



2018年Q1中国外卖O2O行业发展分析报告

2018年5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7000万（月活跃用户超过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： 2017年1月至2018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

Contents

- 1 外卖行业发展现状
- 2 外卖行业竞争格局
- 3 外卖行业商家及骑手分析



Part One 外卖行业发展现状

外卖市场规模持续高速增长，预计2018年将超3600亿

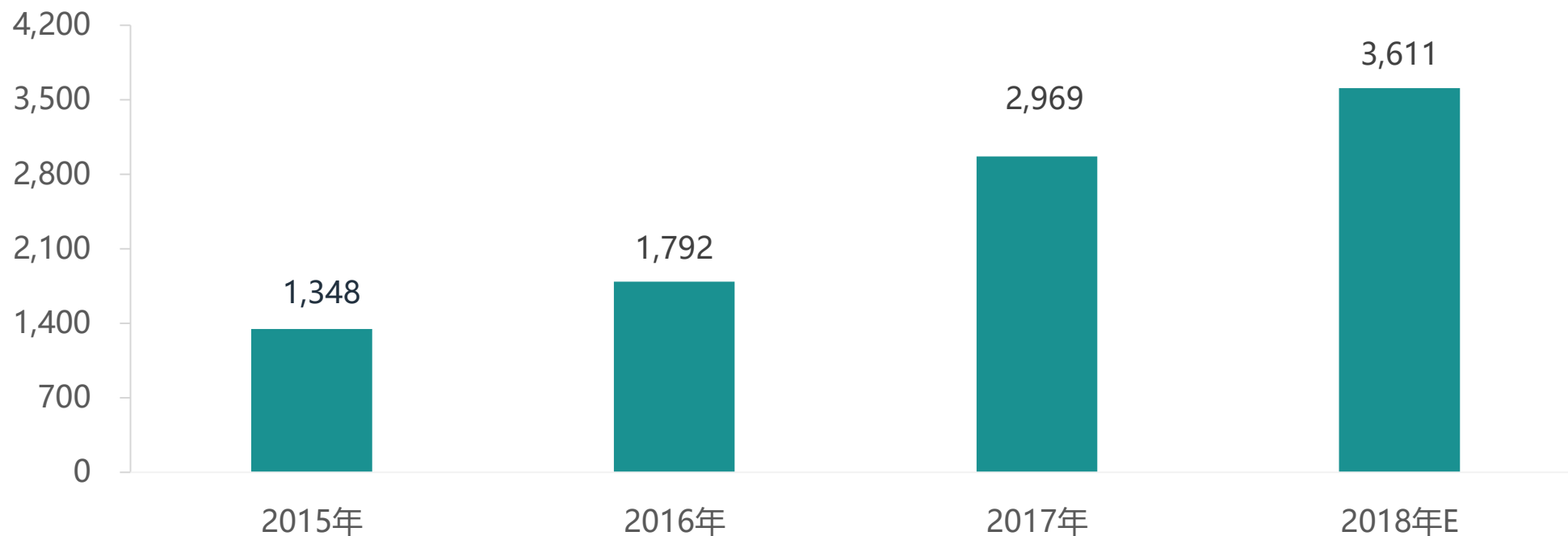
三四线城市外卖用户占比升至43%，增长趋势明显

外卖消费场景逐渐多元，同时外卖用户年龄出现拉宽趋势

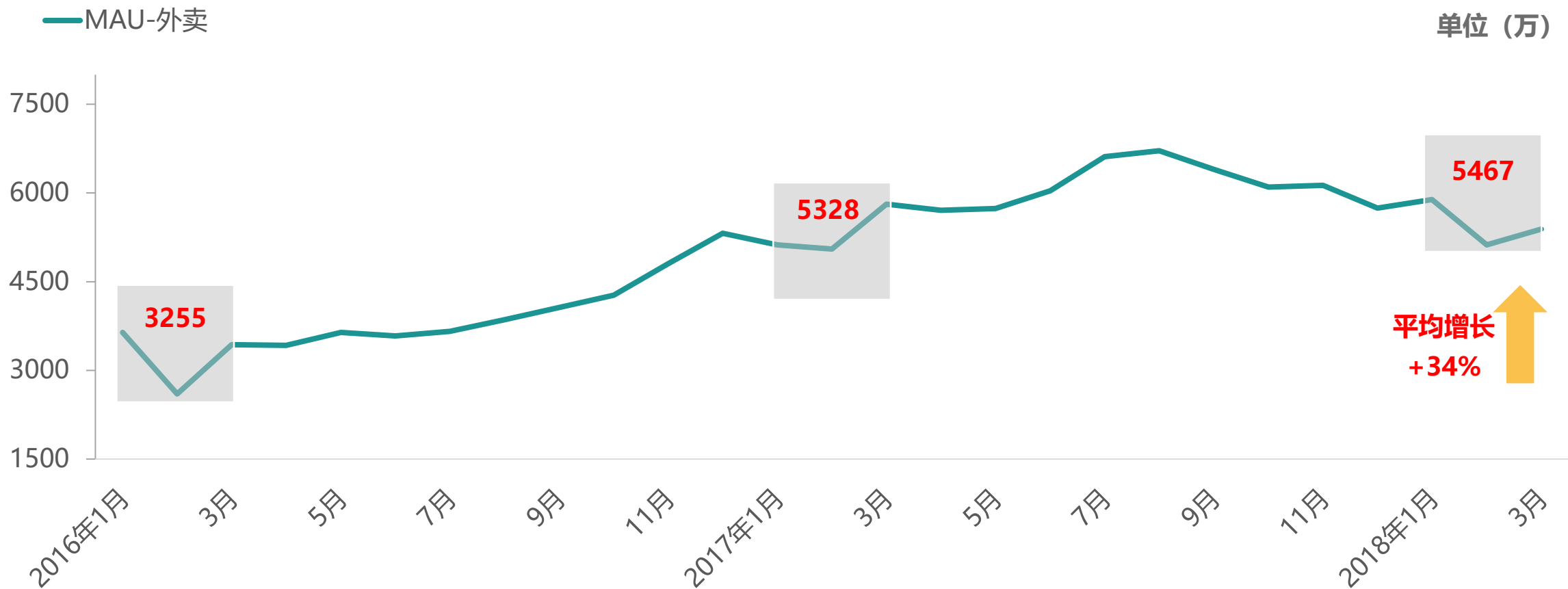


2018年外卖市场总交易额预计将超3600亿元 未来增长可期

