2020年Q1中国外卖行业发展分析报告

2020年6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1亿（月活跃用户超过3.2亿）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： 2019年至2020年3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

Trustdata

目录

Contents

Part One 疫情影响下外卖行业发展现状

Part Two 2020年Q1外卖行业用户研究

Part Three 2020年Q1外卖商家及骑手研究

Part Four 2020年外卖行业未来趋势研究

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

Part One 疫情影响下外卖行业发展现状

一、2020年Q1全国餐饮收入下滑明显，餐饮行业面临至暗时刻

二、受疫情对餐饮行业影响，2020年Q1外卖用户规模下滑明显

三、疫情期间，外卖成为餐饮行业、医护人员及市民的重要支撑

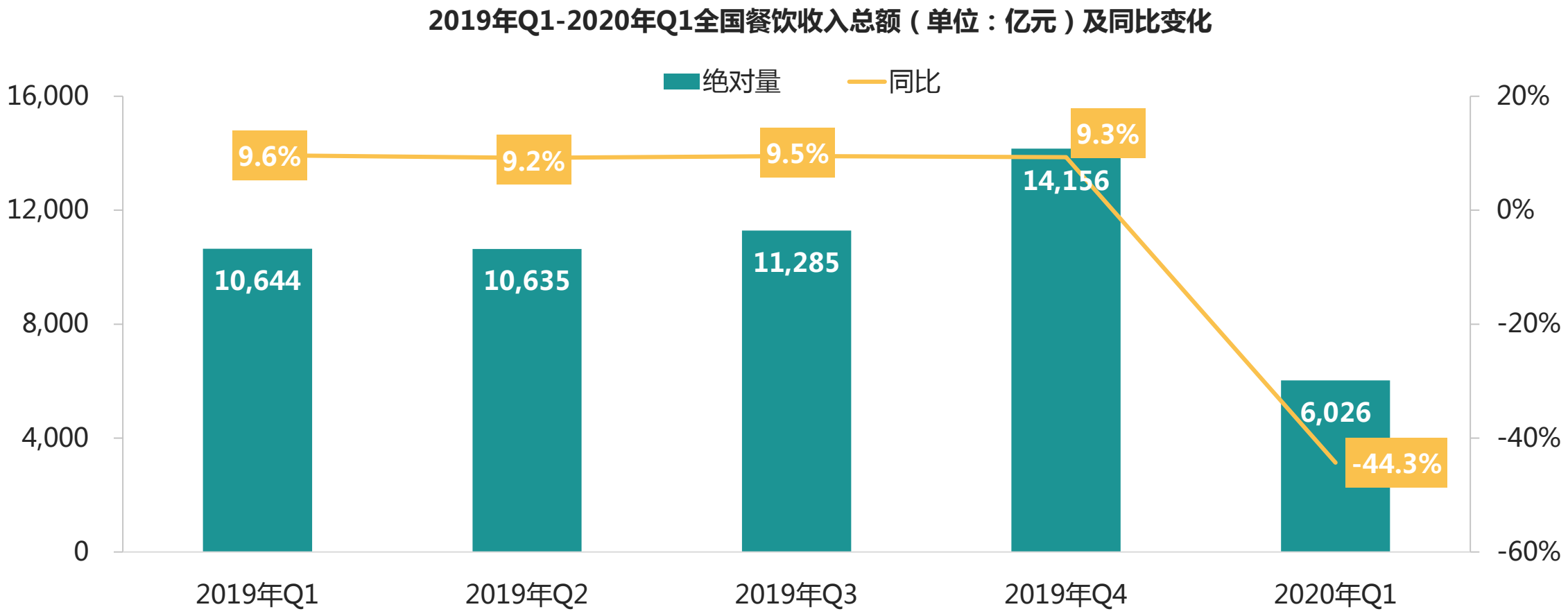
四、疫情之下，外卖平台采取系列措施帮扶商户应对难关，无接触配送的及时推广为骑手与用户带来安全与安心

五、品牌餐厅的充足供给及用户对高品质外卖的偏爱，驱动外卖行业平均客单价显著提升

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

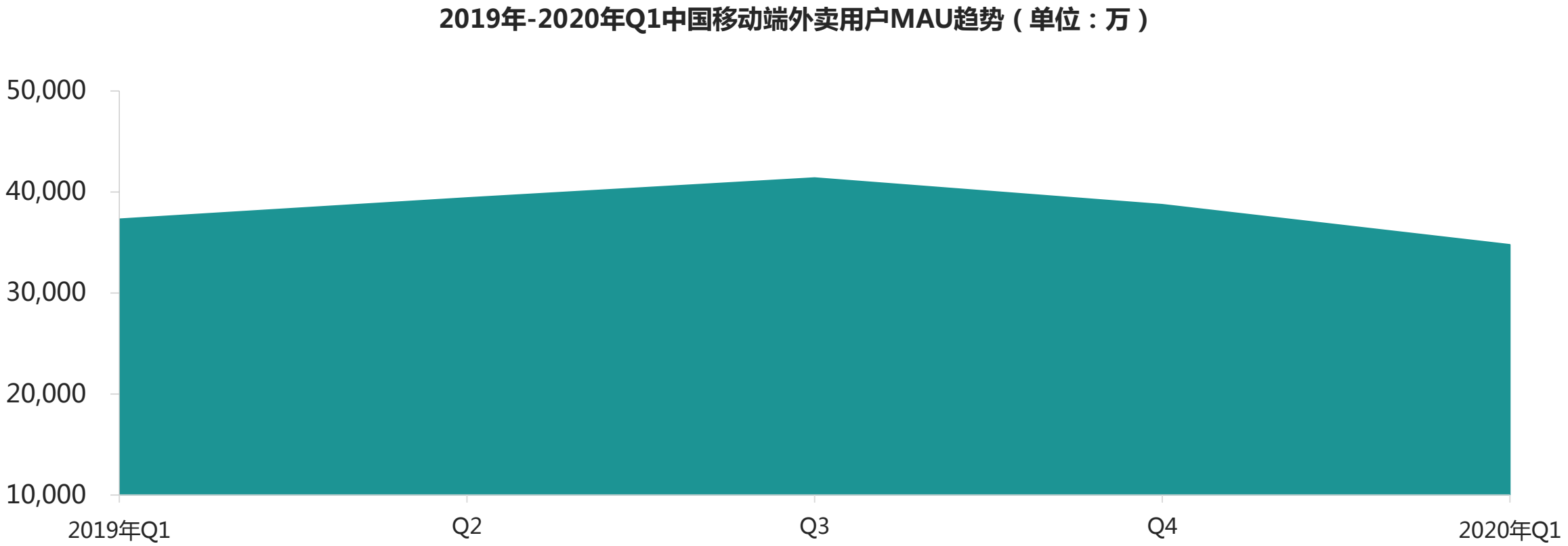
受新冠疫情影响，2020年Q1全国餐饮收入仅为6026亿元，同比下滑44.3%
餐饮行业面临至暗时刻



数据来源：国家统计局

Trustdata

伴随疫情对餐饮行业的影响， 2020年Q1外卖用户规模下滑明显



备注：本页数据为全渠道外卖用户规模，包括独立APP、平台类APP及其他渠道外卖用户。

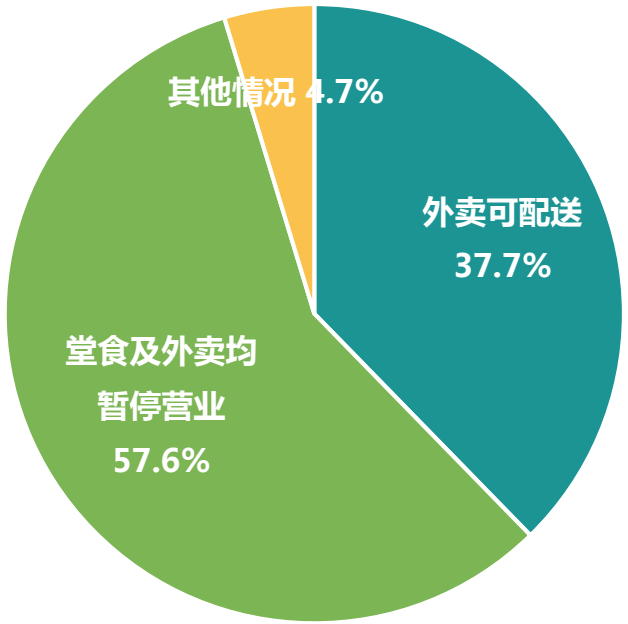
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

