

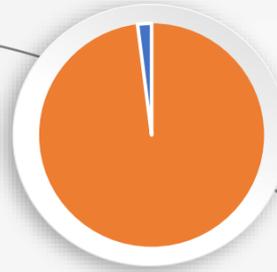
外卖业务对餐饮业 高质量发展的作用研究



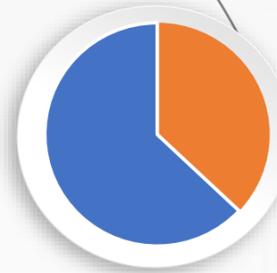
中国贸促会研究院

ACADEMY OF CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION OF INTERNATIONAL TRADE

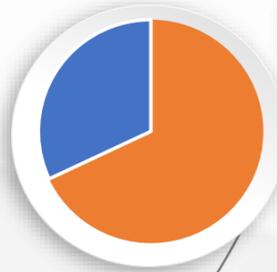
外卖因方便、快捷特性成为百姓重要就餐方式



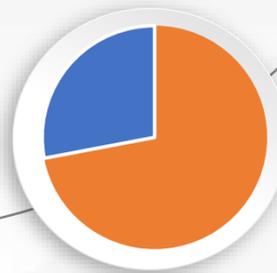
年轻人是餐饮外卖消费的主力，80后、90后及00后点过外卖的消费者占比均超过**98%**。