2015-2018年中国外卖市场交易规模（亿元）

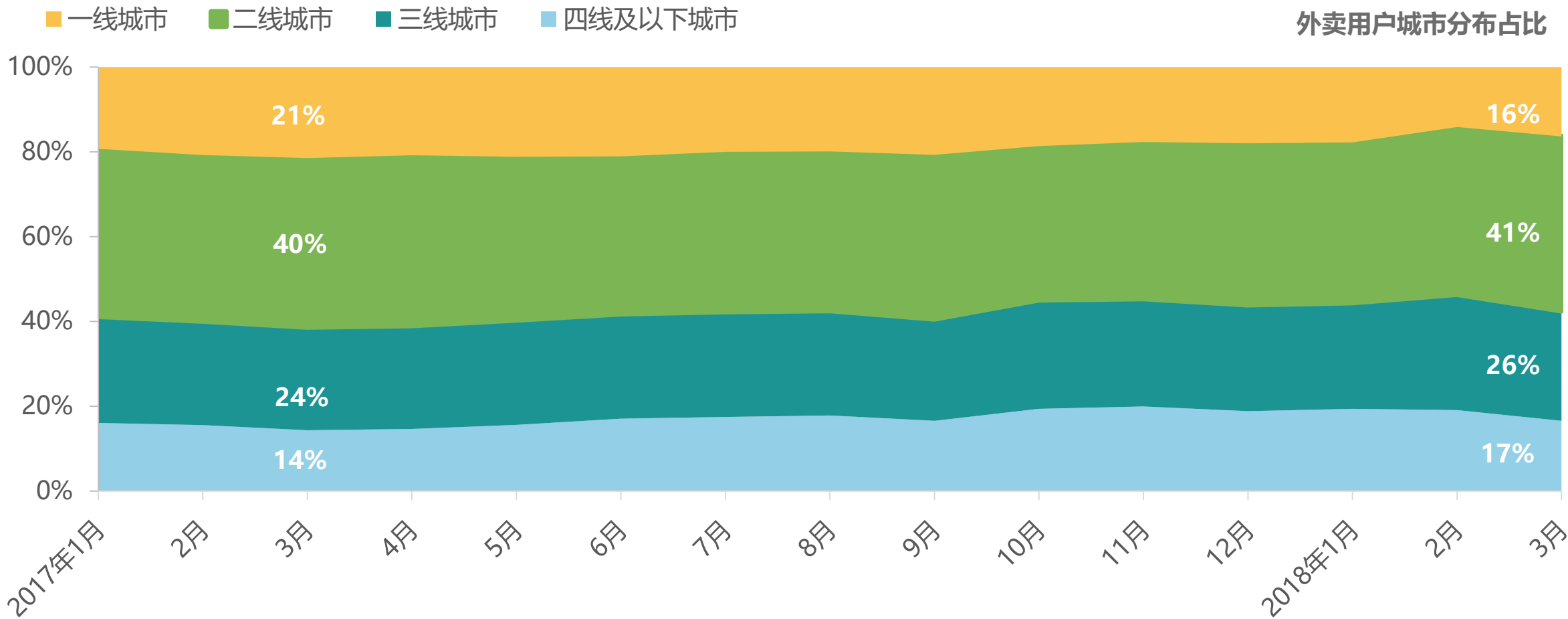


外卖活跃用户呈现持续增长趋势 2018年Q1季度平均增长达34%

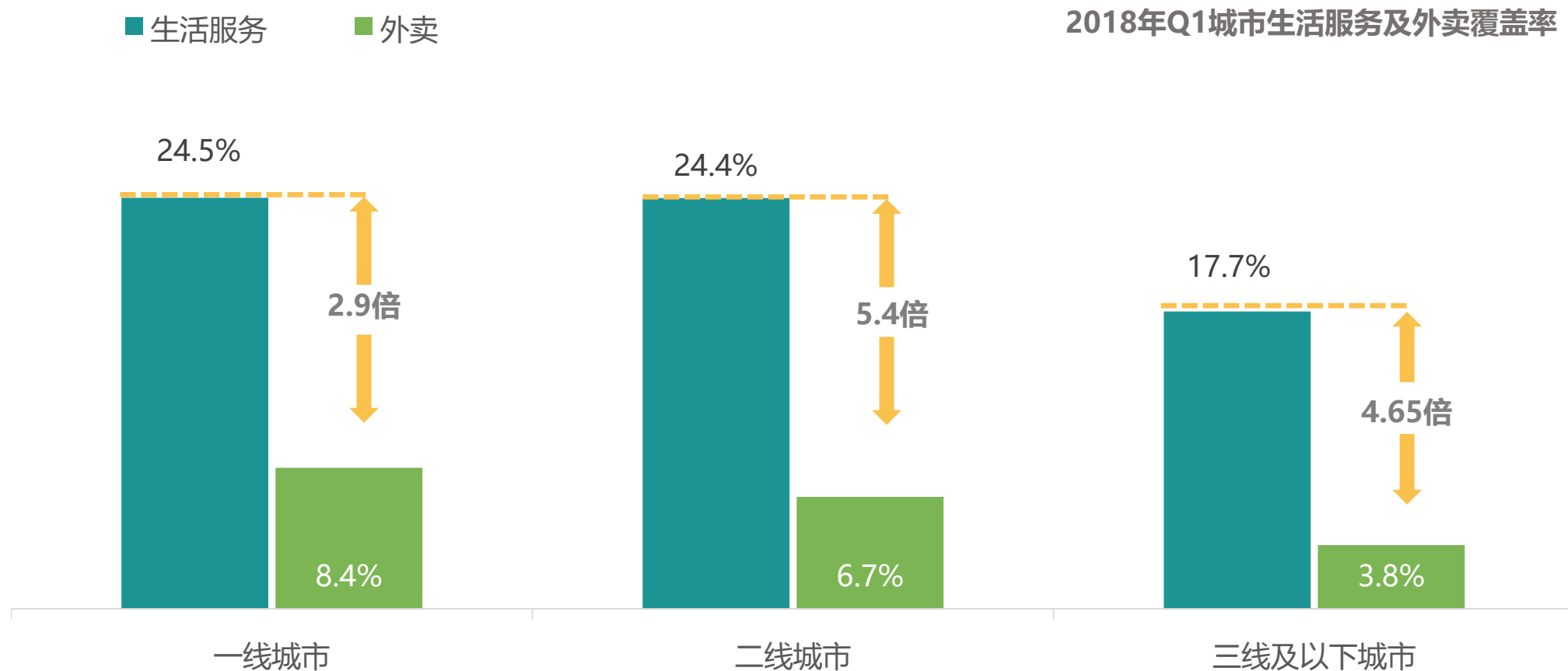


• 此处MAU数据仅包含独立外卖APP

2018年Q1，一二线城市用户规模占比过半 三四线及以下城市占比43%增长趋势明显

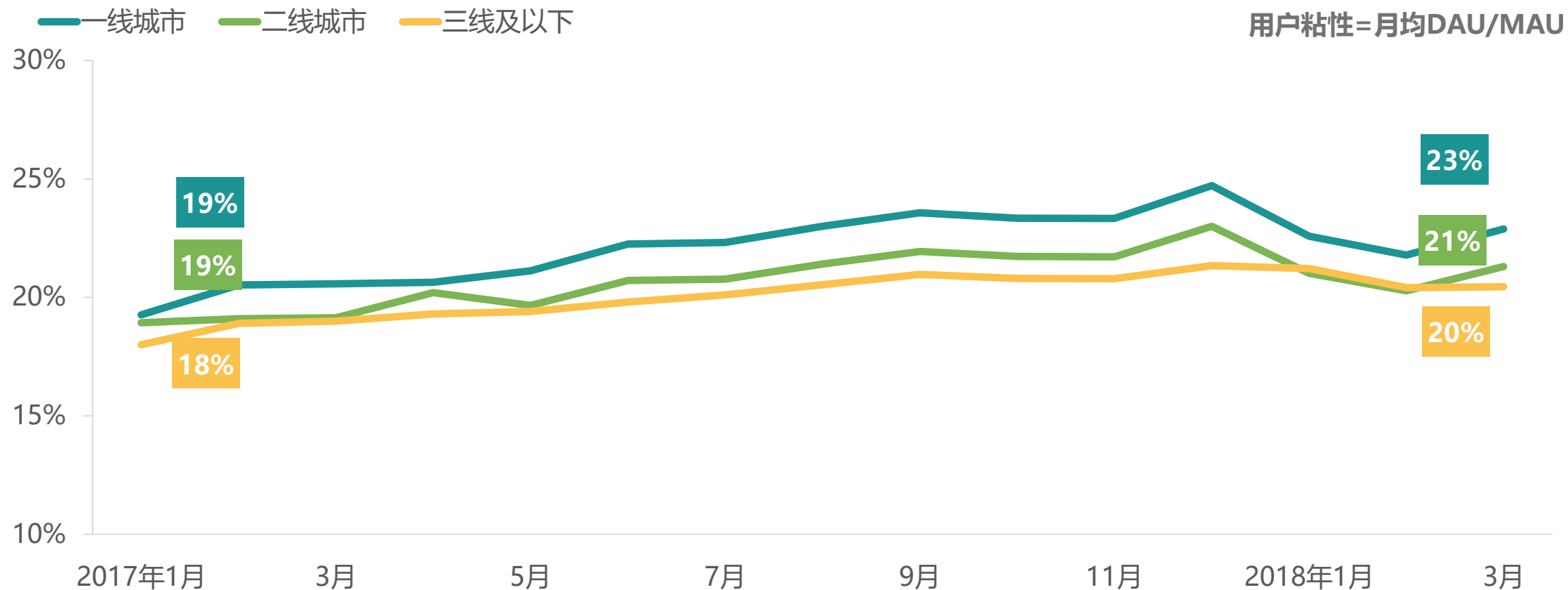


2018年Q1，外卖城市覆盖率远低于生活服务整体 其中二三线及以下城市差距在4倍以上，增长空间巨大



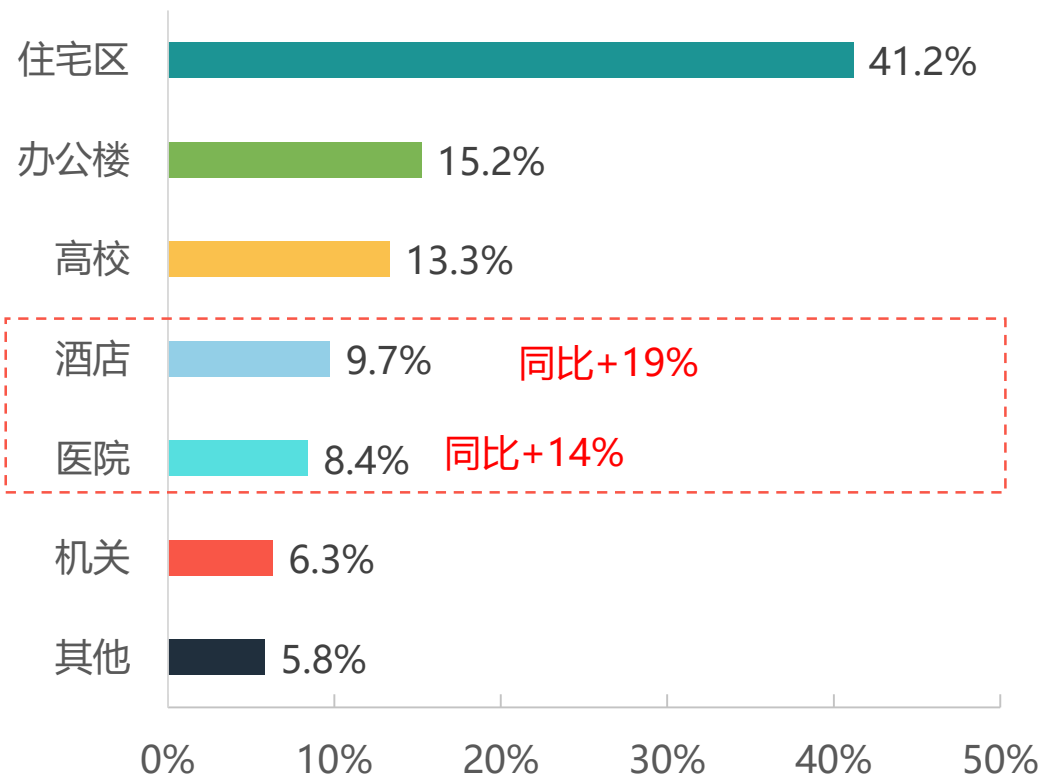
- 生活服务包括同城服务、到家服务、娱乐票务、快递配送、分类信息、团购等

一线城市用户外卖粘性最高，达到23% 三线及以下城市均升至20%以上



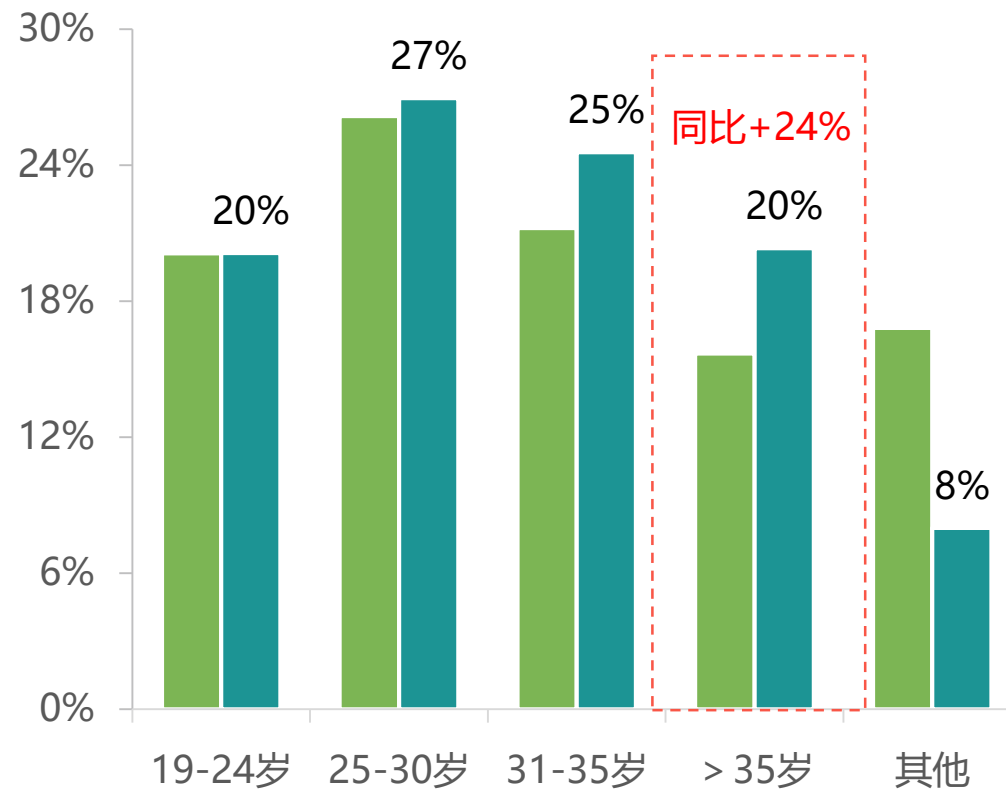
外卖使用场景丰富多元，酒店及医院增速最高 同时外卖用户年龄段逐渐拉宽，35岁以上用户占比达20%