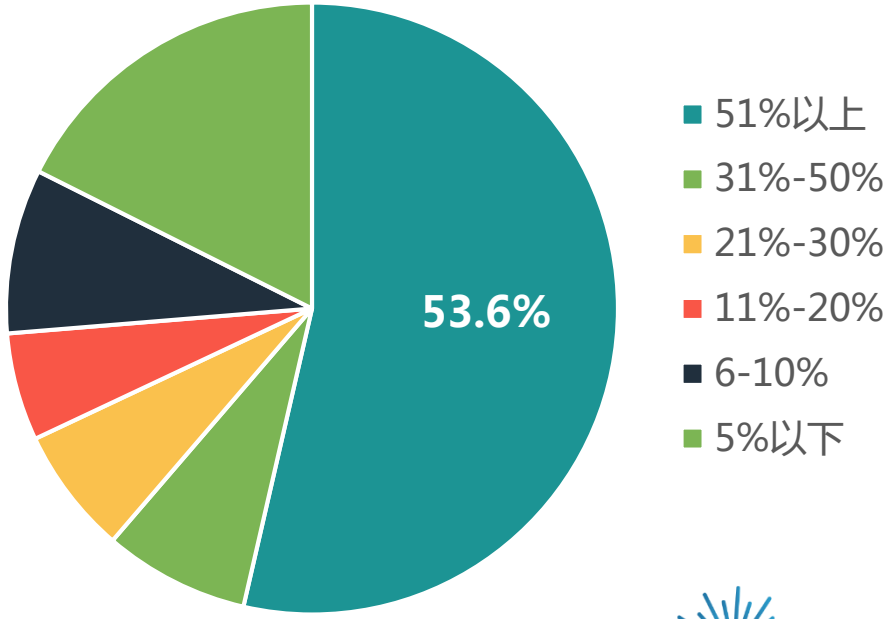
受疫情影响最为严重的2月，有近四成商户通过外卖配送开展营业
营业餐厅中，超五成外卖收入占营业收入一半以上

疫情期间，全国多地政府要求取消堂食，传统线下餐饮由于房租、原材料损耗、人力成本等受损严重，不少餐饮企业迅速做出调整，优化运营模式，拥抱第三方外卖平台，疫情最为严重的2月，仍有近四成商户通过外卖配送开展营业；2月营业的餐饮商户中，53.6%的商户外卖收入占营业收入的一半以上，外卖成为帮助大部分餐饮商家应对疫情危机的重要支撑力量。

2020年2月份餐饮商户营业状况



2020 年 2 月外卖在餐饮营业商户收入中的占比分布



备注：本页为Trustdata根据行业公开资料整理所得

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

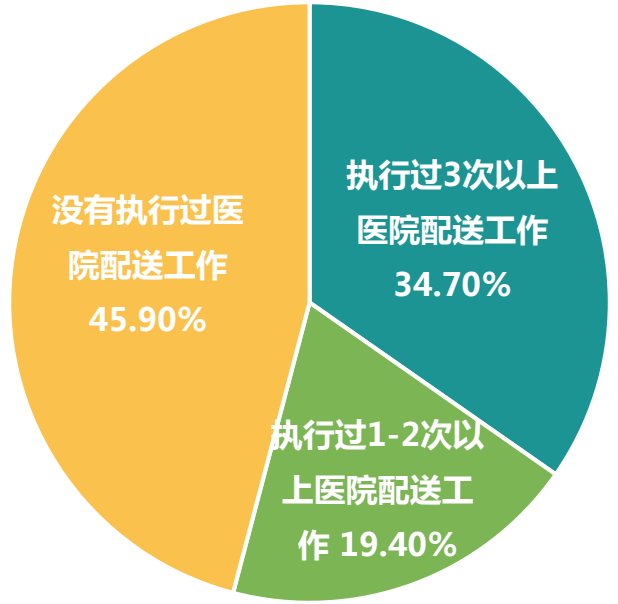
武汉封城期间，外卖成为抗疫一线的医护工作者及隔离在家的市民的强力后援

武汉封城期间，美团武汉骑手共配送了396万单，汉口站，武汉站，光谷附近是高订单密度区域。其中包括10.2万个医院订单，超五成骑手为医院配送过订单，34.7%的骑手执行过3次以上的医院配送工作，外卖骑手为医护人员保驾护航。

武汉封城期间，作为城市的摆渡者，饿了么蜂鸟武汉骑手跑腿单量是疫情前5倍，骑手单日跑腿距离为平日3倍。除食品外，药品，日用品，果蔬生鲜等也是热门配送品类。每位骑手平均每天可减少24位市民外出，帮助居民更好地实现居家隔离。

食品　药品　日用品　果蔬生鲜

美团骑手武汉封城期间医院配送工作情况



备注：本页为Trustdata根据行业公开资料整理所得

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

疫情之下，外卖平台采取系列措施帮扶商户应对难关
无接触配送的及时推广为骑手与用户带来安全与安心

商户端

疫情下，餐饮行业的商户正在经受巨大考验。1月30日，阿里本地生活服务公司推出“五个决定”，2月2日，美团外卖推出“七项帮扶”，助力商户抗击疫情，共渡难关。

用户端

新冠疫情发生以来，如何最大限度减少服务消费环节人与人面对面接触感染风险成为行业防疫工作的重点，1月26日，美团外卖首先在全国范围内推出“无接触配送”，27日，饿了么推出“无接触安心送”，通过无接触服务保障骑手和用户在收餐环节的安全。“无接触配送”在不同应用场景中催生出更多新模式，如“无接触团餐”，“无接触自提”，“无接触餐厅”等。

五个决定

- 减免佣金
- 年费延期
- 金融支持
- 商家外卖服务极速上线
- 赠送保险

七项帮扶

- 减免佣金
- 年费延期
- 免费保险支持
- 线上课程
- 优惠利率小微贷款
- 专项扶持资金
- 赠送收银系统

无接触配送迅速推广

备注：本页为Trustdata根据行业公开资料整理所得
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