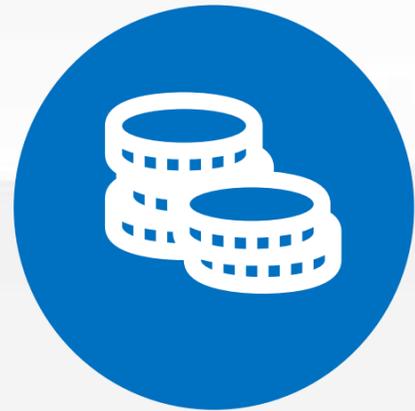
学生和上班族在外卖消费者中占比较高，分别达到**37%**和**36%**。



67.9%的受访消费者认为餐饮外卖提升了生活幸福感。



71.7%的受访消费者表示餐饮外卖服务节省了厨房劳动时间。



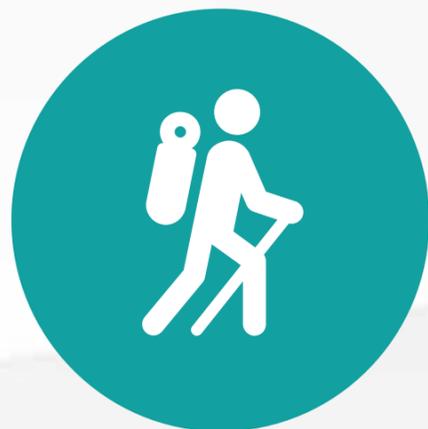
增加餐饮消费支出

54.95%的受访消费者表示因为餐饮外卖服务而增加了每周的餐饮支出。



拓展餐饮消费时段

外卖使餐饮消费从一日三餐衍生到下午茶、夜宵等消费时段，五分之一左右受访消费者使用外卖享受下午茶与夜宵。



丰富餐饮消费场景

旅游景点和高铁成为餐饮外卖新消费地点，分别有23.58%和4.72%的消费者在旅游景点和高铁使用过外卖。