2018年Q1外卖使用场景分布



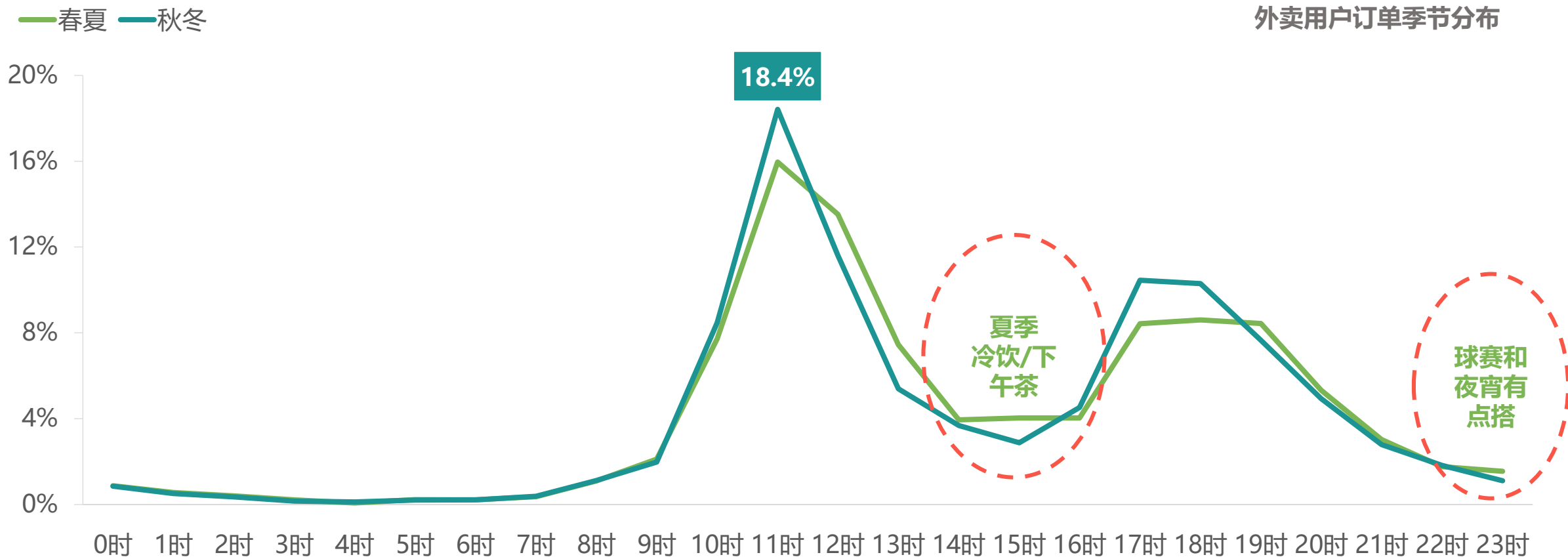
2017年 2018年

外卖用户年龄段分布



外卖订单时段受季节影响明显

其中下午茶及夜宵订单春夏季出现概率更高



Part Two 外卖行业竞争格局

外卖行业竞争格局稳固，美团外卖份额超50%占领导地位

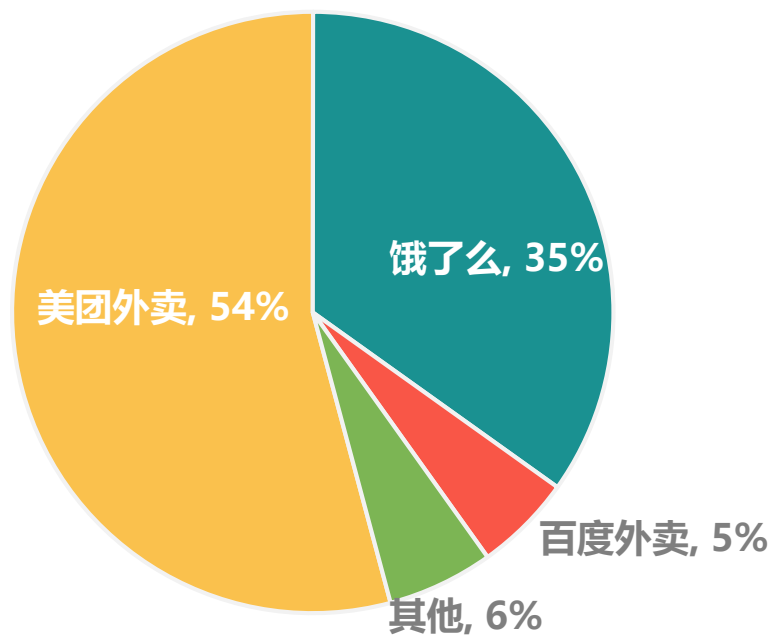
三四线城市外卖市场增长明显，美团外卖抓住增长机会优势显著

美团外卖用户粘性持续走高，2018年Q1领先行业



美团外卖市场份额扩大至54%，超饿了么与百度外卖之和 以绝对优势占据市场主导地位

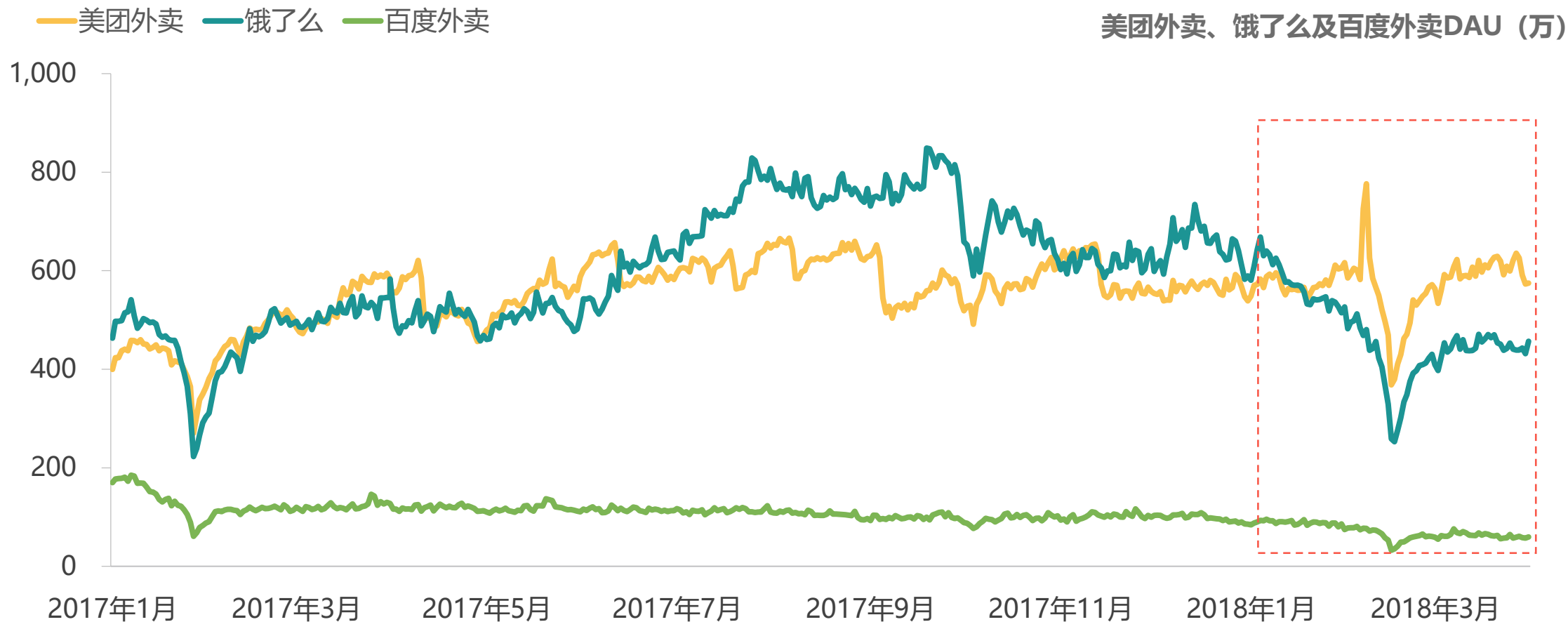
2018年Q1中国外卖市场份额（交易额）



- 市场份额根据2018年Q1订单交易额计算
- 美团外卖市场份额为美团外卖独立APP统计数据，不含其他渠道数据

2018年Q1，美团外卖独立APP表现最佳，DAU强势反超排名第一

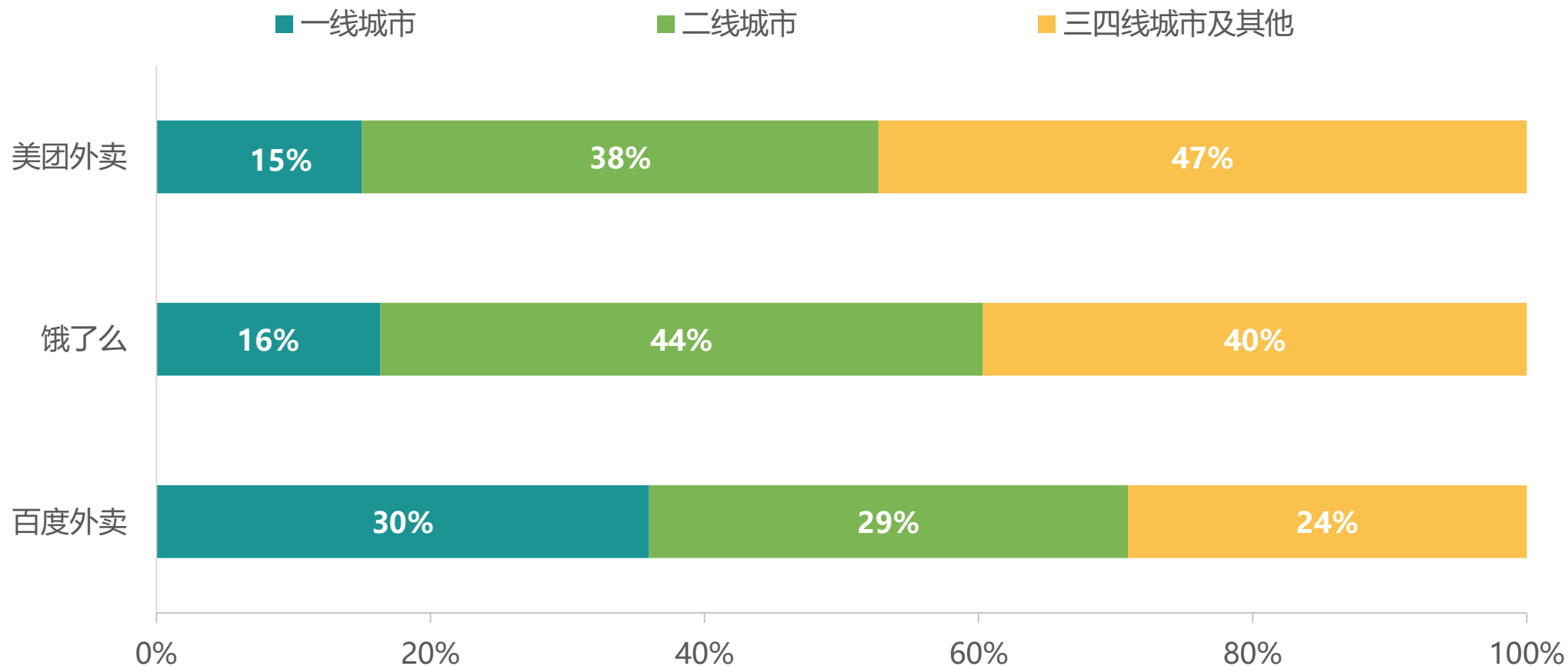
饿了么退居第二需加紧追赶



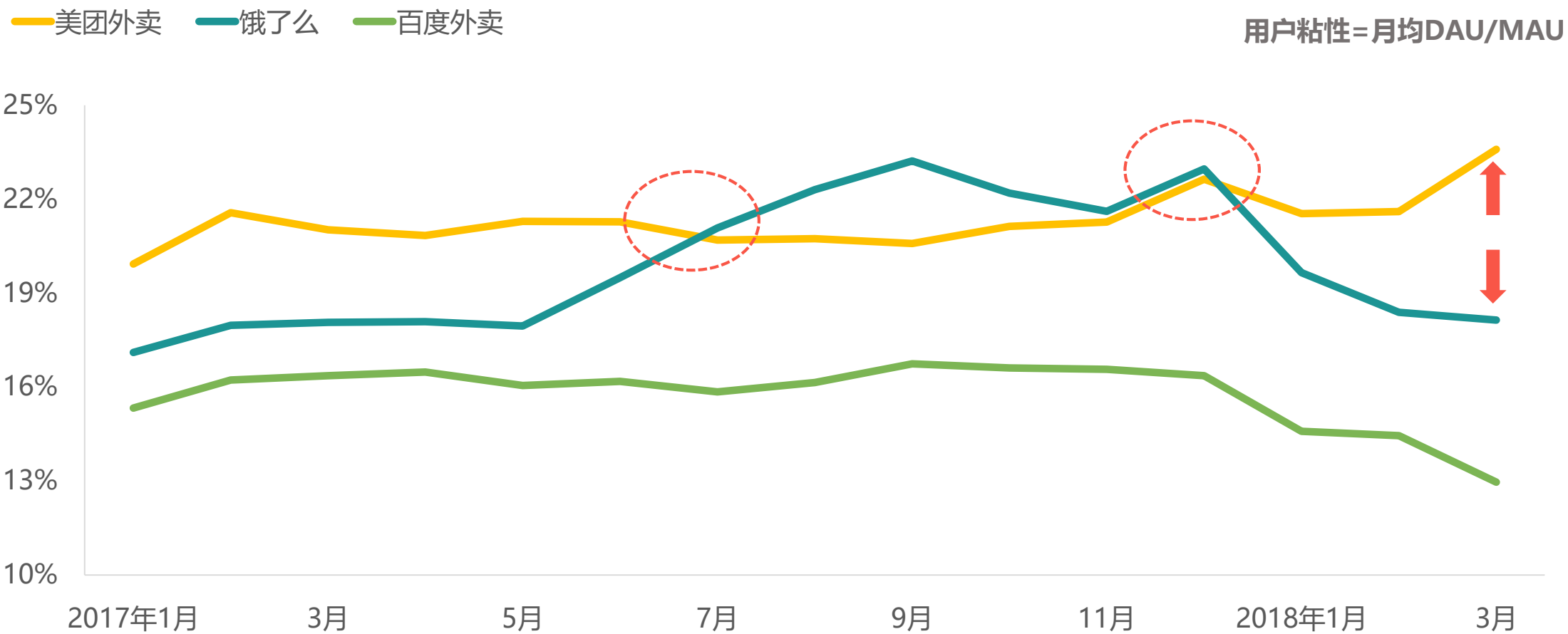
- 本报告美团外卖不包括大众点评、美团及微信等入口带来的流量数据，百度外卖不包括百度糯米入口带来的流量数据，下同