品牌餐厅的充足供给及用户对高品质外卖的偏爱
驱动外卖行业平均客单价显著提升，2020年Q1达54.5元，同比增长13%

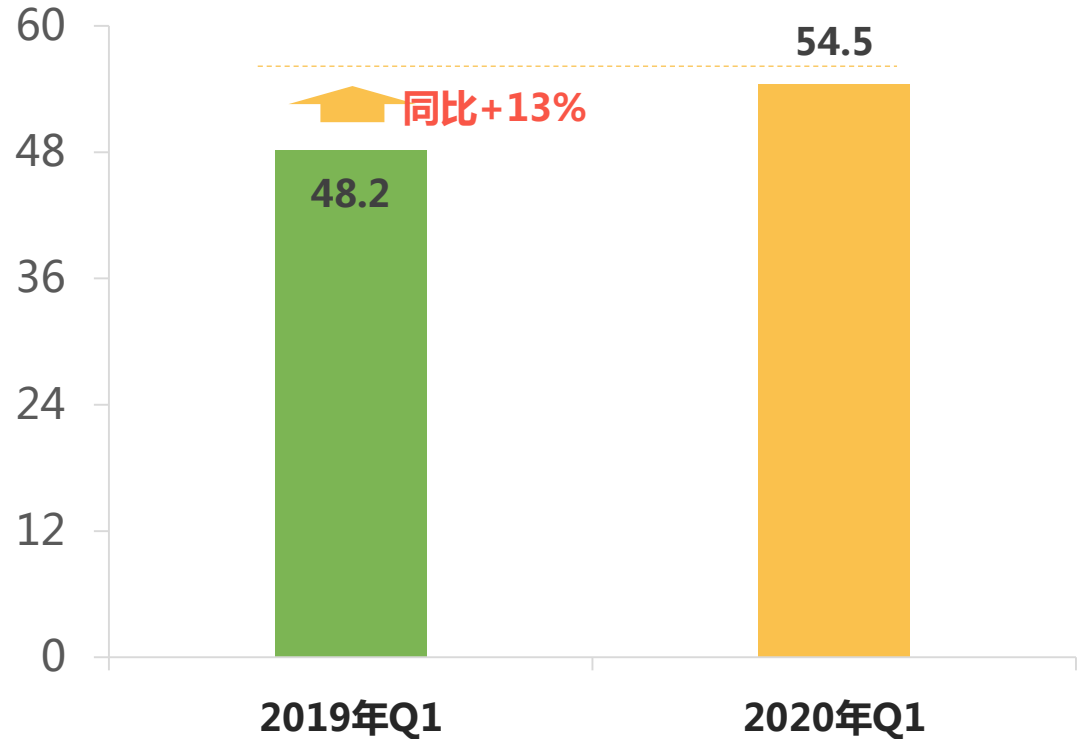
供给端

疫情影响下，以往专注到店餐饮的品牌餐厅纷纷加大外卖投入，促进了外卖的高品质供给

需求端

在注重饮食健康与安全的疫情大背景下，用户更偏爱品牌及高品质外卖

2020年Q1外卖行业平均客单价及同比（单位：元）



备注：本页客单价为Trustdata根据行业公开资料整理所得

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

Part Two 2020年Q1外卖行业用户研究

一、受疫情影响，外卖独立App用户规模均出现不同程度的下滑

二、疫情期间，外卖用户活跃时间更为集中，午餐活跃度提升明显，晚餐活跃度有所下滑