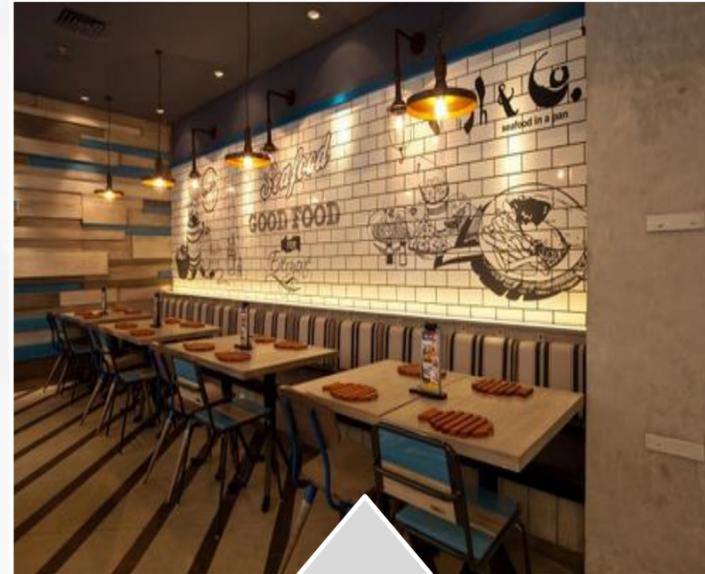


满足即时消费需求

67.2%的受访消费者表示可以通过餐饮外卖随时吃到心仪的菜品。

外卖消费倒逼餐饮企业高质量发展

消费者选择餐饮外卖最关注的三大因素是**评分**、**销量**和**品牌**，三个因素相应关注率分别为69.7%、53.6%和50%。



菜品好吃、**价格优惠**、**卫生条件好**是获取**回头客**的重要因素，分别有69.1%、67.2%和63.3%的消费者因此再次购买外卖。



有40.04%的消费者关注企业是否有**线下实体店**，是影响消费者选择的重要因素之一。