外卖增量市场向三四线城市转移，竞争三四线成关键一环

美团外卖抓住三四线城市增长机会，优势明显

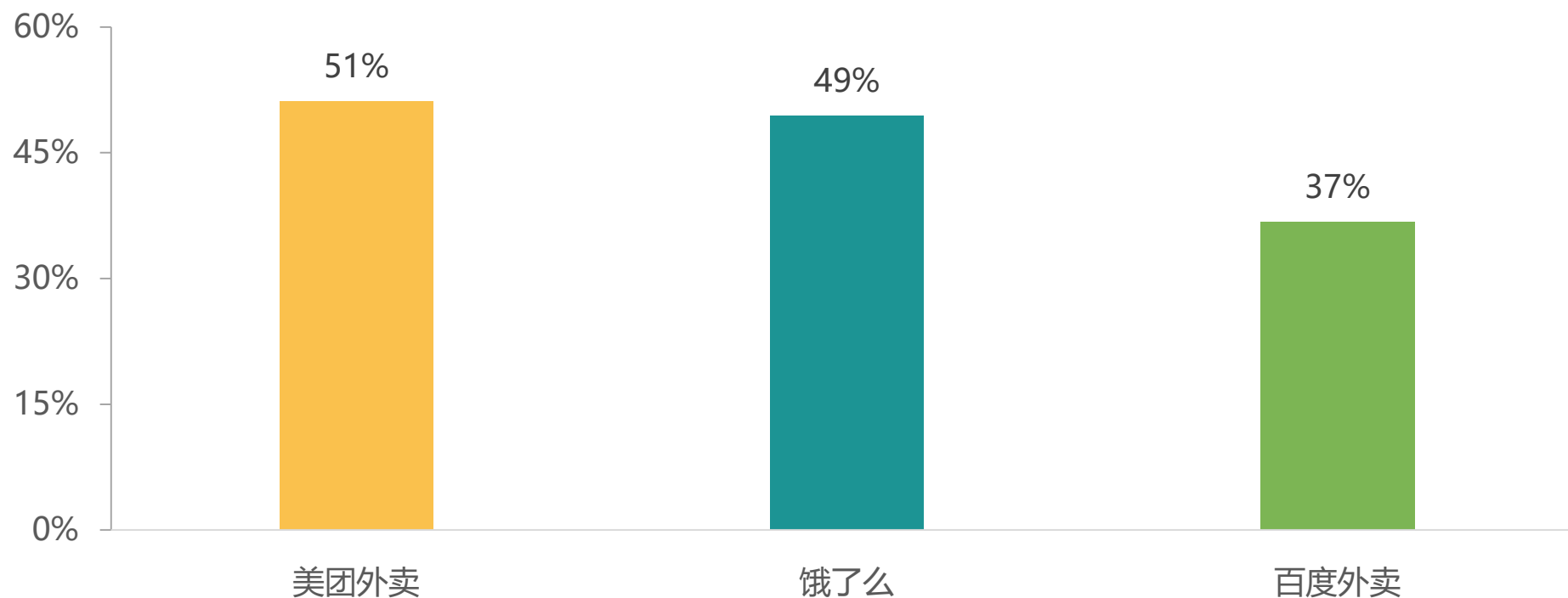


美团外卖独立APP用户粘性持续走高 饿了么及百度外卖用户粘性节节走低



美团外卖独立APP用户留存率持续保持50%以上，表现优异

2018年Q1美团外卖及饿了么、百度外卖留存率

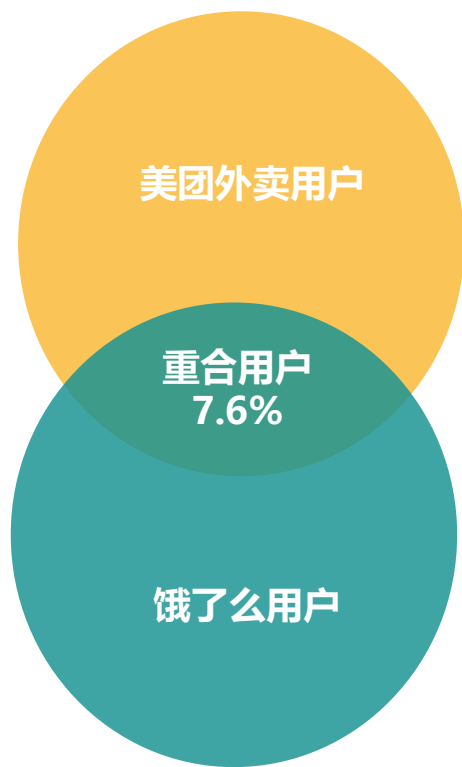


- 留存率示例：上月使用美团外卖用户，本月仍用美团外卖用户占比（此数据为2018年Q1留存率数据对比2017年数据得出，数据总量包含重合用户）
- 美团外卖为独立APP数据，不包括大众点评、美团及微信等入口带来的流量数据，百度外卖不包括百度糯米入口带来的流量数据