三、疫情期间，美团外卖用户日均启动次数增长显著，3月同比增长达70.5%，饿了么小幅下滑

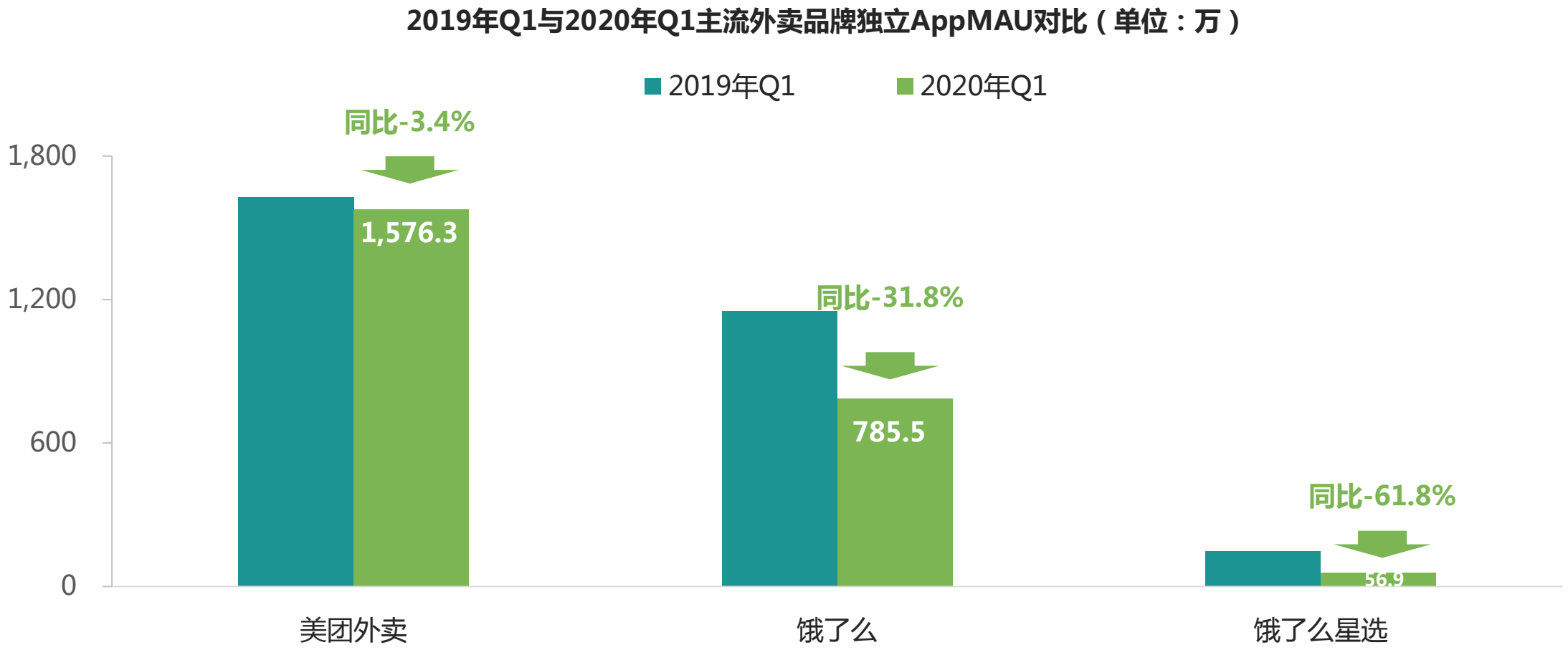
四、疫情期间，外卖平台独立App用户粘性整体有所提升

五、行业格局保持稳定，2020年Q1美团外卖交易额占比为67.3%

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

受疫情影响，外卖独立App用户规模均出现不同程度的下滑
饿了么星选跌幅最为严重

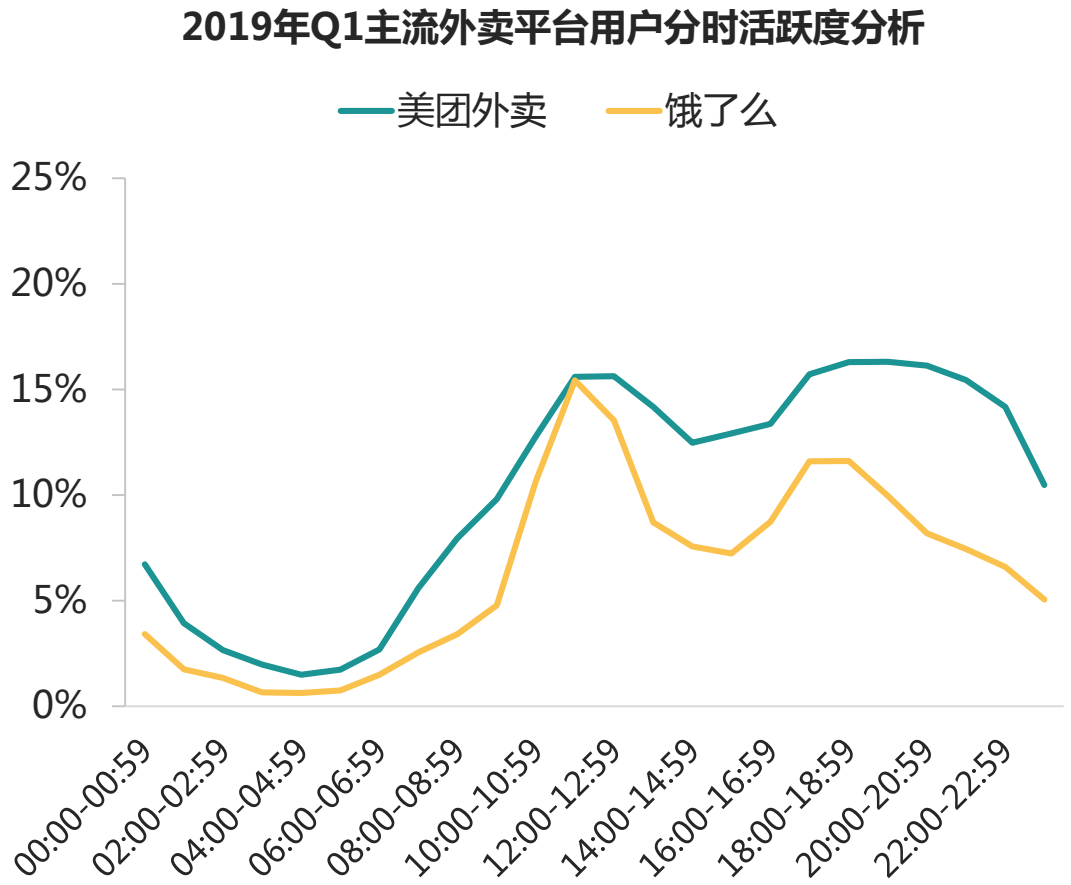


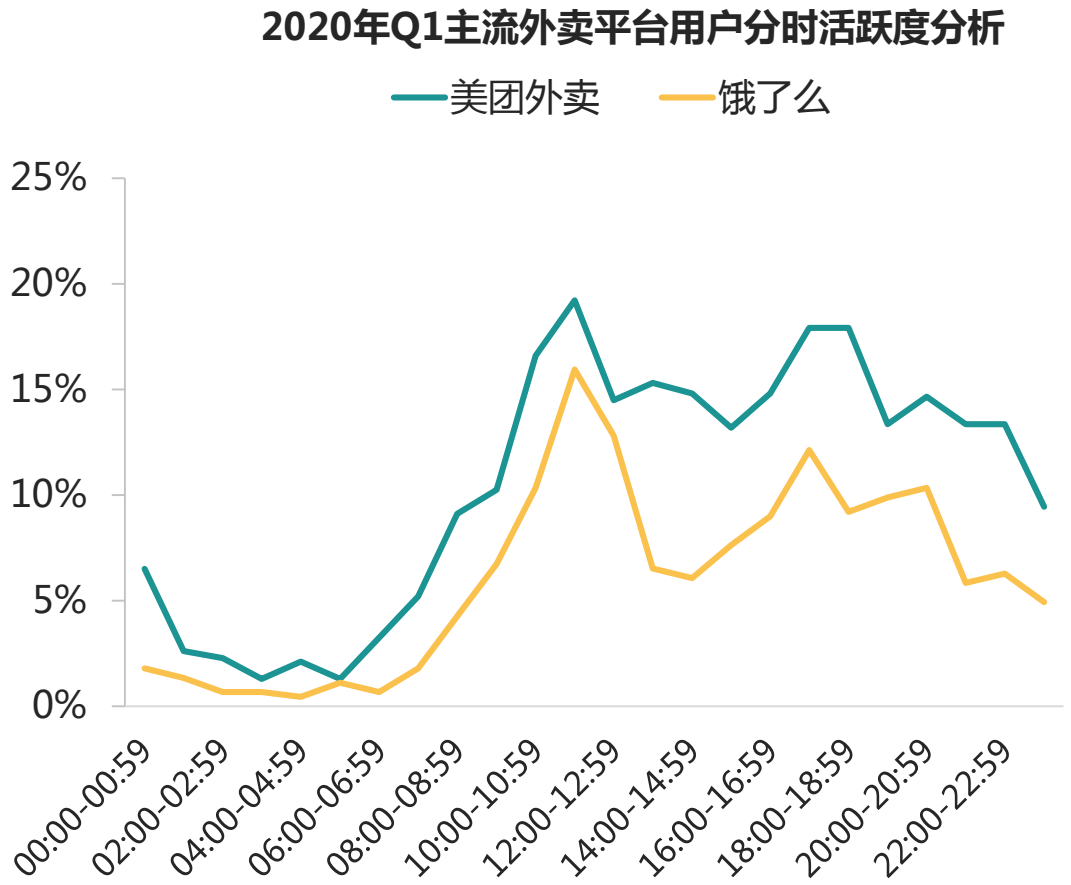
备注：此处数据仅包含独立外卖APP数据

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

疫情期间，外卖用户活跃时间更为集中，午餐活跃度提升明显
