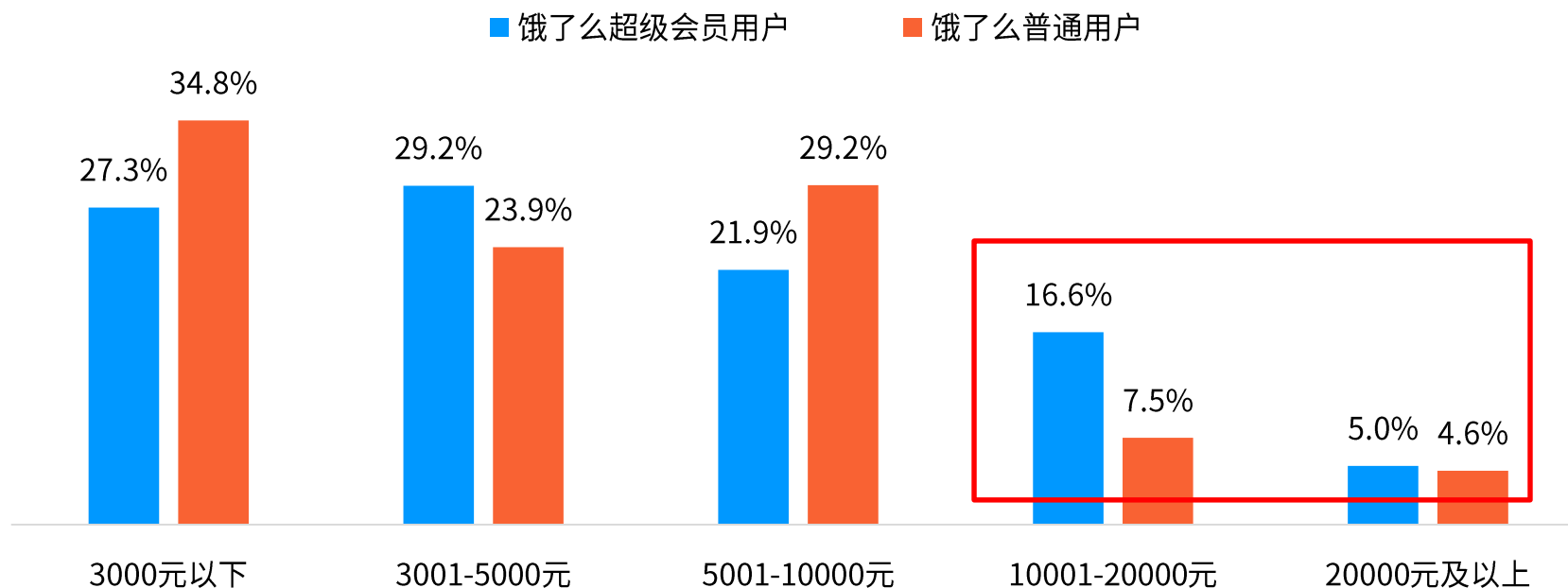
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员高收入用户占比高于普通会员

- 饿了么超级会员月收入10000元以上的用户占比达21.6%
- 饿了么超级会员服务吸引高收入人群，该部分用户往往具有较高消费能力，是平台重点开发对象

## 2018饿了么超级会员和普通用户月收入分布



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

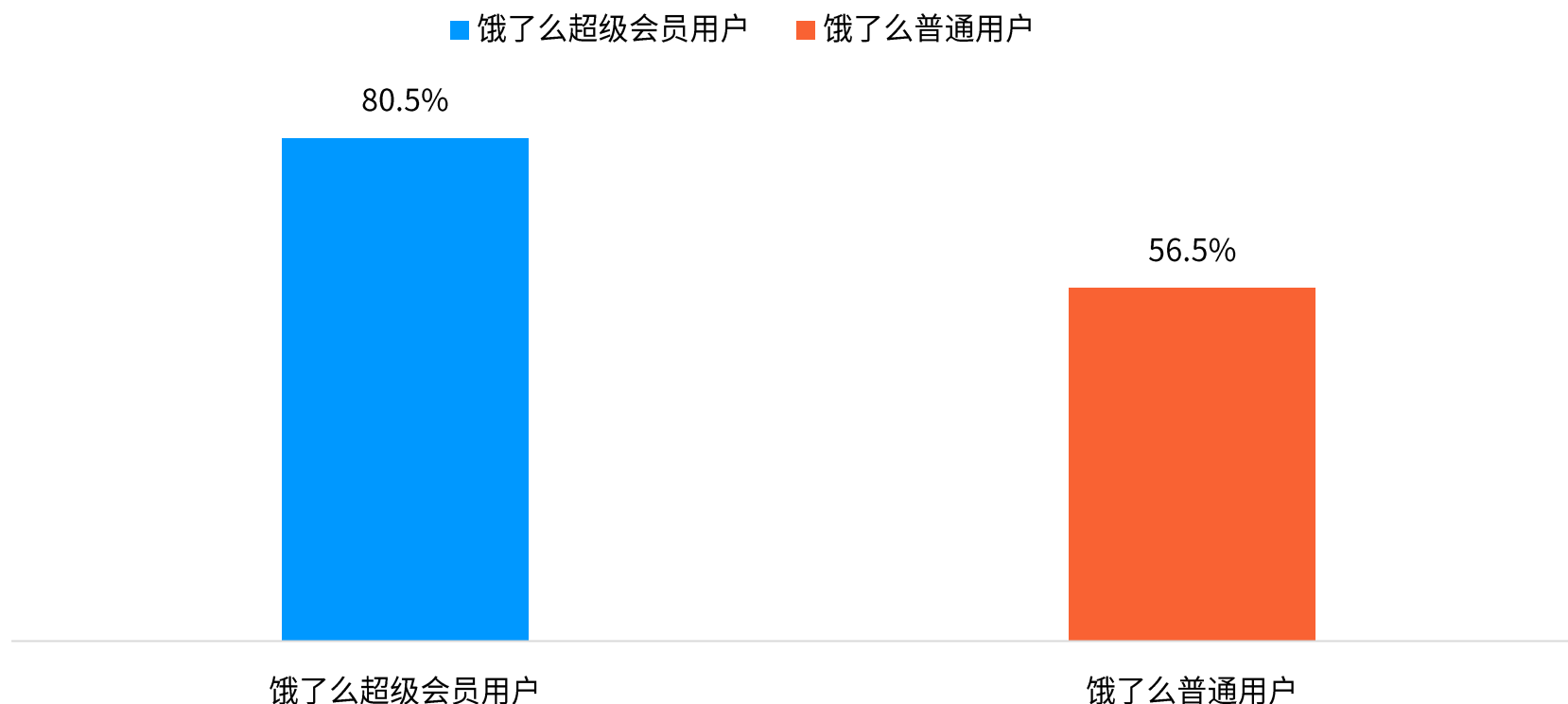
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员品质外卖付费意愿更高