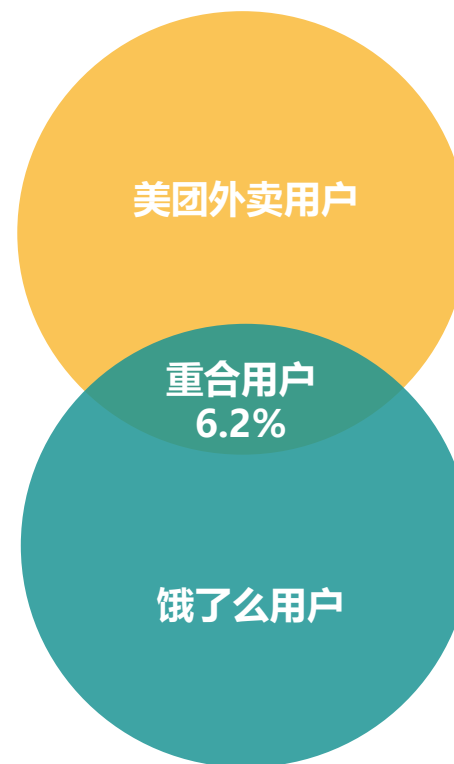
外卖市场竞争格局稳定

美团外卖独立APP与饿了么重合用户占比持续降低仅为6.2%

2017年美团外卖与饿了么重合用户占比



2018年Q1美团外卖与饿了么重合用户占比



Part Three 外卖商家及骑手分析

外卖活跃商家超过300万，月新增商家数量仍保持较高水平

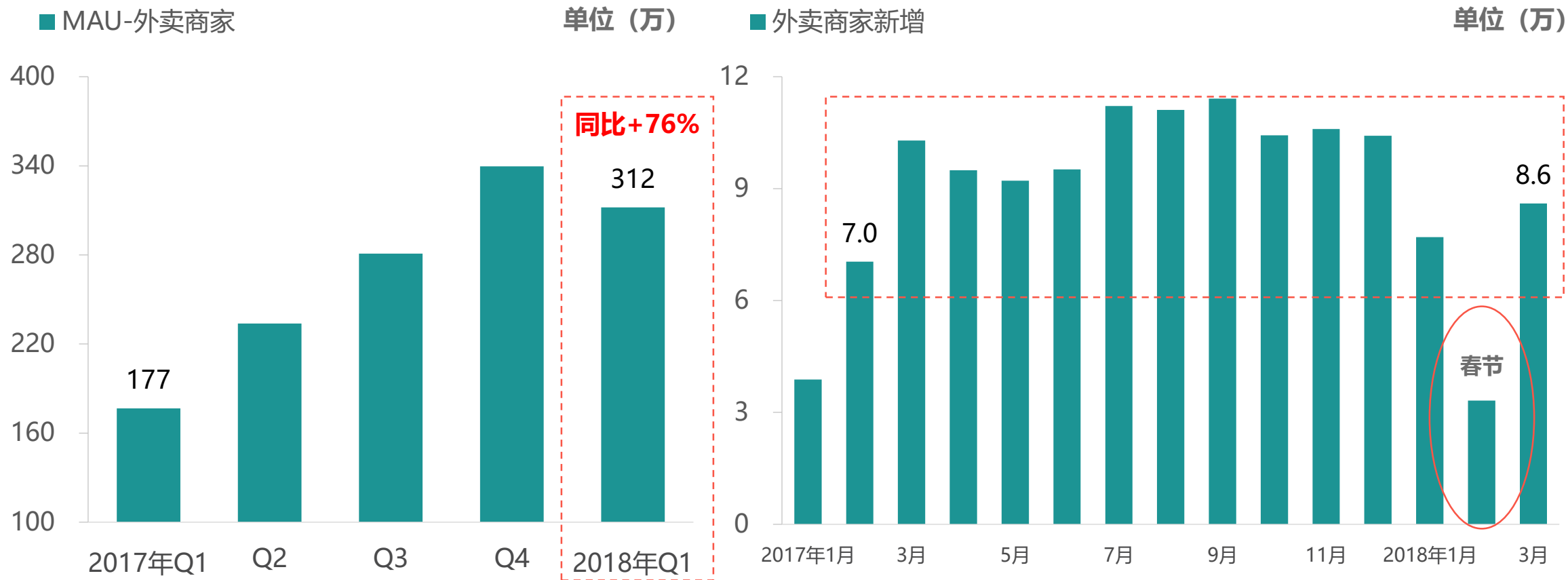
美团外卖商家资源优势遥遥领先，核心商家资源占比超五成

骑手资源城市分布不均衡，三四线及以下城市骑手资源相对紧俏



2018年Q1外卖活跃商家312万，同比增长76%

商家月新增量连续多月保持7万以上水平，活力不减

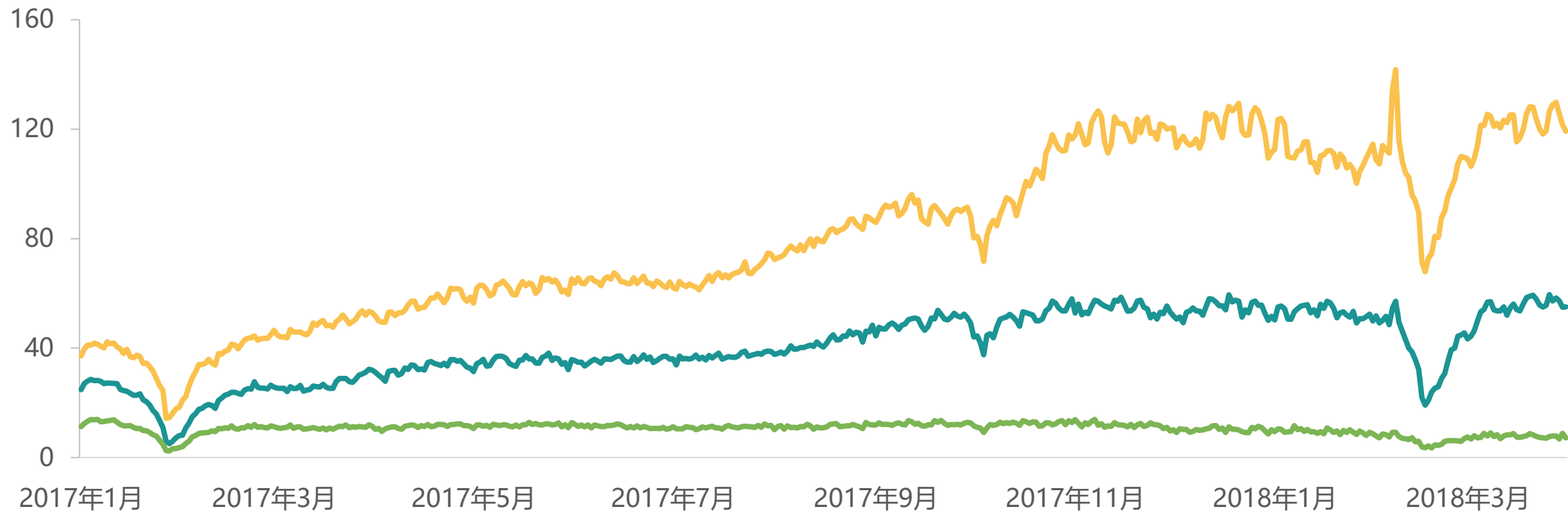


外卖商家资源之争已出胜负

美团外卖商家资源优势遥遥领先

— 美团外卖商家版 — 饿了么商家版 — 百度外卖商家版

外卖商家DAU (万)