晚餐活跃度有所下滑



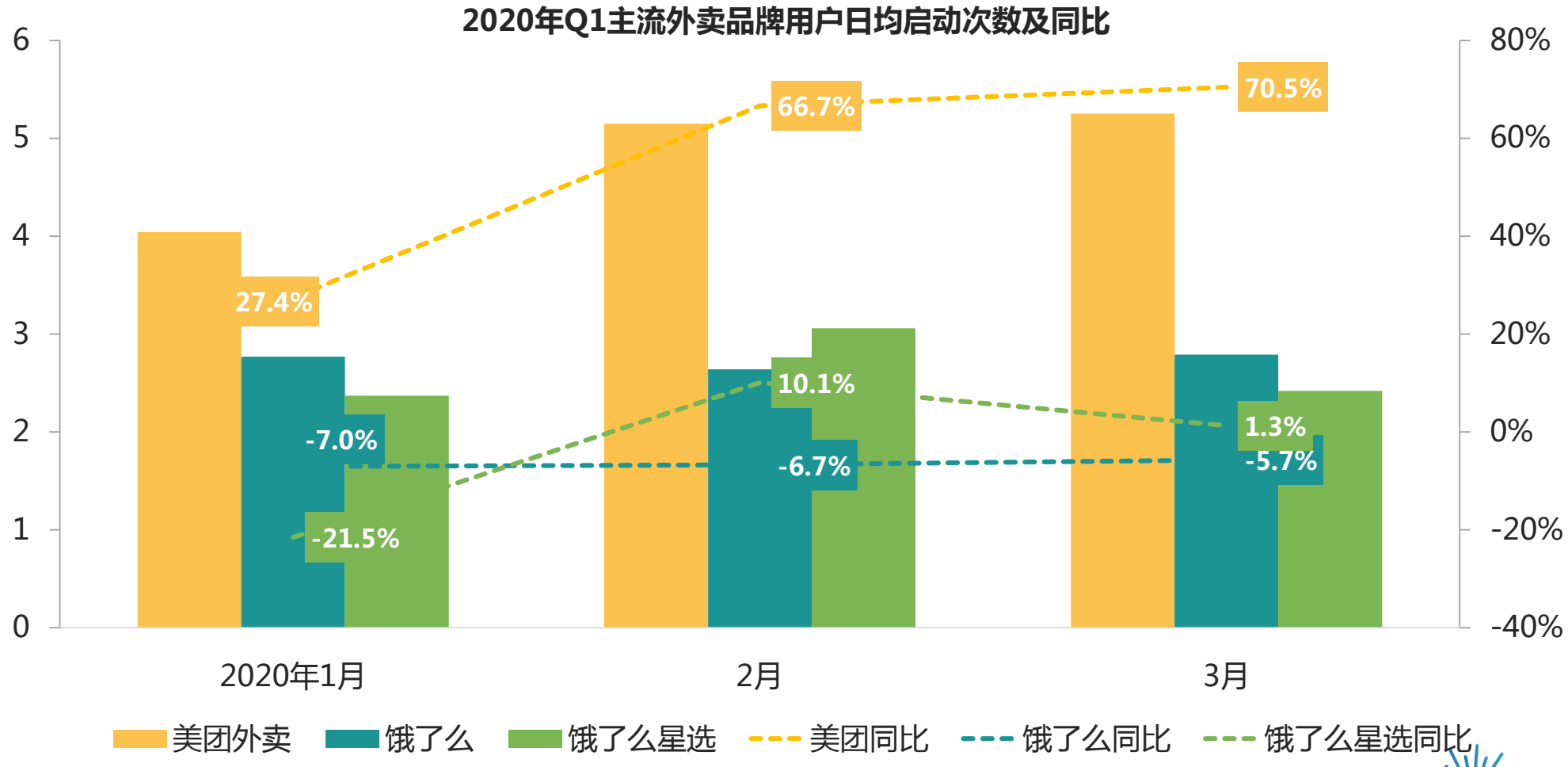


备注：此处数据仅包含独立外卖APP数据

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

疫情期间，美团外卖用户日均启动次数增长显著，3月同比增长超70%
饿了么小幅下滑，3月降幅收窄至5.7%，饿了么星选3月微幅上涨1.3%

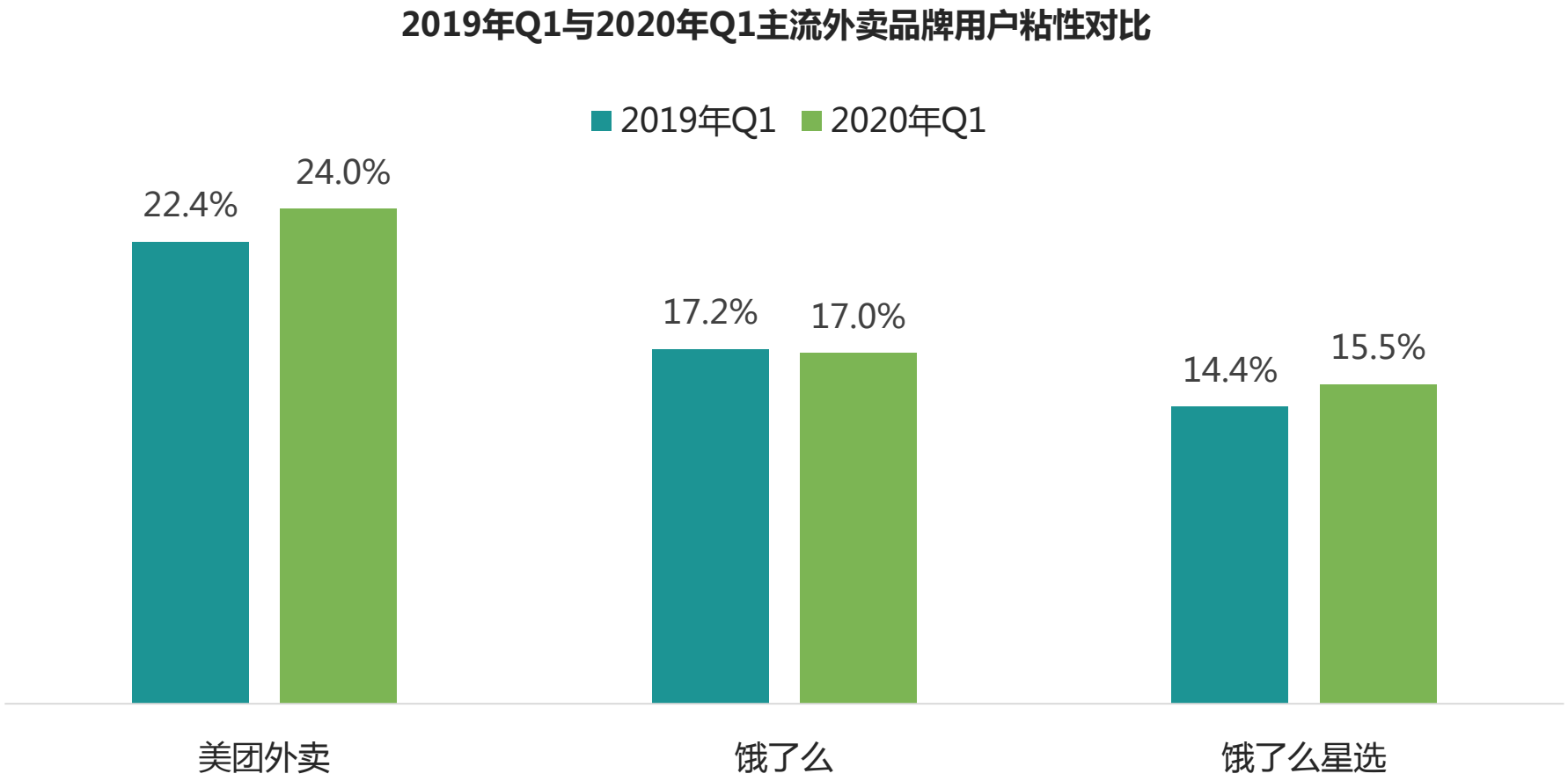


备注：此处数据仅包含独立外卖APP数据

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

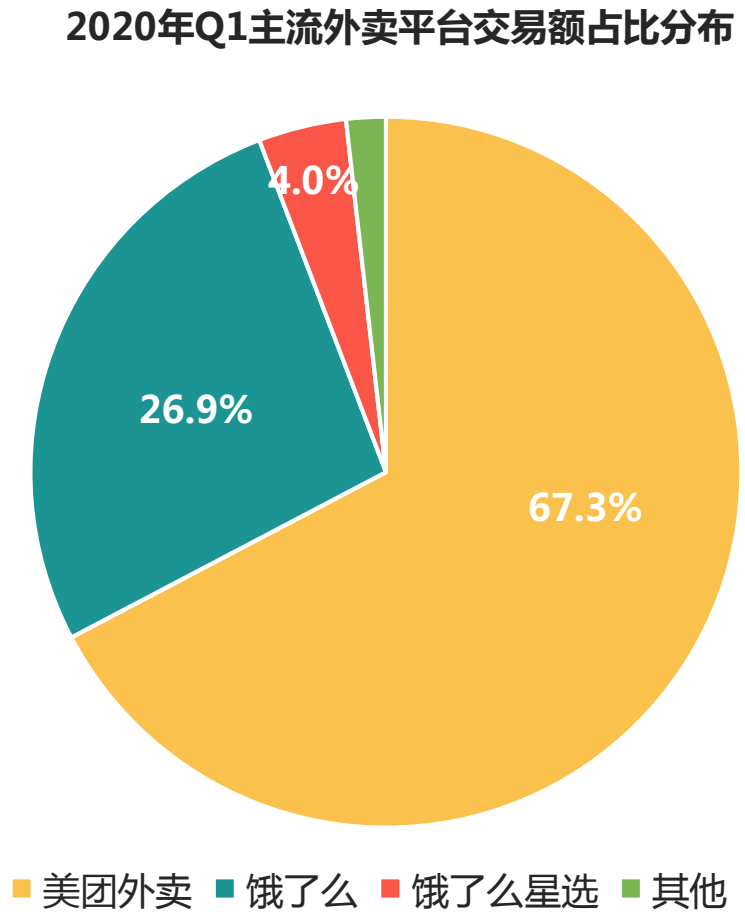
疫情期间，外卖平台独立App用户粘性整体有所提升
美团外卖提升1.6%，饿了么基本持平，饿了么星选提升1.1%