- 八成饿了么超级会员用户愿为品类更丰富、卖相更好、包装更精美的外卖付更高价格
- 外卖品质成为饿了么超级会员用户的关注点，体现了部分外卖用户消费升级的需求

## 2018饿了么超级会员和普通用户品质外卖倾向情况调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

注：品质外卖指那些品类更丰富、卖相更好、包装更精美的外卖

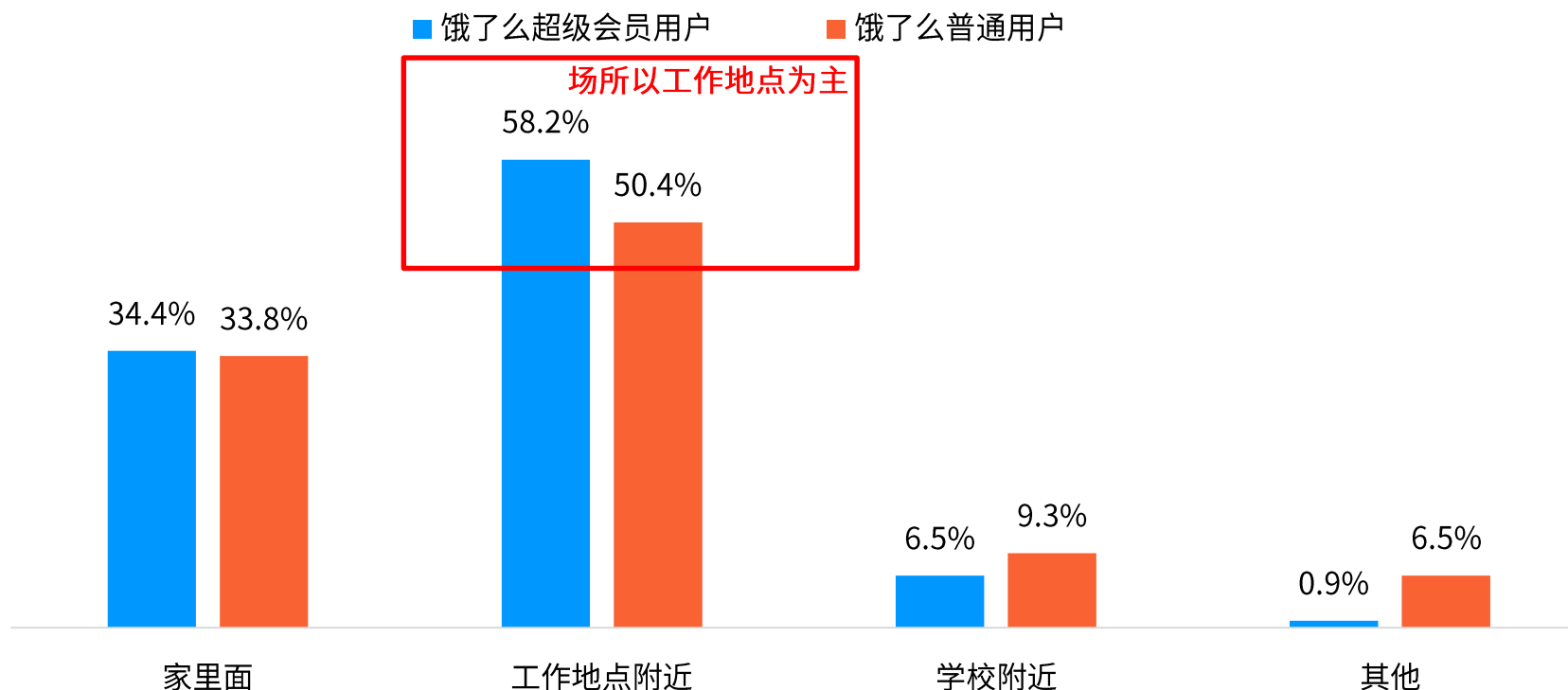
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



# 工作地点是饿了么超级会员订餐的高频场所

- 58.2%的饿了么超级会员用户和50.4%的普通用户在**工作地点**附近订餐，家和学校订餐频次依次降低
- **都市白领**是外卖消费的主力军

2018饿了么超级会员和普通用户点外卖场所分布情况调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员用户特点



## 饿了么超级会员用户特点

◆ 消费能力更强

◆ 品质外卖倾向性更强

◆ 消费地点多集中于工作地点附近

艾媒咨询分析师认为，饿了么超级会员为用户提供了更优的会员服务，满足了用户更多多样化的需求，有助于提高用户对饿了么品牌的忠诚度，为饿了么建设其会员生态体系创造了更多的发展机遇。

03

## 饿了么超级会员用户调研——88VIP会员专题

# 阿里88VIP会员：整合平台生态体系

阿里巴巴官方宣布，将  
“淘气值”作为阿里会员  
等级的统一衡量标准，对  
不同“淘气值”的会员提  
供个性化服务。

2017.6



2017.7

原淘宝/天猫会员被统一升级为“88会员”。“88会员”体系会根据用户12个月在淘宝、天猫、飞猪、淘票票等阿里旗下业务平台的“购买金额、购买频次、互动、信誉”等行为，综合计算出每个会员的“淘气值”。



2018.8



淘宝 APP 上线“88VIP”页面，  
阿里巴巴“88VIP卡”正式发售。  
普通会员售价888元/年，而淘  
气值满1000的超级会员，仅售  
88元/年。