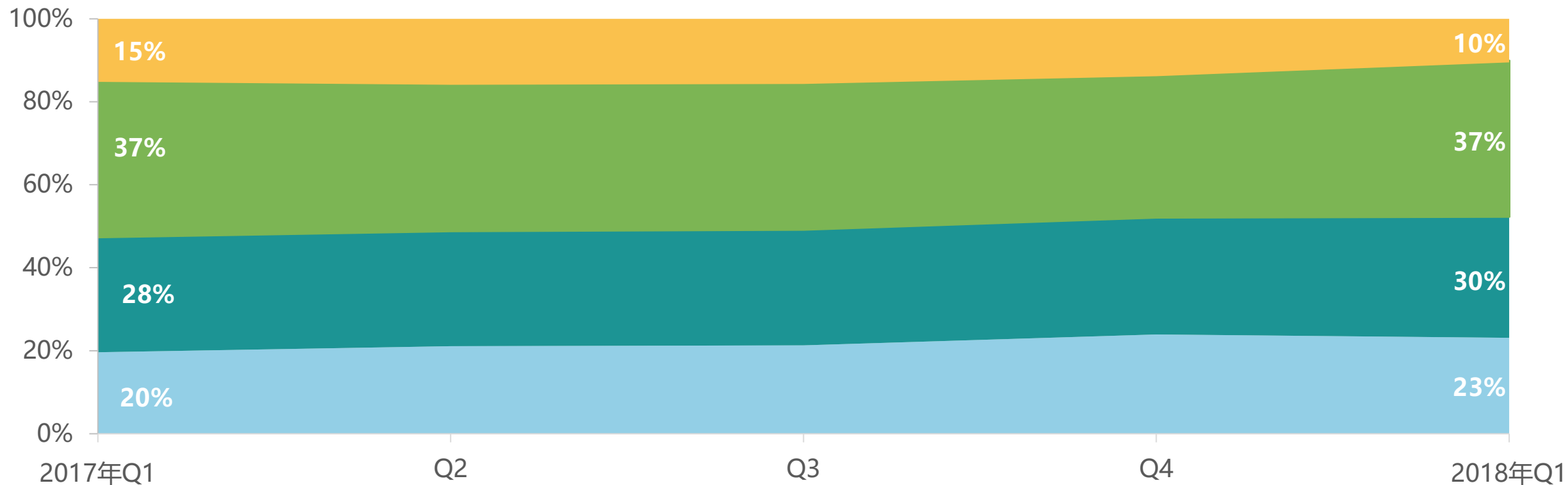


外卖商家一二线城市合计占比达47%

渠道下沉显著，三四线及以下城市增长趋势明显

■ 一线城市
 ■ 二线城市
 ■ 三线城市
 ■ 四线及以下城市

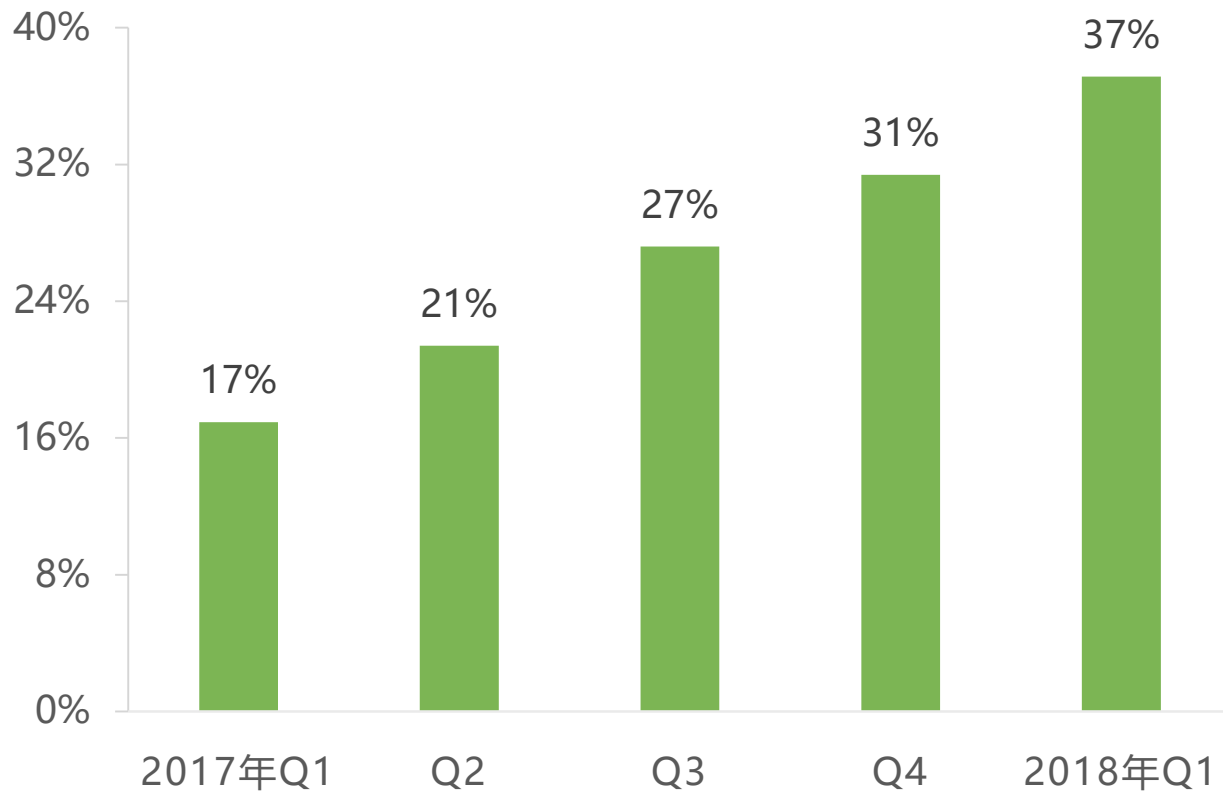
外卖商家城市分布



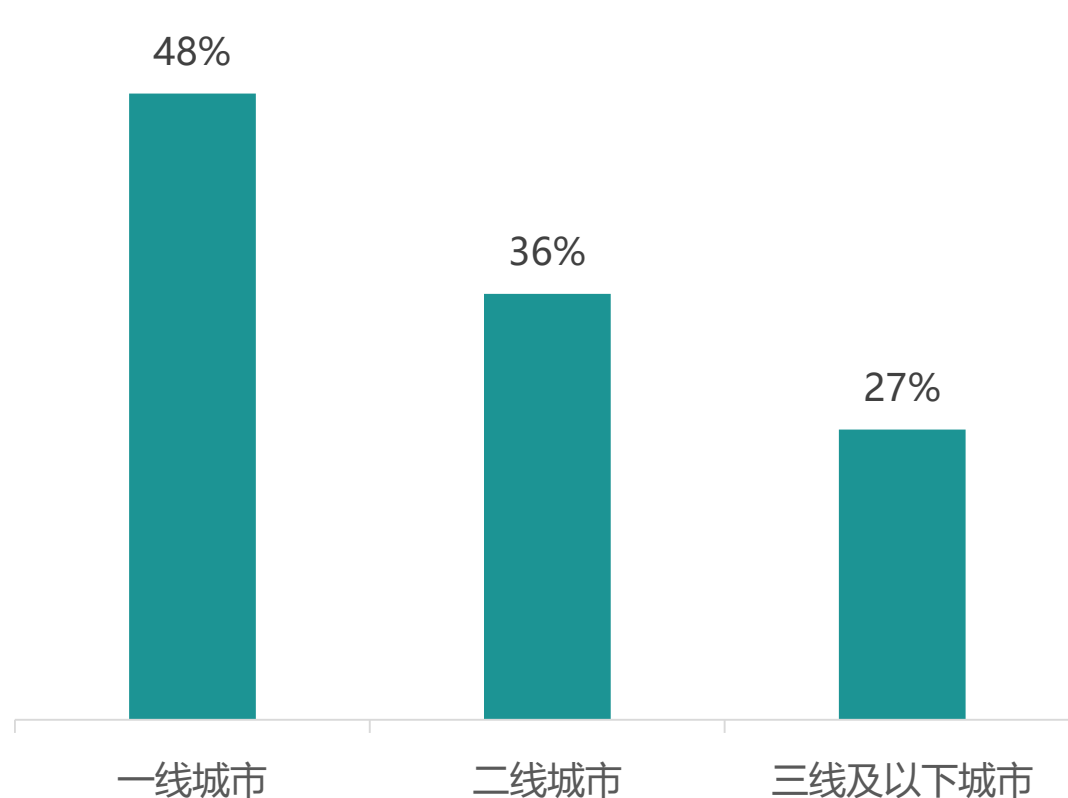
外卖商家整体覆盖率提升趋势，Q1达37%

一二线覆盖率较高，三线及以下城市有持续渗透空间

外卖商家覆盖率季度占比走势