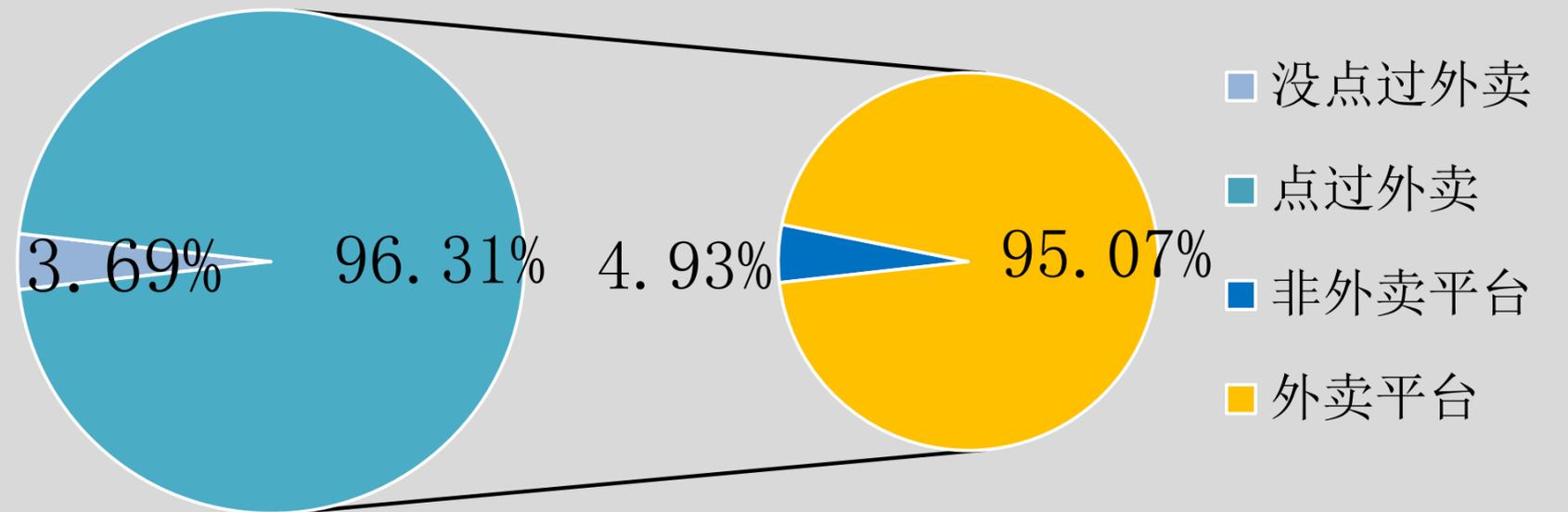


77.8%消费者表示同等条件下更愿意选择提供“**阳光餐厅**”（通过视频在线观看后厨）服务的餐饮外卖门店。

外卖平台是消费者最信赖渠道

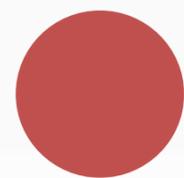
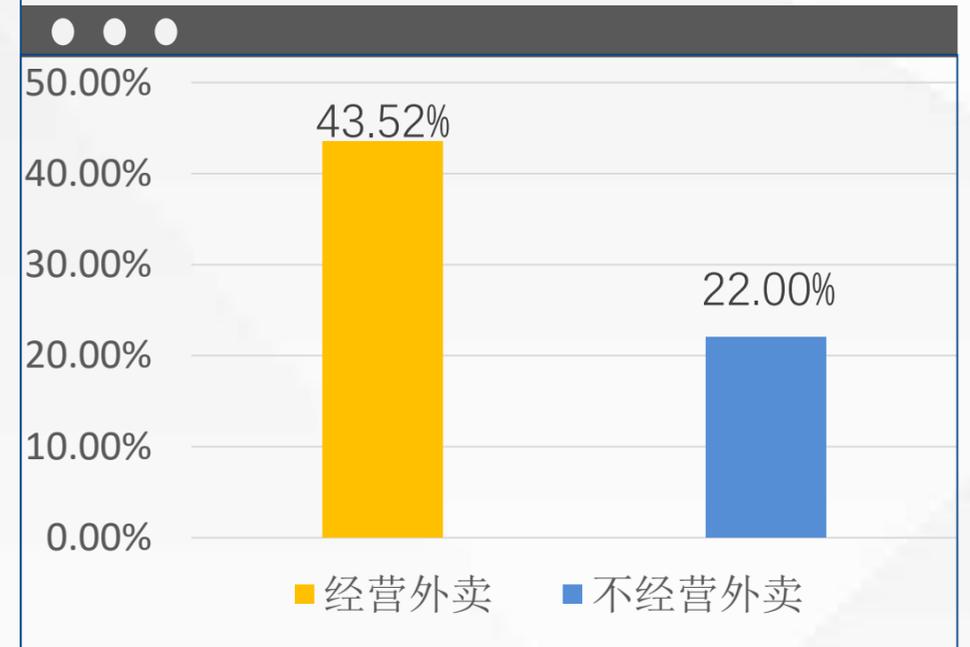
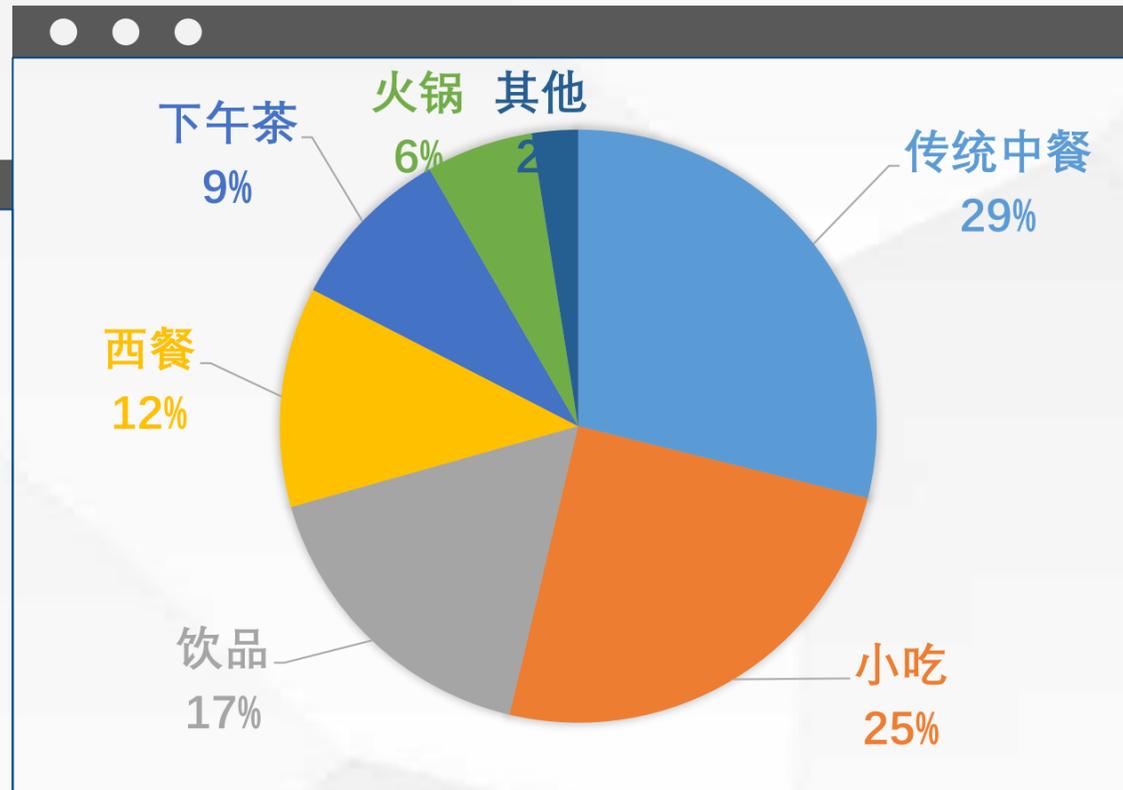
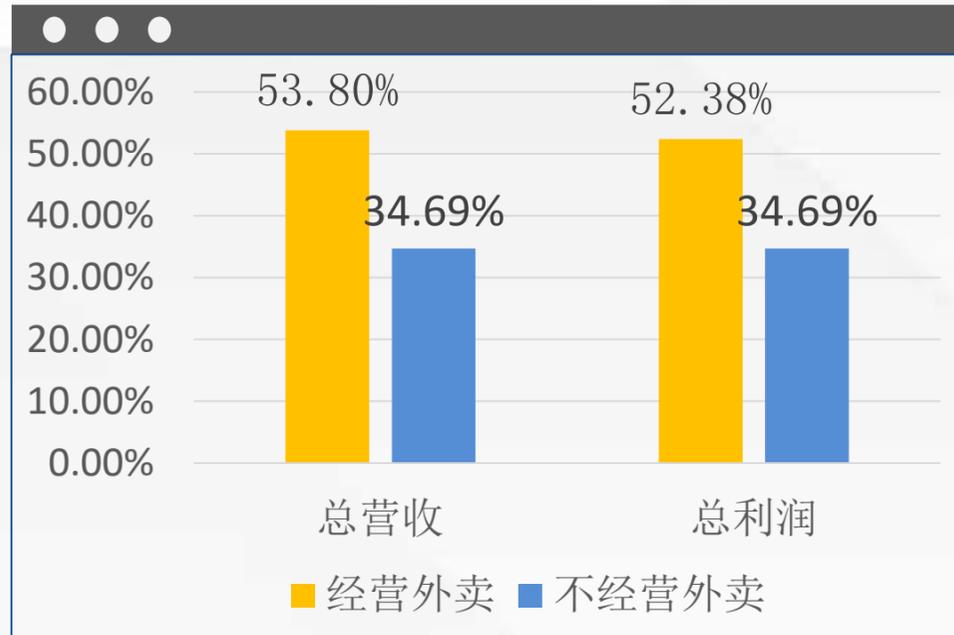
外卖平台是消费者点外卖最主要的渠道，在一、二、三线城市，有96.31%的参与调研消费者使用过餐饮外卖服务，其中使用外卖平台点餐的消费者占比高达95.07%。