# 阿里88VIP会员权益：跨平台、高区分

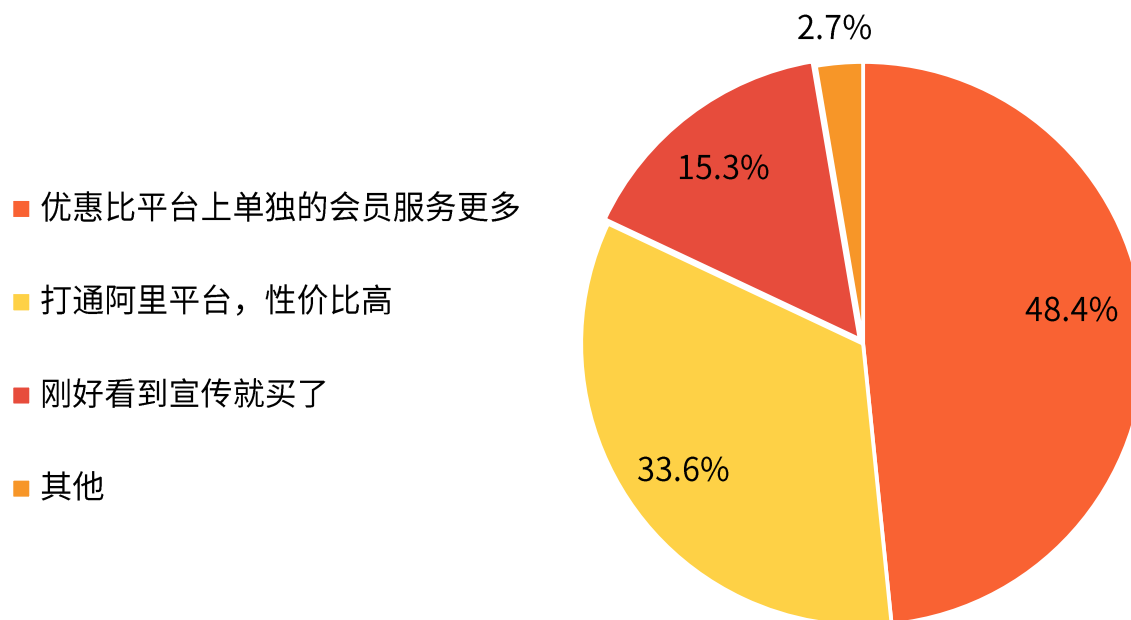
依托“淘气值”这一阿里客户养成体系，对用户价值重新度量，阿里打破了普惠性的福利发放策略，对会员的级别和权益做了明确区分。艾媒咨询分析师认为，88VIP会员体系有利于细分用户群体，为用户提供差异化产品和服务，增大高价值用户黏性，并引导低价值用户向高价值用户转化。跨平台生态则利于向阿里旗下其他平台引流，饿了么平台在优惠力度上增大。



# 优惠力度和跨平台是用户购买88VIP会员主因

- 分别有**48.4%**和**33.6%**的饿了么超级会员用户因为**更多优惠服务**和**跨平台权益**购买88VIP会员
- **优惠力度**仍是吸引用户购买88VIP会员的首要原因，平台应针对用户需求和消费心理推出更多会员优惠权益

2018饿了么超级会员用户购买88VIP会员原因调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

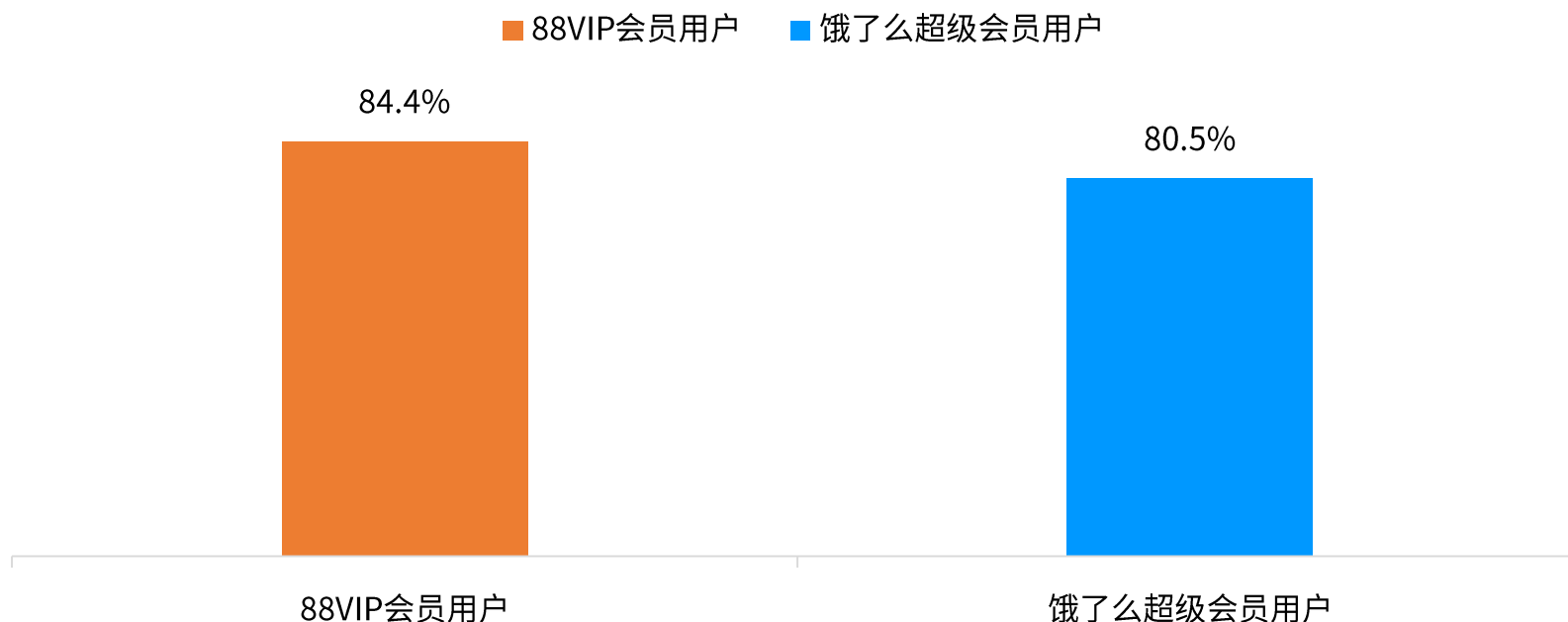
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 88VIP会员用户品质外卖付费意愿更高