2018年Q1不同城市级别外卖商家覆盖率

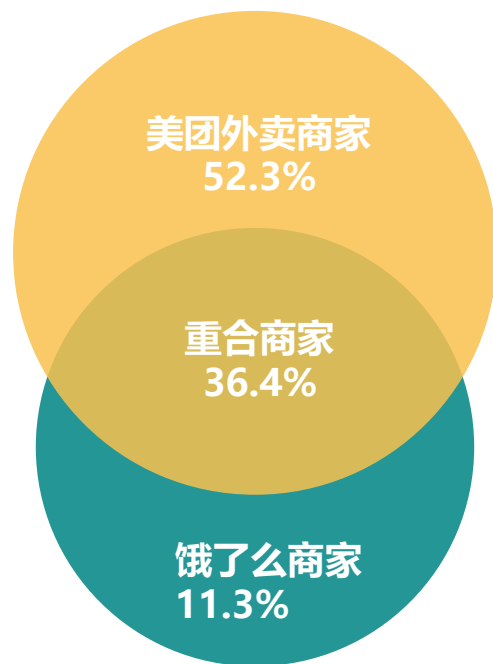


• 外卖商家覆盖率=商家MAU/餐厅总数量

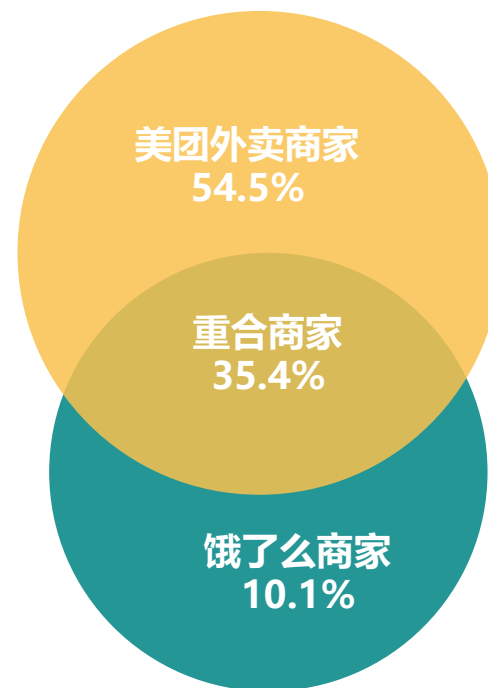
美团外卖与饿了么重合商家占比35%左右，趋于稳定

美团外卖商家资源有继续提升趋势

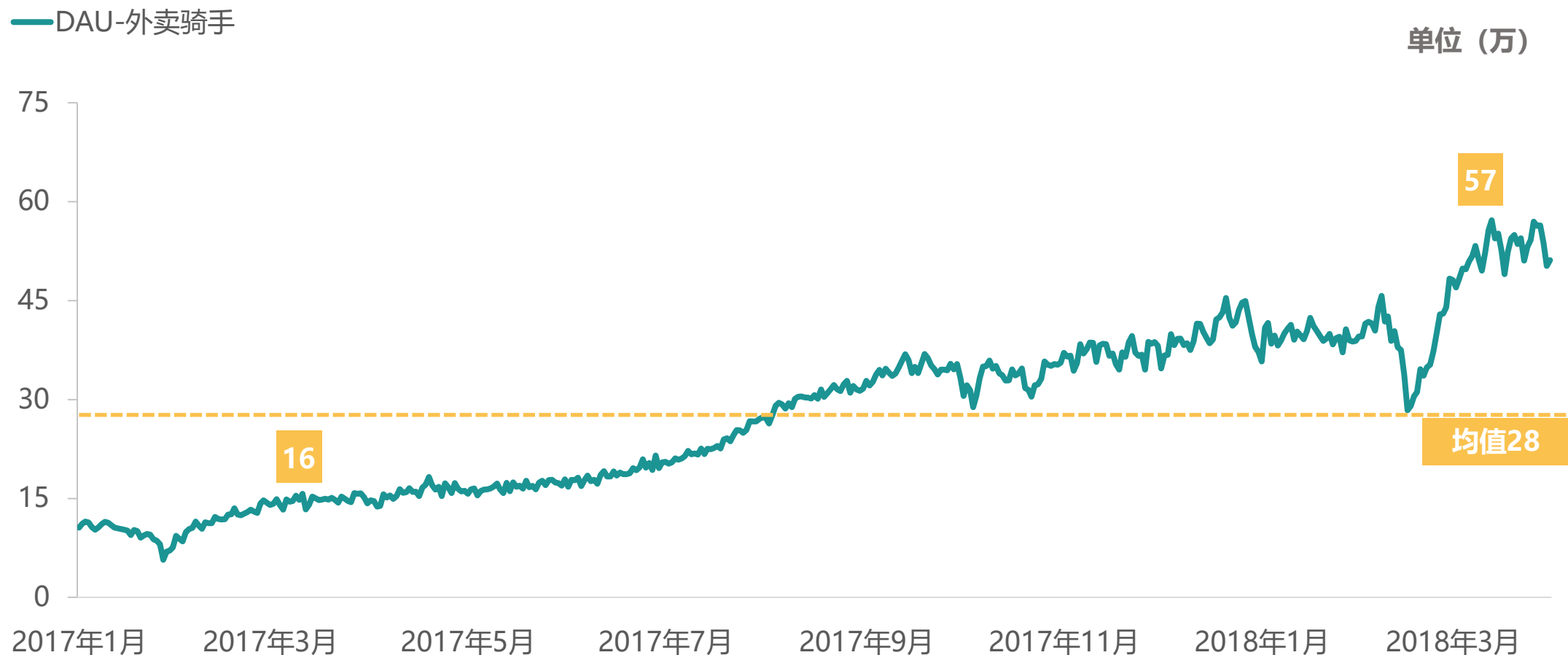
2017年外卖商家资源平台分布趋势



2018年Q1外卖商家资源平台分布趋势

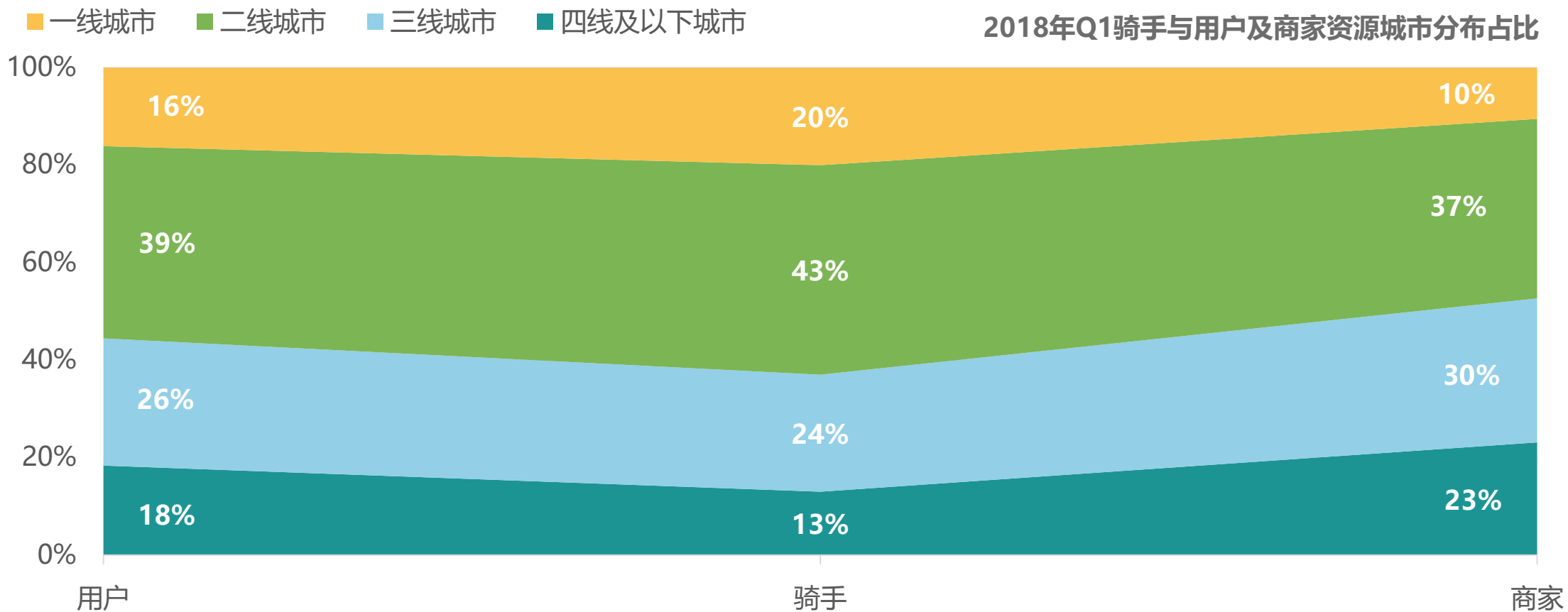