备注：此处数据仅包含独立外卖APP数据

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

行业格局保持稳定，2020年Q1美团外卖交易额占比为67.3%



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

Part Three 2020年Q1外卖商家及骑手研究

一、外卖商家端用户规模2月下跌明显，3月复工复产后触底反弹

二、2020年外卖商家版一二线城市用户1-3月占比逐月显著提升

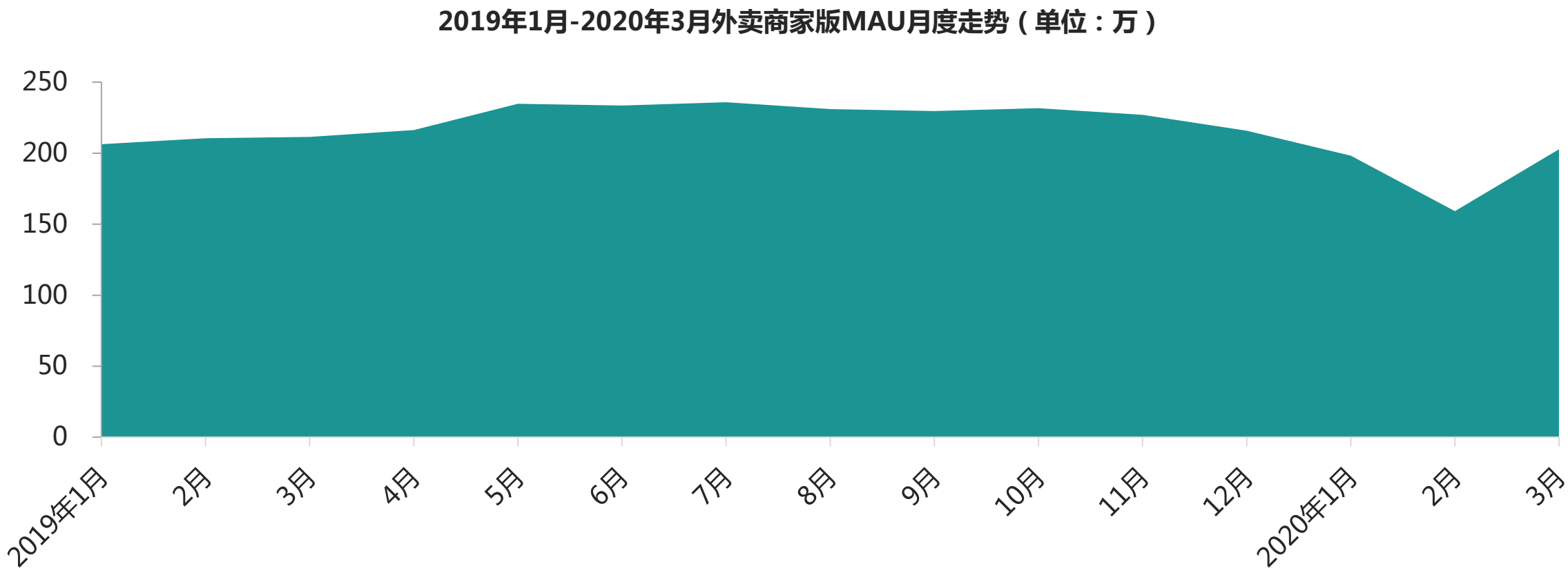
三、3月美团外卖和饿了么商家版用户日均启动次数均有明显增长

四、外卖骑手岗位吸纳多行业从业者加入

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

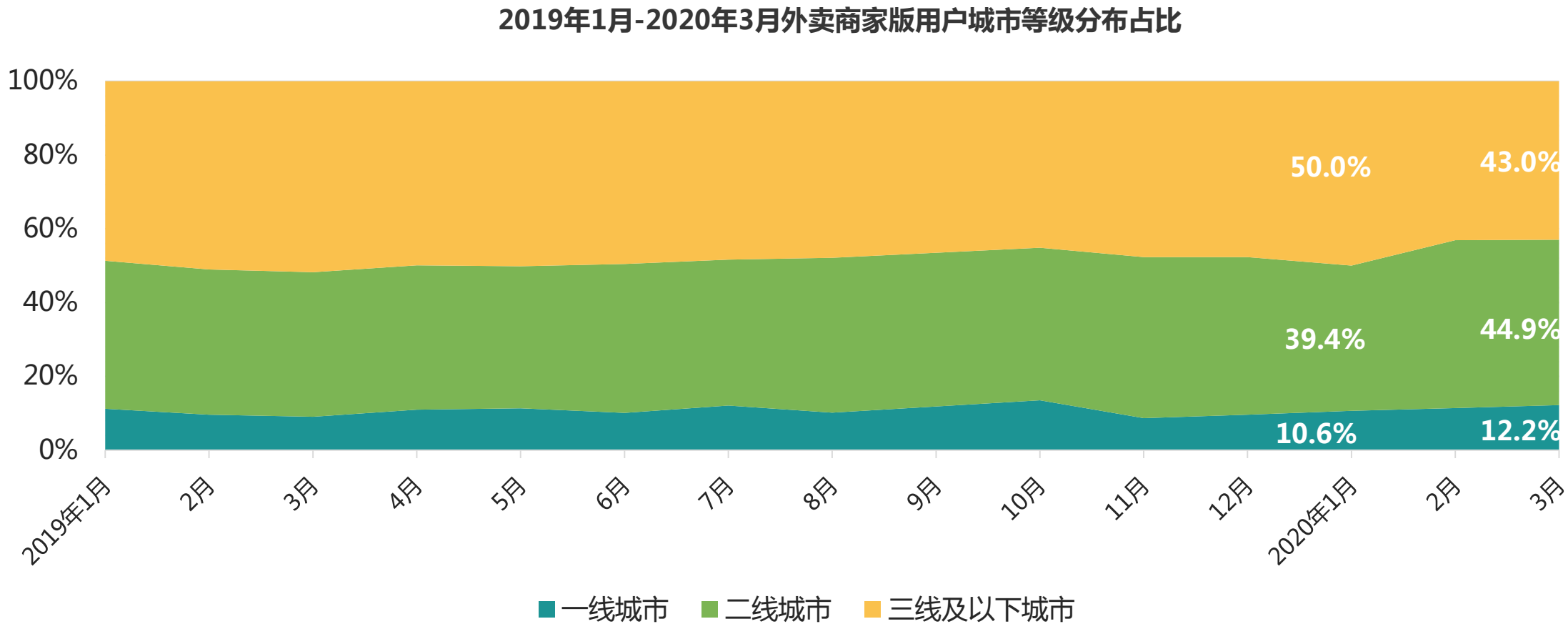
外卖商家端用户规模2月下跌明显，随着复工复产，3月触底反弹



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

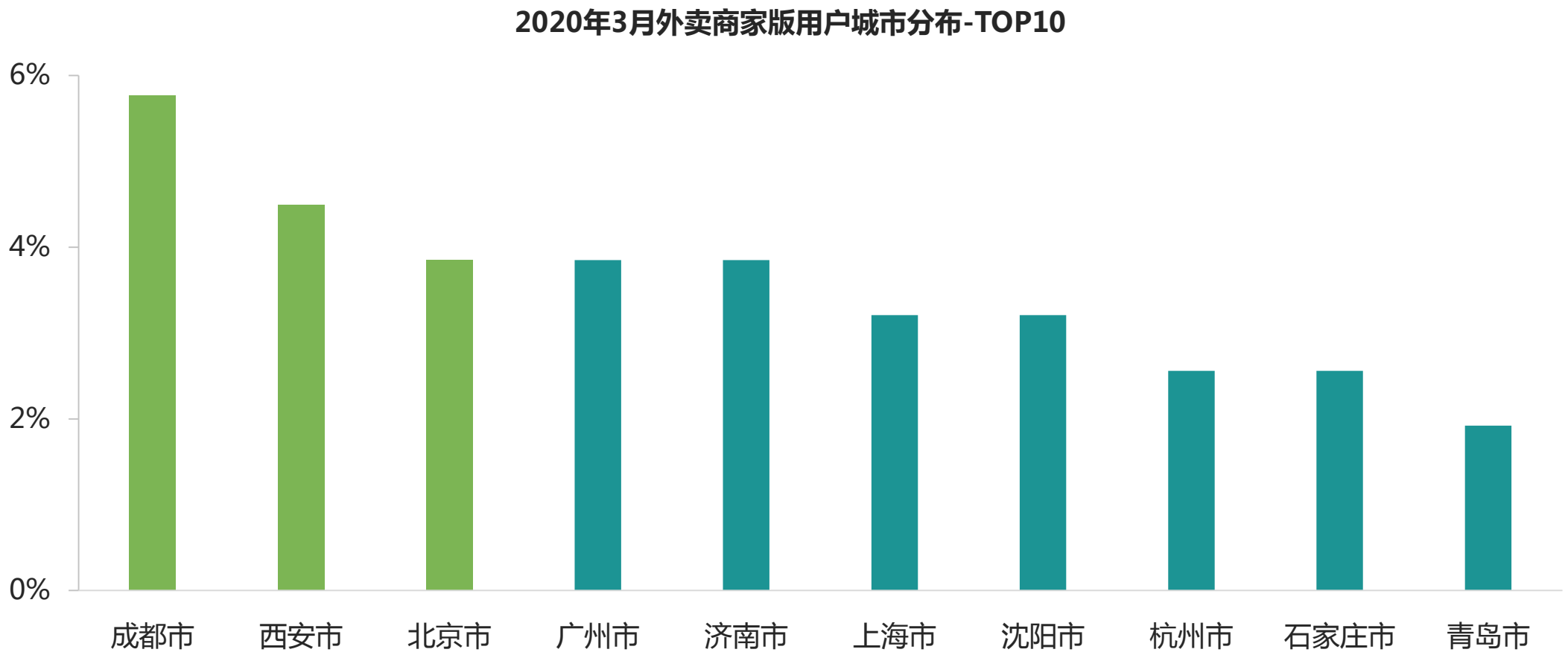
2020年Q1，外卖商家版一二线城市用户占比显著提升



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

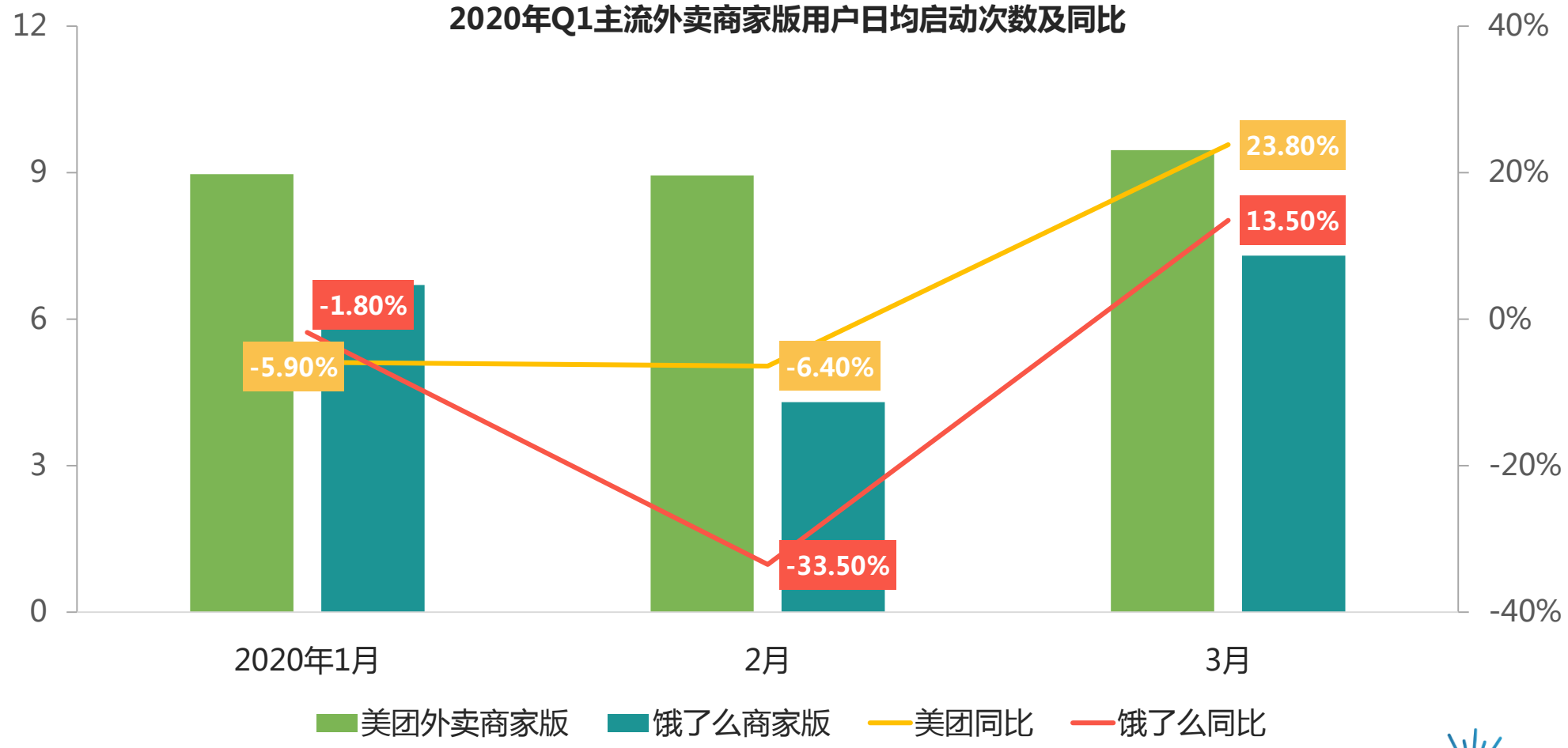
2020年3月，外卖商家版用户城市分布，成都、西安及北京排名前三