- 相较于饿了么超级会员用户，**更高比例**的88VIP会员用户更愿为品质外卖买单
- 作为**高价值用户**，88VIP会员用户关注外卖品质。外卖平台可进一步细分用户群体，利用**平台生态优势**增加用户粘性

2018饿了么超级会员和88VIP会员用户品质外卖意愿情况调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

注：品质外卖指那些品类更丰富、卖相更好、包装更精美的外卖

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

04

## 2018中国在线外卖平台用户调研



# 饿了么超级会员、美团外卖会员价格权益对比

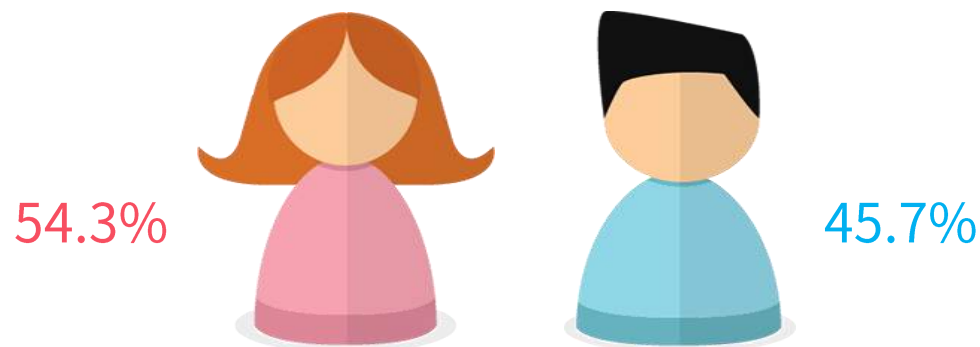


	价格对比	权益对比
饿了么超级会员	每个月10元（首次8折），送4个5元优惠券，不限额抵扣，之后每下单5次，可以再送一张5元优惠券	20元无门槛红包
		奖励金，可换取红包
		任务活动，做任务实现快速积累兑换
		享受折扣商品优惠
美团外卖会员	每个月39.9元，每月6张无门槛5元外卖红包	减免配送费，每日限2单，每单上限10元（仅限石家庄和厦门两个城市的部分用户）
		享受升级礼包、生日礼包
		享受客服优先接入、极速退款