消费者认为外卖平台的评价机制为其选择外卖商家提供了可靠的参考依据。





外卖提升餐饮企业经营状况



经营效益提升

经营外卖业务的餐饮门店半数以上都实现了总营收、总利润的正增长，未经营外卖业务的门店仅有三分之一实现了营收和利润的正增长。



多种品类受益

传统中餐、小吃和饮品从外卖业务中受益最大，在经营外卖业务的餐饮门店中，该三大品类的比重分别为28.9%、24.8%和16.9%。

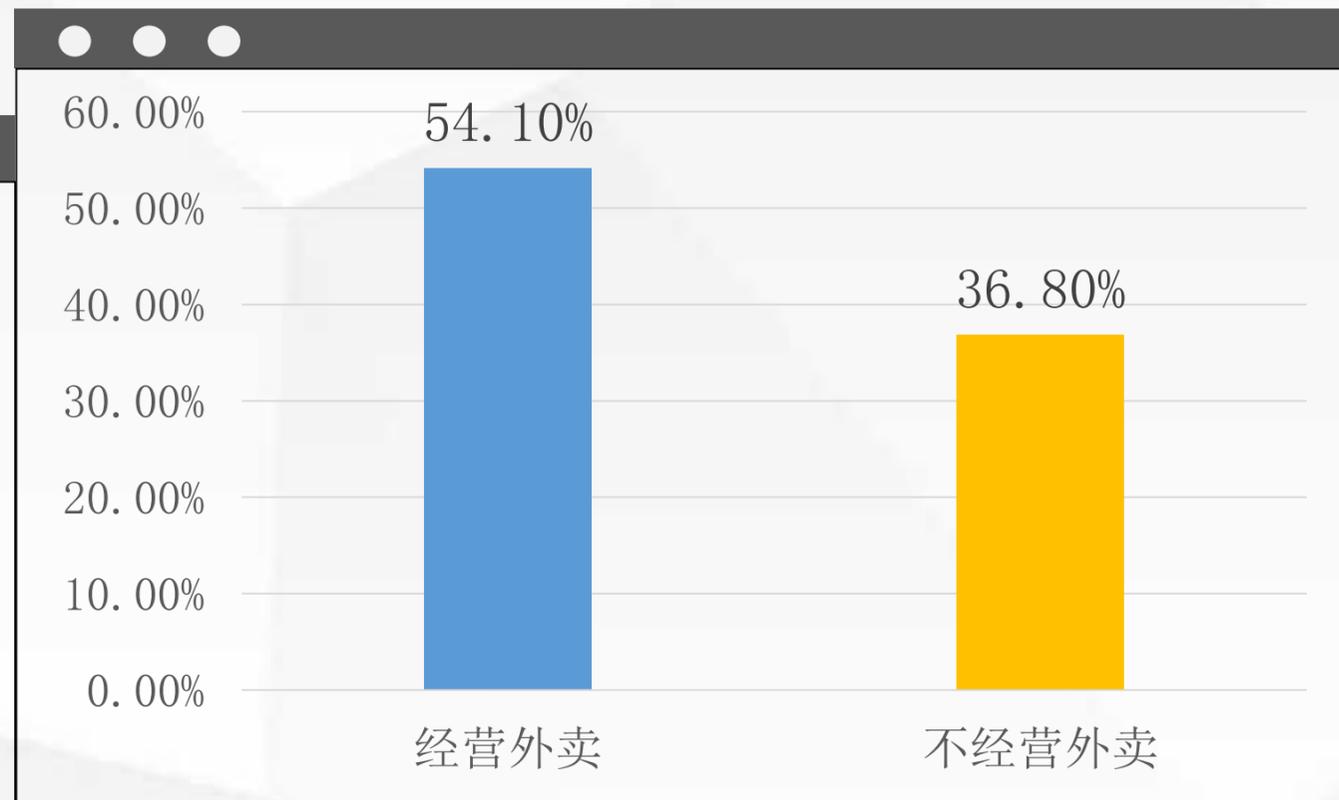
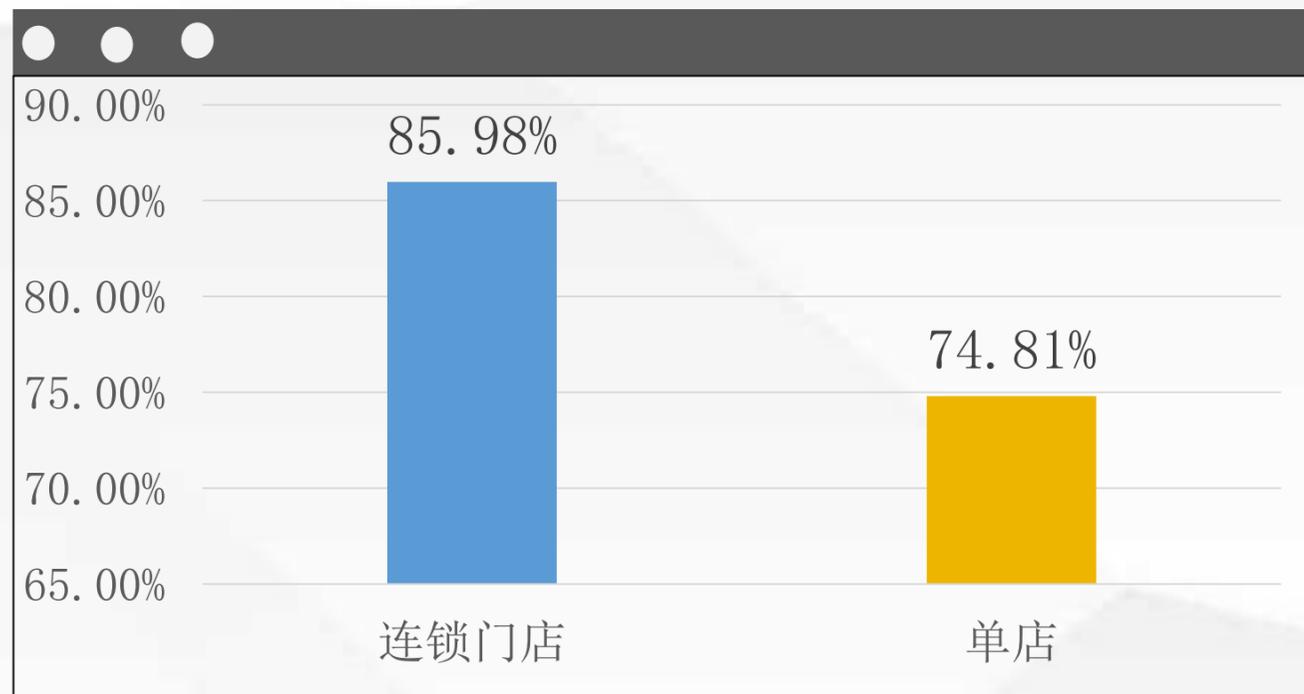