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

受疫情影响，外卖商家版用户日均启动次数2月下滑最为严重
随着复工复产，3月增长明显，美团外卖、饿了么同比增长分别为23.8%、13.5%

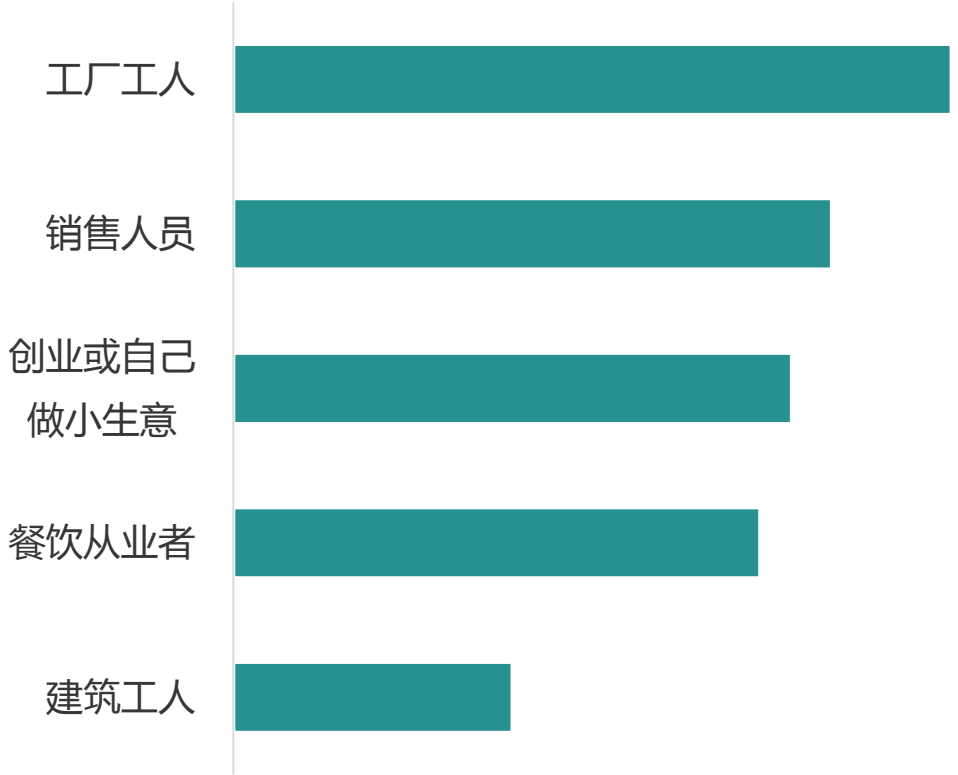


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

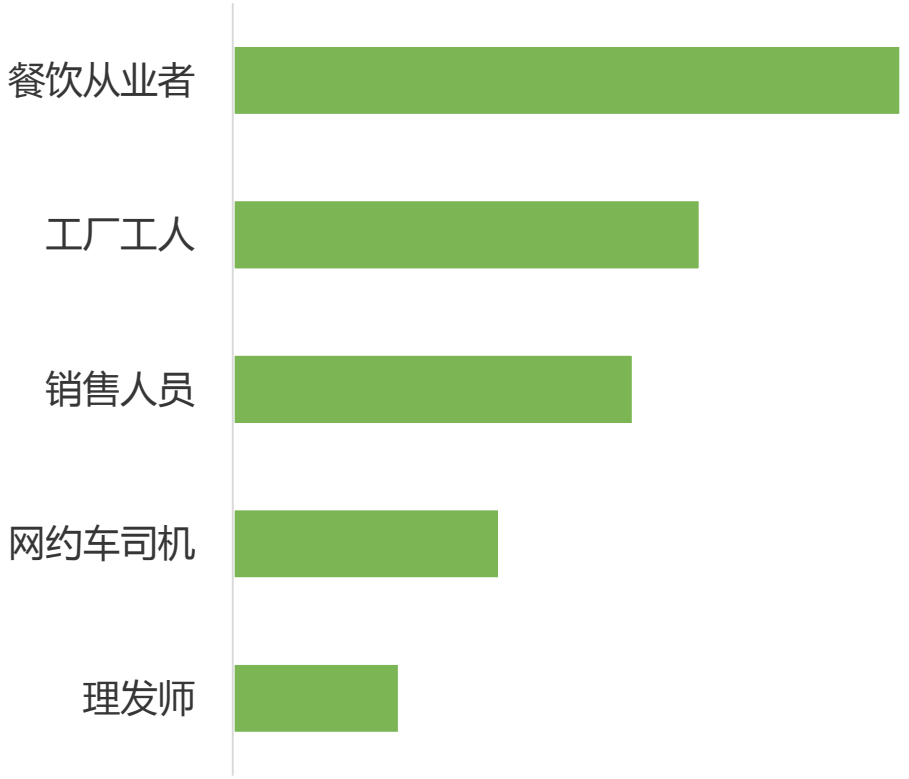
Trustdata

疫情期间，外卖骑手岗位吸纳多行业从业者加入
为受疫情影响行业从业者提供收入渠道，增强就业弹性

疫情期间美团外卖新增骑手上一份工作分布TOP5



疫情期间蜂鸟即配新增骑手上一份工作分布TOP5

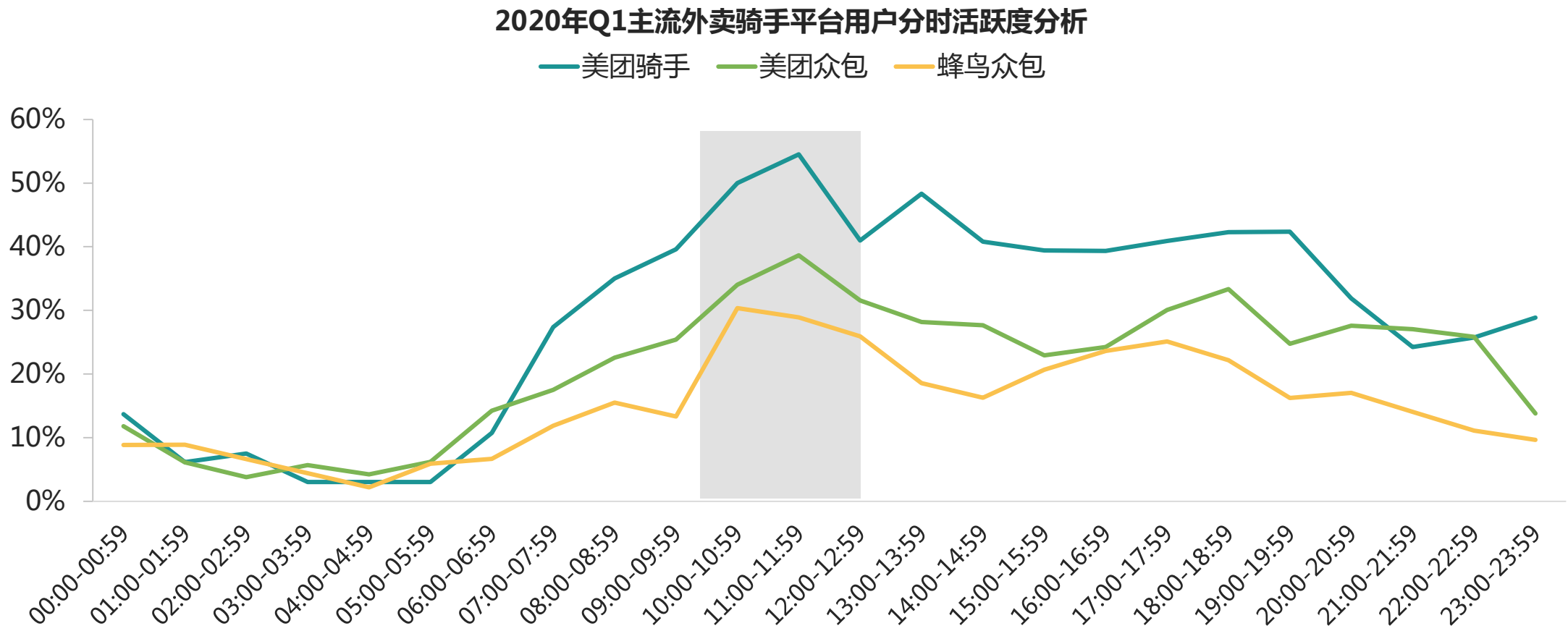


备注：本页为Trustdata根据行业公开资料整理所得

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

疫情期间，骑手活跃时间更为集中，午餐峰值凸显
美团骑手表现更为活跃，整体活跃度较高



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

Part Four 2020年外卖行业发展趋势研究

疫情防控形势向好，餐饮作为刚需消费将较快恢复

疫情倒逼商家布局线上及驱动行业标准提升，外卖行业向好趋势不变

走过疫情低迷期，外卖行业加速回暖，有望在短期内恢复至正常水平

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