相比于美团会员，饿了么超级会员的价格**更实惠**，会员权益**更全面**，为用户提供了更加实际的**优惠**，满足了更多用户的需求。

# 女性为在线外卖会员用户主要用户群体

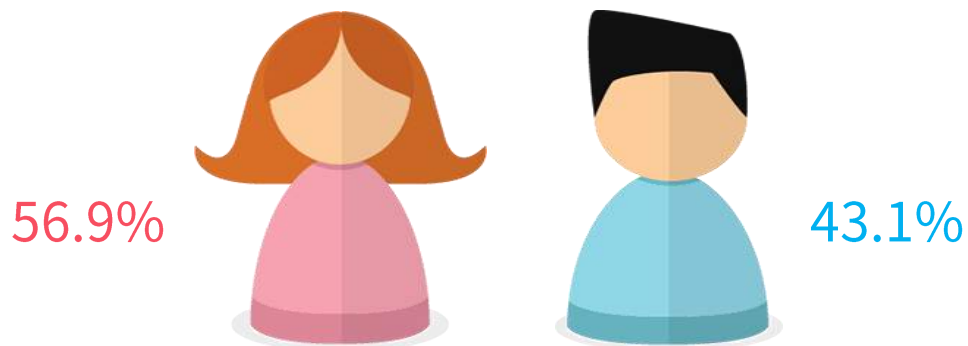
## 2018饿了么超级会员用户性别分布



· 饿了么超级会员用户**性别分布**和美团外卖会员用户**相似**，女性占比均超五成

· 饿了么超级会员女性占比**54.3%**

## 2018美团外卖会员用户性别分布

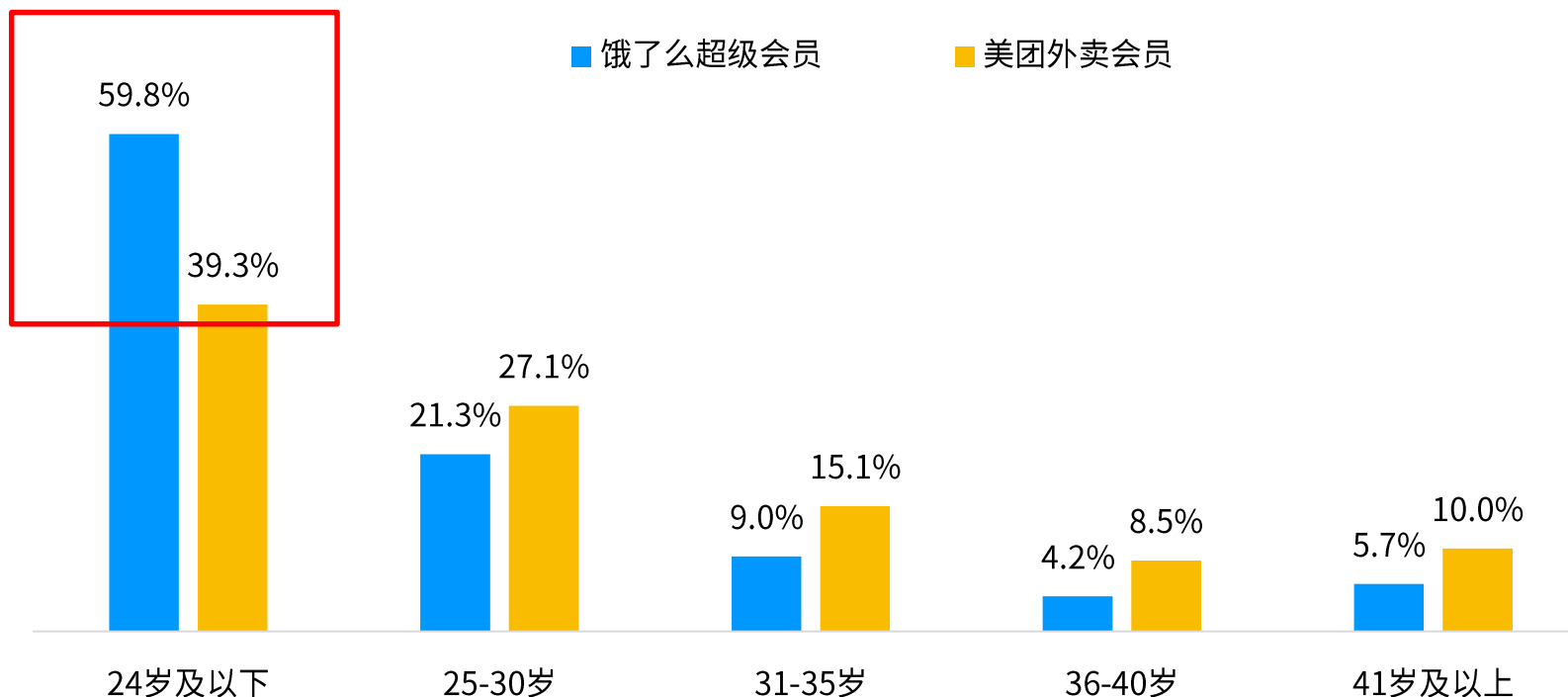


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员年轻化现象明显

- 饿了么超级会员用户以30岁以下的**年轻群体**为主，其中24岁及以下用户占比达**59.8%**，高于美团的占比
- 饿了么超级会员价格于美团外卖会员，进入**门槛低**，在年轻用户市场开展方面占有先机

## 2018在线外卖会员用户年龄分布



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

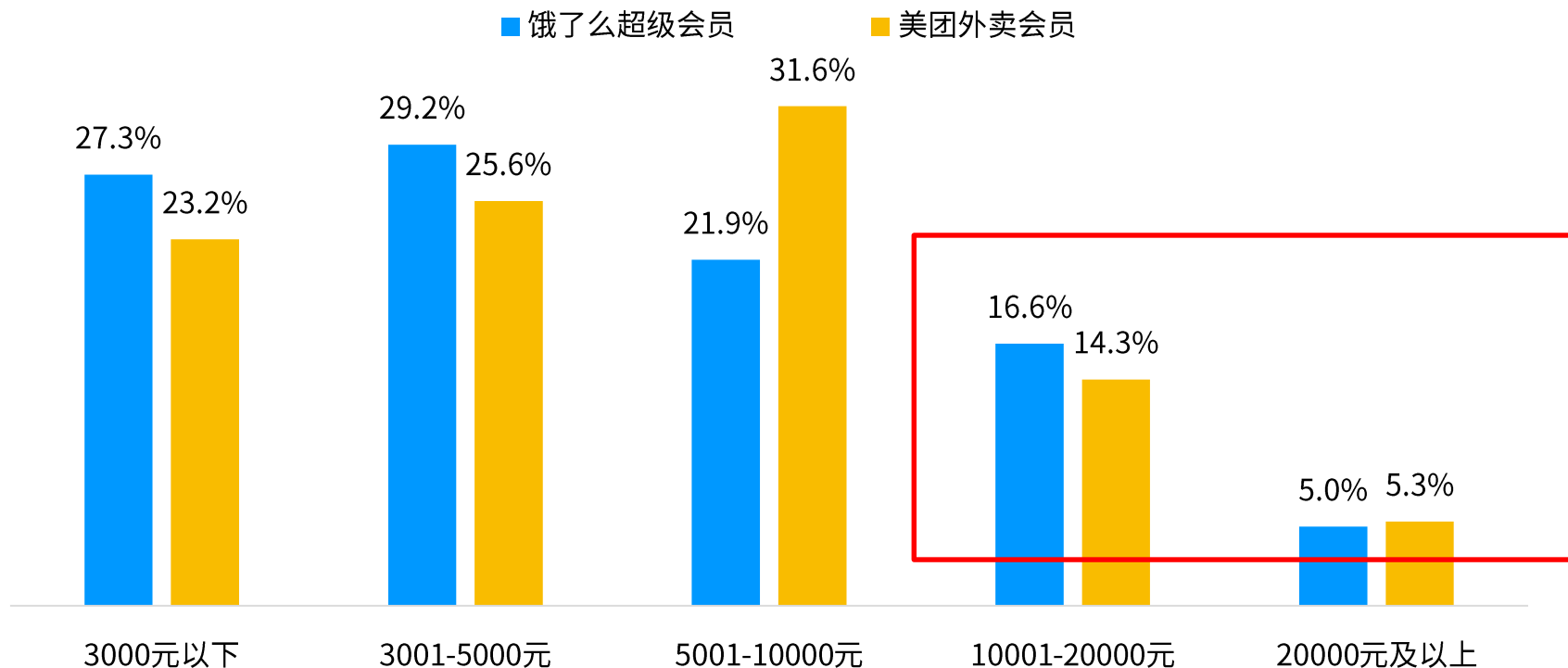
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员高收入用户占比更高

- 饿了么超级会员用户月收入10000元以上占比**20.6%**，美团外卖会员占比**19.6%**
- 饿了么超级会员的会员权益更贴近高收入人群需求，因此更吸引高收入用户