门店扩张加速

在经营外卖业务的餐饮门店中有43.52%的门店在2018年实现了门店数量的扩张，是未经营外卖业务门店的两倍。



外卖提升餐饮企业经营状况



连锁比重更高

有85.98%的连锁餐饮门店经营外卖业务，比单店模式下经营外卖业务的比重高11.17个百分点。



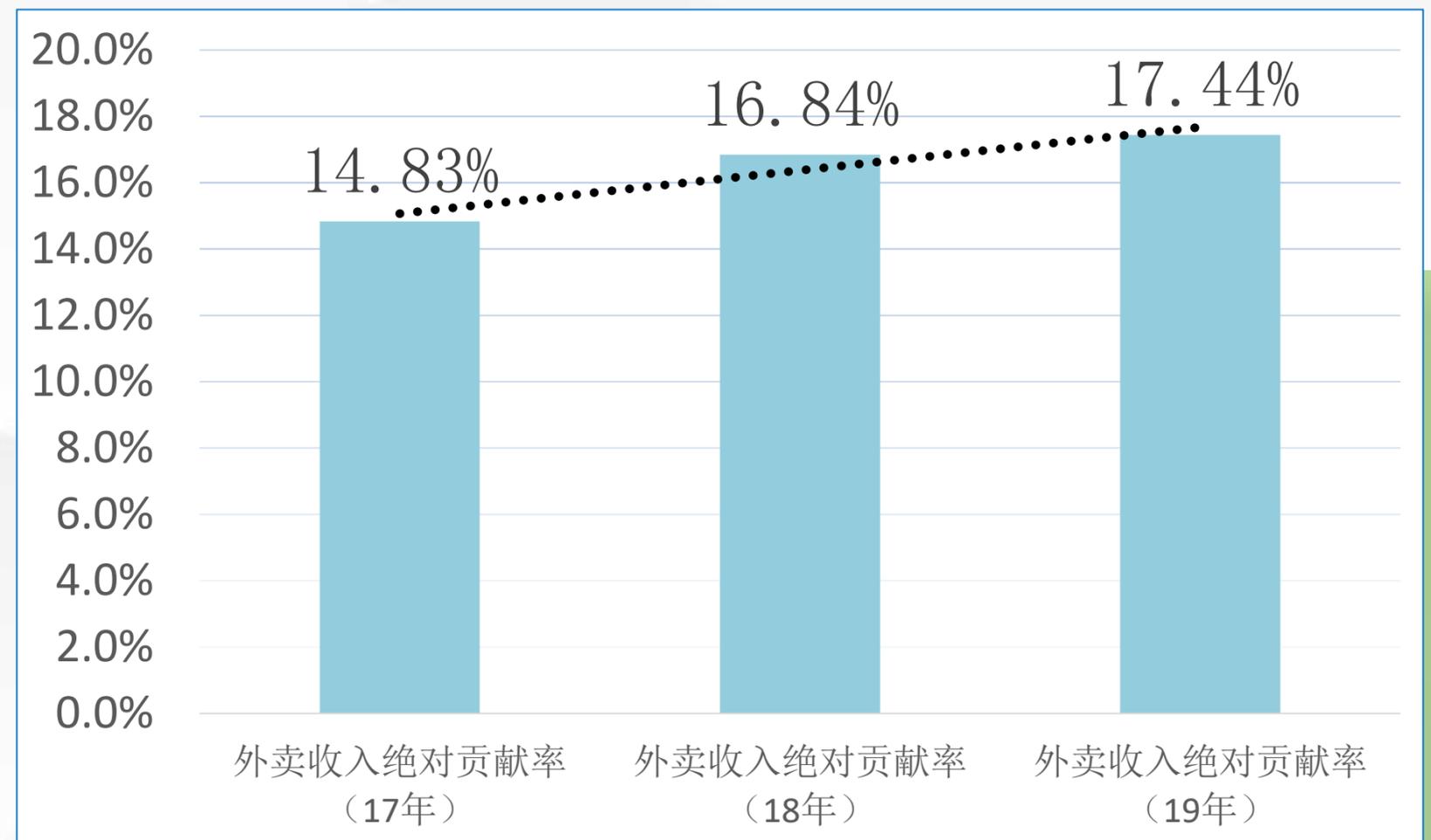
乐观预期提升

经营外卖业务的餐饮门店中，有54.1%的门店认为2019年实现总营收与总利润的增长，没有经营外卖业务的门店中只有36.8%做出乐观预期。

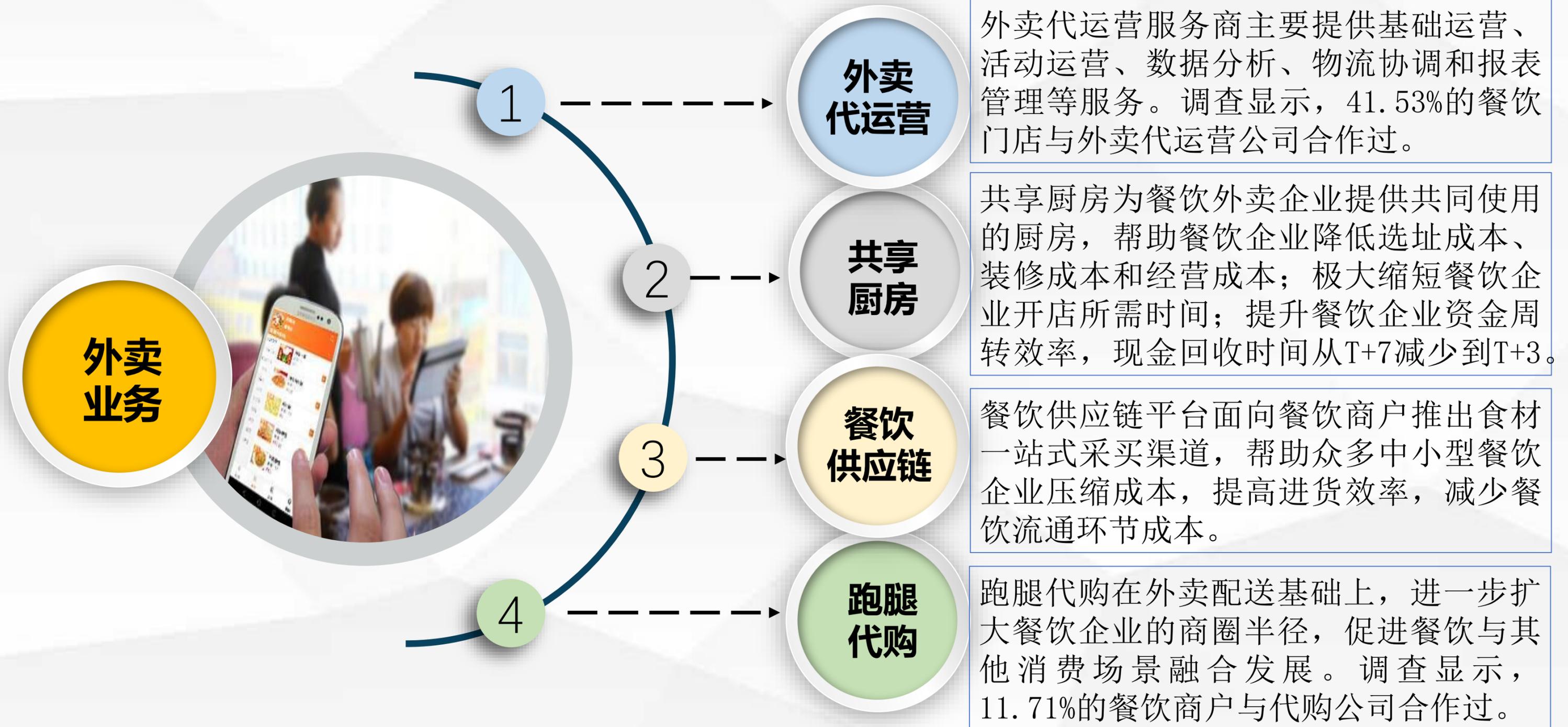
外卖对餐饮企业营收绝对贡献率显著上升

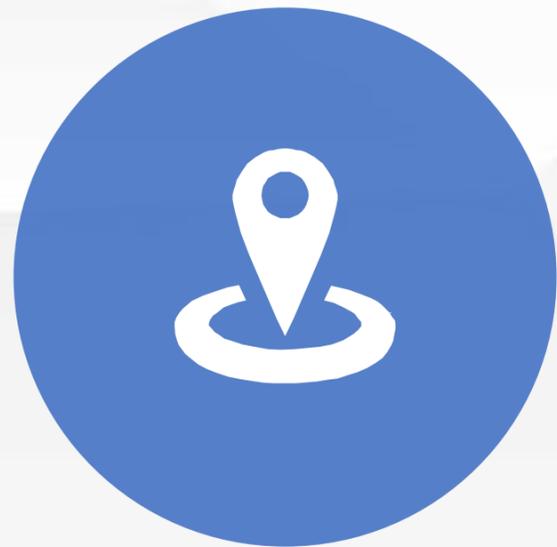
- 最近三年，在所有样本城市中，外卖对营业收入的绝对贡献率都呈现逐年增长趋势。