2018年Q1，外卖送餐骑手同比增长近3倍 骑手DAU最高57万



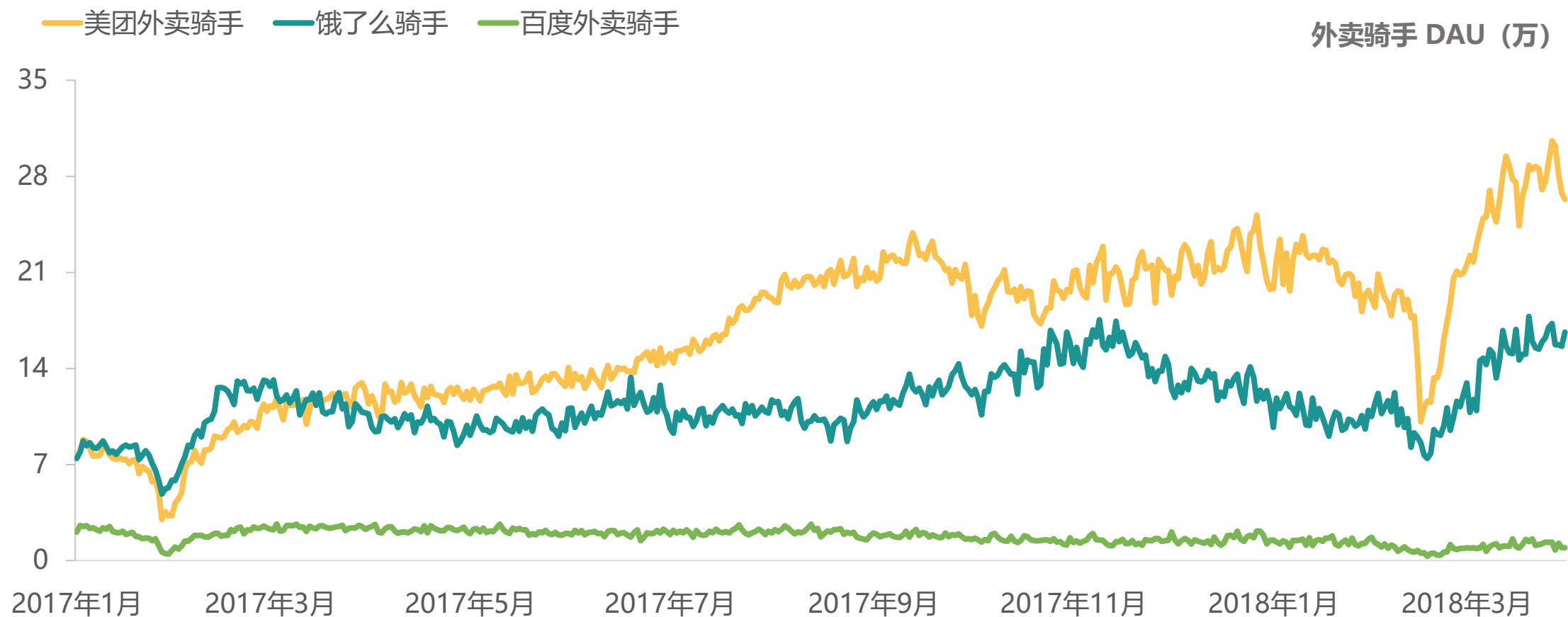
骑手城市分布有差异

一二线城市骑手资源充足，三四线及以下城市相对紧俏

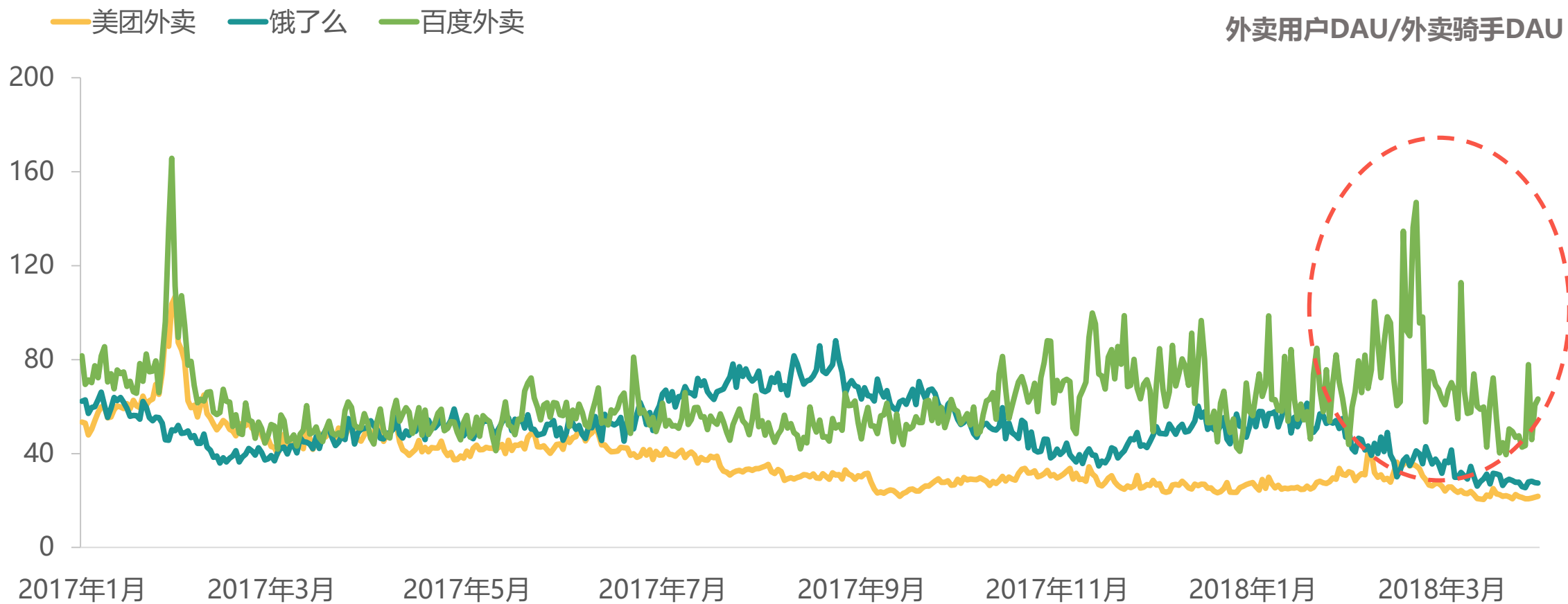


2018年春节过后，骑手规模重回增长通道

美团外卖骑手资源增速远超饿了么，差距再次拉大



2018年Q1百度外卖骑手送餐压力最大 美团外卖及饿了么骑手资源更充足，外卖送达效率高





Trust Us, Trust Data