疫情防控形势向好，餐饮作为刚需消费将较快恢复
疫情倒逼商家布局线上及驱动行业标准提升，外卖行业向好趋势不变

疫情防控趋稳

全面复工复产

政策放券刺激

用户粘性提升

全品类增长

需求端

国内疫情防控取得阶段性成效，虽仍有部分城市的小范围疫情波动，但整体形势稳中向好。

随着全面复工复产，大城市用户生活节奏提速，外卖因便捷快速备受青睐，并随着复工的进程维持向好的趋势。

消费券、美食券的发放刺激用户消费需求的恢复及提升，助力餐饮消费复苏。

疫情期间，用户增加对线上生活服务的体验，对外卖平台依赖程度增加，用户粘性得以提升。

除正餐品类外，“外卖半成品”、果蔬生鲜、药品及日用品等单量增长显著。

餐饮作为刚需将较快恢复

外卖行业向好趋势不变

供给端

疫情使堂食受阻，餐饮企业将加速布局线上并多元化业务，增强抗风险能力。

用户食品安全意识的提高使得大中型商家及连锁餐饮企业的品牌效应更加显现，加速餐饮行业标准升级。

商家布局线上

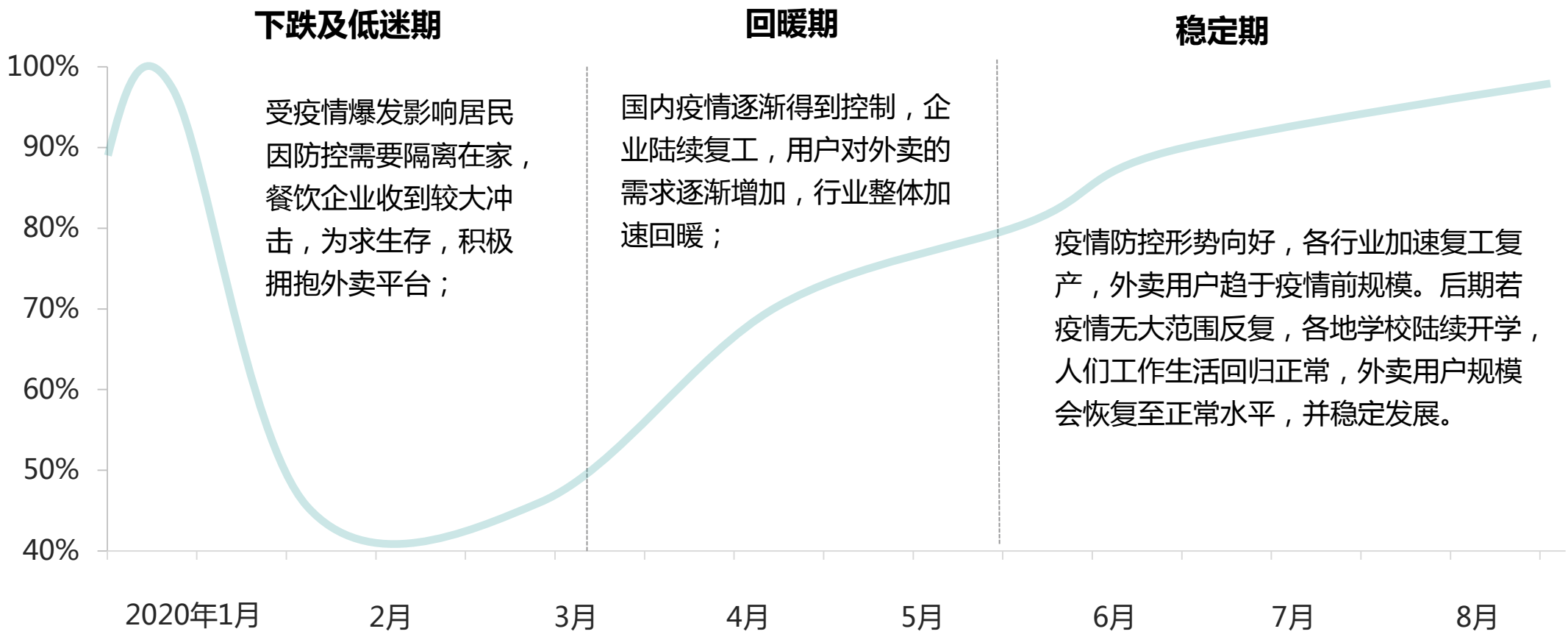
加速行业标准提升

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

走过疫情低迷期，外卖行业加速回暖，有望在短期内恢复至正常水平

2020年1月-8月外卖行业用户规模变化趋势



备注：纵坐标表示外卖用户规模相对疫情发生前用户规模的恢复程度，本页5月-8月数据为模型预测数据，仅供趋势参考

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

Trustdata

Trust Us, Trust Data