## 2018在线外卖会员用户月收入分布



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

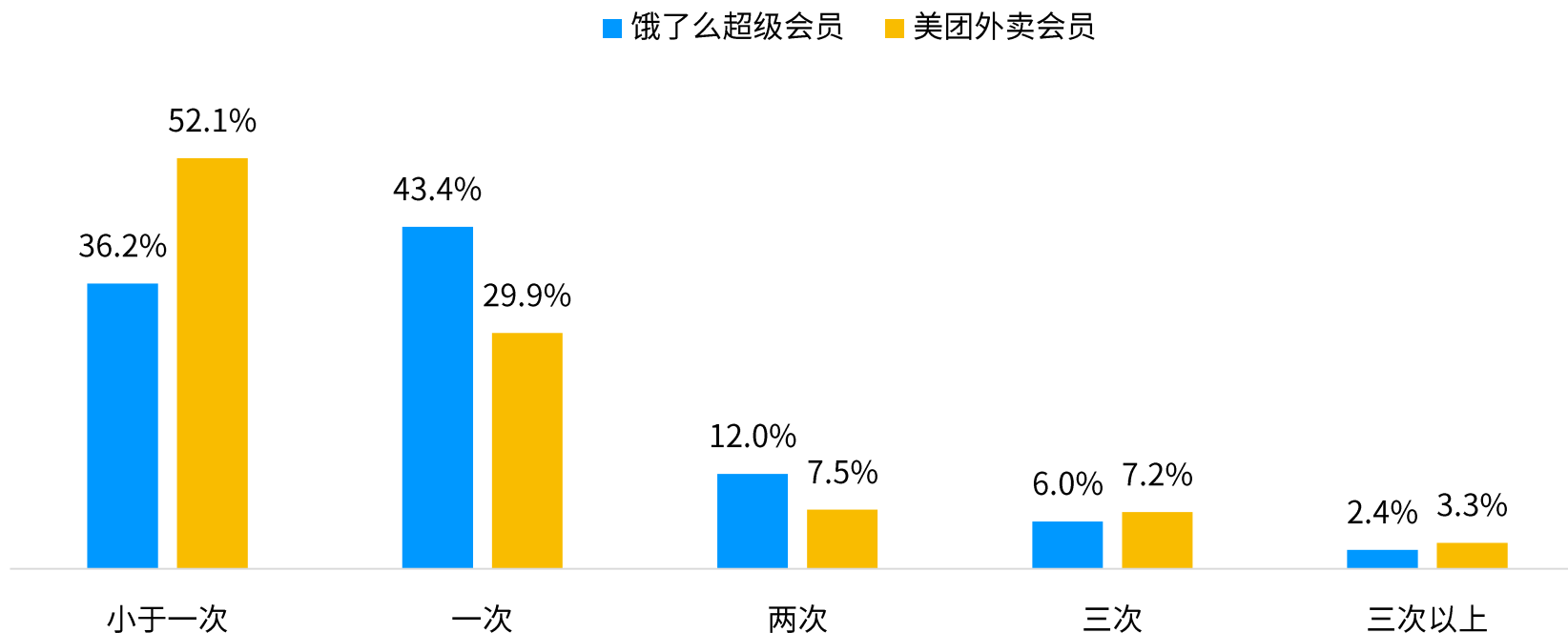
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么超级会员用户每日点外卖占比更高

- 63.8%的饿了么超级会员和47.9%的美团外卖会员每日点外卖次数至少点一次外卖
- 饿了么超级会员权益更吸引每日外卖消费需求较高的用户

2018在线外卖会员用户在线点外卖日频次分布情况调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

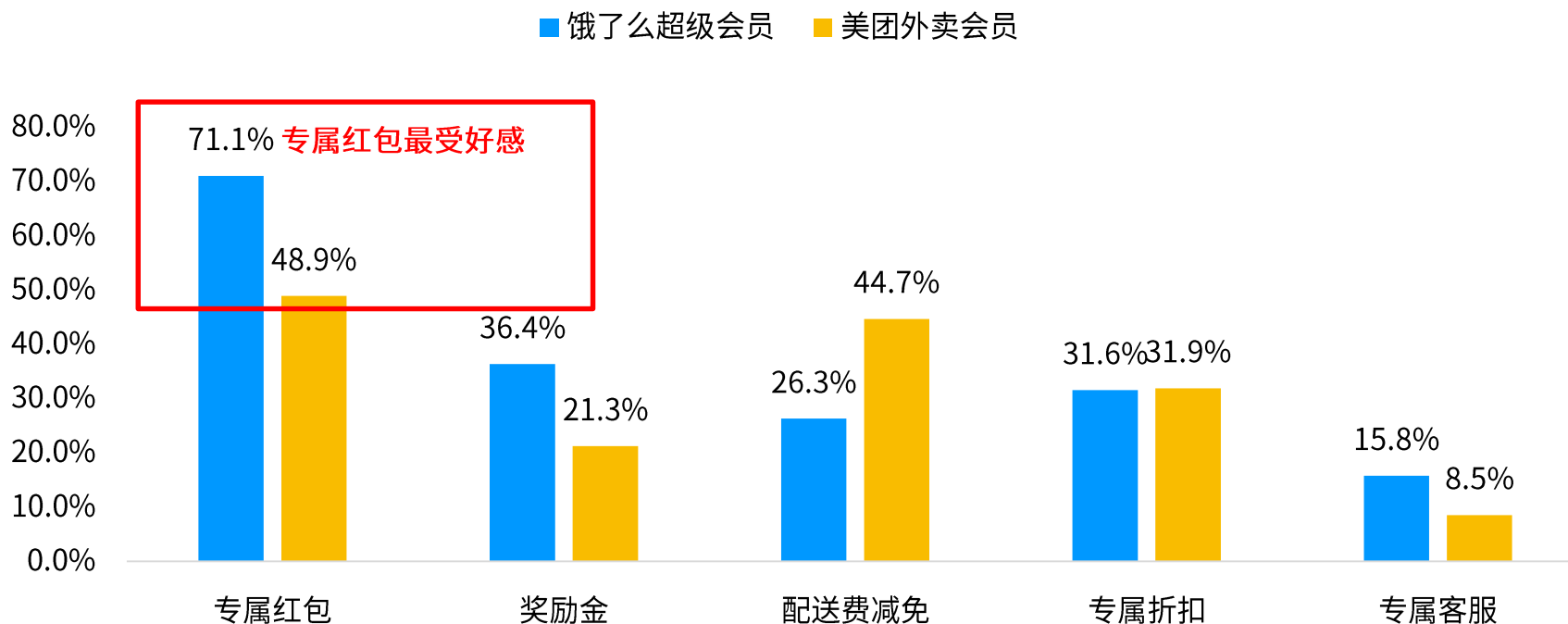
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 专属红包为饿了么超级会员最满意会员权限