- 外卖业务正在改变着餐饮业收入增量来源的格局，使餐饮企业在堂食以外，又拓展了一个新的、成长性较好的收入来源。至2019年，外卖对餐饮行业的营收的绝对贡献率达到17.44%。
- 基于调研数据建立多元回归模型，结果显示：外卖收入增长率每增加1个百分点，总营业收入增长率将增加0.76个百分点。

近三年外卖对餐饮企业营收绝对贡献率



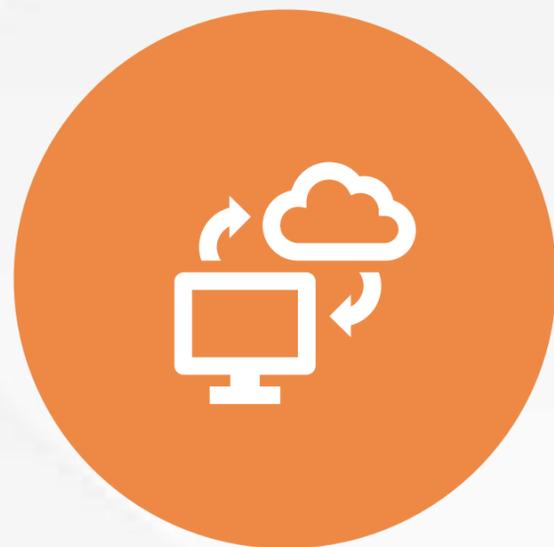
外卖业务培育大量餐饮新生态





标准化

餐饮外卖的快速发展，会倒逼传统餐饮企业不断提升标准化水平，促进餐饮企业推出标准化餐饮产品，提升服务流程标准化水平。外卖平台也会助推餐饮企业的标准化进程，使外卖运营管理服务和实体店管理服务实现融合发展。



信息化

外卖业务的快速发展使外卖平台积累了海量数据，可以反哺餐饮行业，帮助其优化选址，提升餐品生产工艺与效率。同时，外卖平台通过大数据分析，精准把握餐饮企业的客户群体特征，帮助餐饮企业改善经营策略。



创新性

餐饮外卖通常都有限时送达服务和限时送达承诺，倒逼餐饮企业加快创新发展步伐。外卖平台在线评价机制也倒逼餐饮企业提升消费体验，丰富餐品品类。调查显示，在增设外卖业务后，39.27%的餐饮企业增加了菜品数量。



品牌化

外卖业务延长企业的经营半径、扩大客户群、增加品牌的传播范围，有助于餐饮企业重视品牌建设，打造自有品牌。调查显示，38.43%的外卖门店拥有独立品牌的半成品，无外卖业务门店仅7.02%拥有独立品牌半成品。

1

积极推进餐饮企业分等定级工作，加快完善餐饮外卖标准统计工作，夯实外卖业务发展的行业基础。

3

加强市场监管，规范餐饮外卖行业市场准入标准，严格执行外卖食品相关卫生标准，消除外卖消费者后顾之忧。

2

对外卖新生态坚持包容审慎监管，加大对外卖新生态政策支持力度，提升外卖新业态对餐饮行业高质量发展带动作用。

4

加快新一代信息基础设施建设，不断完善餐饮相关基础设施服务，为外卖业务的发展营造良好的基础设施环境。