- 饿了么超级会员和美团外卖会员都对专属红包权益最为满意，分别占比**71.1%**和**48.9%**
- 给用户带来**切实优惠**的会员权益更利于提升用户服务体验，提高平台用户留存率。

2018在线外卖会员用户满意的会员权益分布情况



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

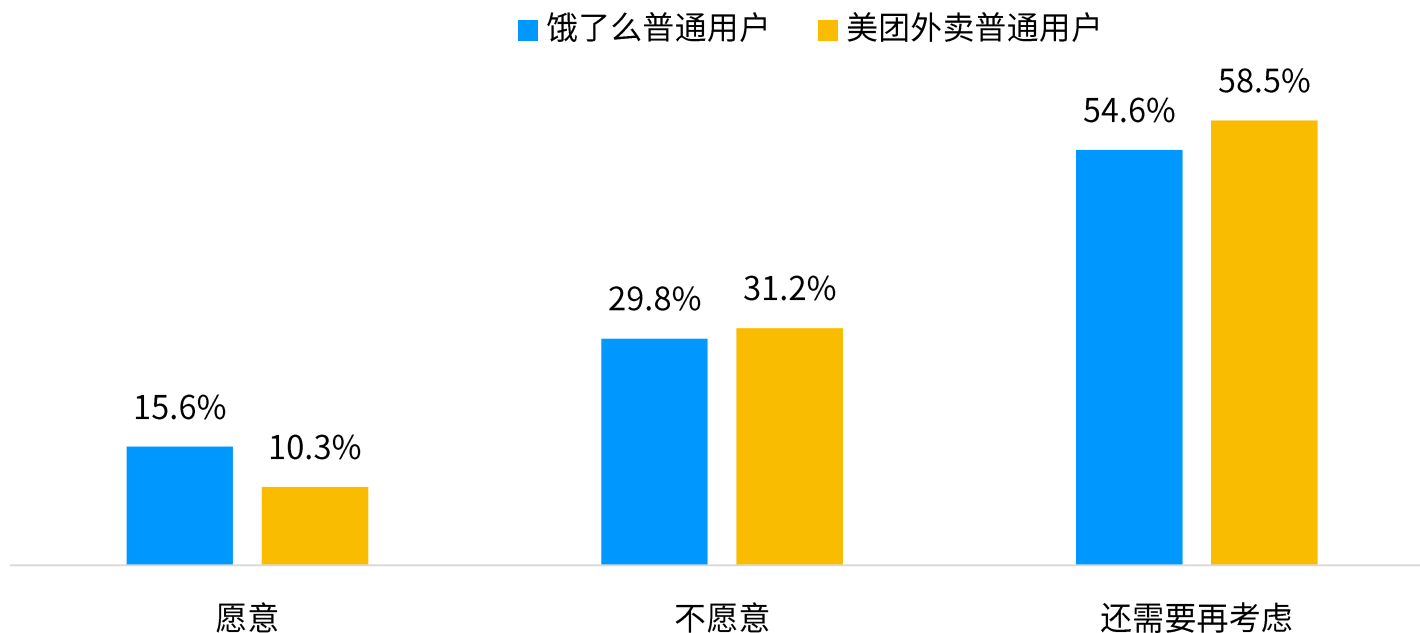
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 饿了么用户更愿尝试开通会员

- 15.6%的饿了么用户和10.3%的美团外卖用户愿意尝试开通会员
- 饿了么用户对会员权益更为认可

## 2018在线外卖普通用户开通会员意向情况调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

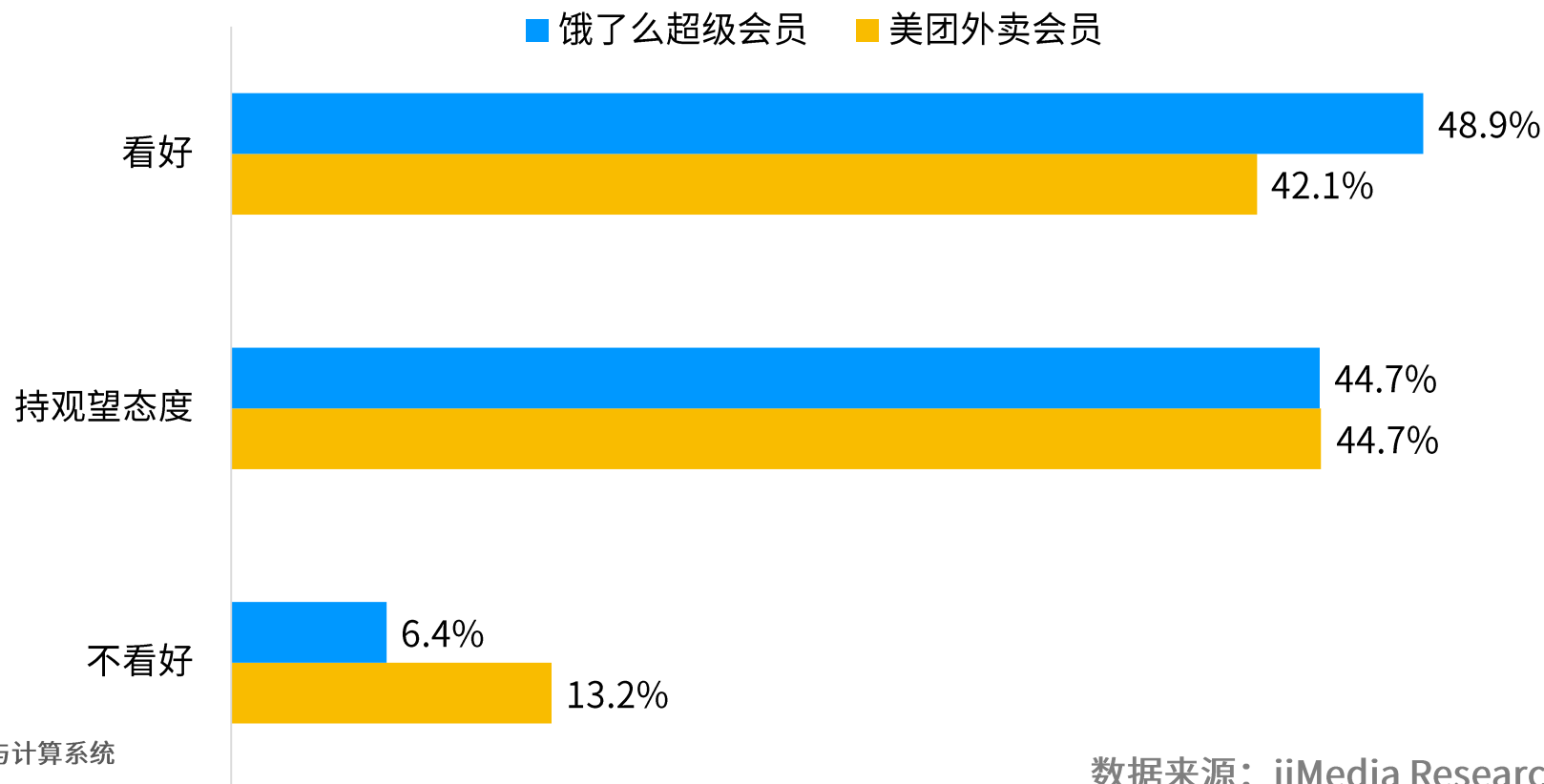
样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 近五成饿了么超级会员看好会员制的发展

- 48.9%的饿了么超级会员用户看好会员制度，认为会员权益带给消费者升级体验，会员制得到多数用户的认可
- 继续发展会员制有助于企业占据目标客户群，扩大市场占有率

2018在线外卖会员对会员制看法调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1585；调研时间：2018年11月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

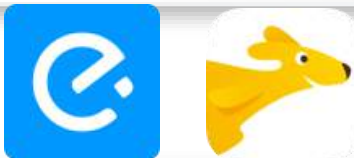


# 饿了么超级会员与美团外卖会员用户行为分析

## 饿了么 超级会员

- 1. 年轻化，近六成用户25岁以下
- 2. 高收入群体占比更高

- 3. 外卖需求更高，过六成用户每日点外卖
- 4. 最为满意专属红包会员福利



## 美团 外卖会员

- 1. 开通会员更考虑优惠力度、信息安全及操作便捷
- 2. 外卖消费频次较低

- 3. 年龄、收入偏向新中产阶层
- 4. 对会员制度满意度较低

艾媒咨询分析师认为，饿了么平台应注重用户服务的提升，分析不同用户的需求，推出更多样性、更优惠的会员权益来提高平台用户的转化率和留存率。

05

## 在线餐饮外卖平台会员制度发展趋势

# 在线餐饮外卖平台会员制度发展趋势

## 饿了么阿里打通会员体系，超级会员享受全生态服务

艾媒咨询分析师认为，融入阿里生态后，饿了么与阿里强强联合，打开本地生活服务圈，成为本地生活服务流量入口，并与优酷、天猫、虾米等阿里系产品打通了会员体系，实现流量、会员数据互通。统一会员体系的创造了巨大价值，不仅助饿了么吸引和留住更多高价值用户，还为饿了么超级会员提供高品质的全生态服务。

## 消费需求升级，付费会员业务高速增长

艾媒咨询分析师认为，随着居民收入水平的提高和代际变化，新时代消费者不再只关注商品价格，对商品和服务的品质需求也不断提高。代表着高品质商品和服务的付费会员业务能带给消费者所需的增值服务和升级体验，付费会员业务将高速增长，成为在线餐饮外卖平台行业的发展趋势。

## 挖掘会员用户价值，提高高净值用户体验

艾媒咨询分析师认为，会员制度平台能有效筛选高净值用户，针对该部分人群的各项会员权益能有效提升其体验，进一步增强平台高净值用户的粘性。同时随着人们付费观念普及，未来外卖平台或更多针对不同人群推出分级会员服务，以进一步提升用户体验。

# 在线餐饮外卖平台会员制度发展趋势

## 会员消费能力强，将更加注重商品的附加价值

艾媒咨询分析师认为，相比于普通用户，付费购买会员权益的会员消费能力更强，对消费的追求也超越了商品功能层面，更重视商品所带来的感官享乐和精神愉悦；除商品功能与品质以外，他们也更加在意商品的所带来的附加价值，追求更精致生活。

## 促进分层消费刺激，搭建会员服务体系或成发展方向

艾媒咨询分析师认为，会员服务的价值不仅在于提升用户对品牌的忠诚度和黏性，更值得深挖的方向是对不同消费程度的用户进行分层消费刺激，比如会员服务中的等级制，通过不同的服务来刺激用户成为会员。未来，搭建会员服务体系或成为更多企业的业务之一。

# 关于艾媒咨询



iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。每天，全球超过100家主流媒体，1500家（个）自媒体、大V使用艾媒数据和分析师观点，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

**POIIMedia(艾媒舆情)**  
**大数据舆情监控系统**  
(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

**DatallMedia(艾媒北极星)**  
**移动应用运营监测**  
(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

**SurveyiiMedia(草莓派)**  
**用户感知与体验监测**  
(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

**SoicaliiMedia**  
**微信微博媒体监测**  
(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

**RankingsiiMedia(艾媒金榜)**  
**权威消费品牌评价监测**  
(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

**ADiimedia**  
**移动广告效果监测**  
(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

# 法律声明

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



只做优质报告!



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: [report@iimedia.cn](mailto:report@iimedia.cn)

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑





全球领先的移动互联网产品对标分析平台



扫描二维码查看更多数据

咨询

网址: <http://bjx.iimedia.cn>

邮箱: [alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)

涵盖数十个领域，三百个细分行业，监测超过3万款APP

全功能版：提供APP下载、活跃、留存、渠道分发及转化等全维度数据，可进行APP 用户分析、运营分析、质量分析、竞争分析等

艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

<http://report.iimedia.cn> 一键定制



# 用数据说话！

*Since 2007, we focus on New Economy!*



艾媒咨询

iimedia Research

艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构