

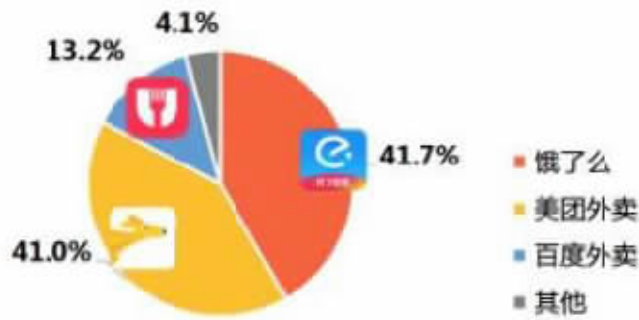
8月24日上午,百度外卖召开内部沟通会。在会上,饿了么CEO张旭豪和百度外卖董事长王路分别讲话,将一直被外界风传的“收购”表述成了“合作”。饿了么CEO张旭豪在会上表示,未来饿了么和百度外卖将采取双品牌模式,差异化发展,百度外卖将专攻中高端市场。

据比达咨询2017年Q1外卖市场报告,饿了么市场份额36.5%,美团外卖33%,百度外卖17.3%。合并完成后饿了么+百度外卖市场份额将超过50%。从此,中国的外卖市场将由三方鼎立变成双雄争霸。



饿了么收购百度外卖尘埃落定 网友神取名:度度饿了么

2017H1中国在线餐饮外卖平台用户份额



外卖市场三强的争斗历程

要知道美团作为“外卖届”的龙头老大,可是独占鳌头多年。虽然作为后起之秀2013年正式上线,迅速脱颖而出,至今没有哪家外卖能撼动其地位。

百度外卖是中国互联网行业“BAT”三巨头中唯一一个直接参与市场竞争的,13.2%的市场让其成为仅有的第二梯队。

在这三大外卖阵营中,各有优势。饿了么在用户价值挖掘、加盟商户经营和其他配套服务上,优势较为明显。

其实2014年5月之前,美团还属于阿里系,但随着美团点评合并,阿里和美团也就此决裂。腾讯是大众点评的股东,大众点评是饿了么股东,美团和点评结合,意味着腾讯将插手进来,美团外卖成为了“亲儿子”,饿了么则失去了靠山。从此饿了么VS美团的决裂便开始了,当时美团点评合并并没有顾及饿了么,如今饿了么以8亿美元收购百度外卖,也算是正式拉开了最终角逐。

自从2016年9月开始,关于出售百度外卖的传闻不断流出。美团、顺丰,当然也包括饿了么先后出现在收购名单上。

2016年,外卖呈现三国鼎立矩阵。饿了么和美团为了抢占校园市场打得火热;百度外卖看准白领市场,加大拓展力度。与此同时,一度将大量人力、财力投向外卖生态链上,陆续上线了掌鱼生鲜、商超、外包、电商平台等项目。

用户方面,美团在春节期间依然保留部分配送业务,并且给予骑手奖励,这也使得百度外卖长时间处于招不到骑手的局面。用户粘合度降低直接影响百度外卖的营收,之前开辟的业务也让

百度外卖的资金也不允许百度外卖施行相关战略布局。

唯一能依靠的百度集团也于今年10月宣布转型人工智能,今年上海车展李彦宏提出的“阿波罗计划”,也让人工智能成为百度集团下一个押宝对象。

由此看来,百度外卖的商业价值大不如前,市场份额也与日俱减。据艾媒网《2017上半年中国在线餐饮外卖行业研究报告》了解:2017上半年,百度外卖、饿了么、美团所占市场用户份额分别为13.2%、41.7%、41%。

2016年7月,在Q1财报发布后,百度外卖的估值达到了24亿美元。短短一年,饿了么5亿美金的收购直接这让百度外卖的身价“缩水”近80%。

百度外卖不得不找寻新的靠山,饿了么收购百度外卖的同时也给美团施加了压力。整个外卖平台也变成双雄争霸阶段。

链接

对此次合并 网友展开一场起名大赛

关于百度与饿了么合并后的取名问题,大家纷纷开启了脑洞。

有的说,纳尼?这意味着什么?以后外卖名称到底是叫“饿了么百度?”还是叫“饿了么外卖?”还是“百度饿了么?”

有的说,叫“度子饿了么”有的说叫“饿度子”

有的说取名萌一点就叫“度度饿了么”

@lala:优惠券又要变少了,且订且珍惜……

综合法制晚报、海疆在线等

阿里是幕后推手 收购金额暂未透露

截至记者发稿时,会上并未透露此次收购饿了么付出的金额。而此前的消息称,饿了么将为将百度外卖纳入旗下付出5亿到8.5亿美元的资金。

8月24日的百度外卖内部会议也明确百度外卖被出售一事,先后与美团、顺丰谈判未果后,百度外卖最终与饿了么达成了合作。

此次收购不包含百度糯米,很大原因在于对于百度

糯米的战略已经转换航向,从原来的O2O业务变为如今百度的广告业务,并在今年7月实现扭亏为盈。

除了扩大领先优势,分析还认为,饿了么这宗收购还将获得百度外卖在高端市场累积的用户和商户资源,以及百度的技术、流量入口等重要加持,强化新平台的竞争壁垒。

此次收购,阿里巴巴是重

要推手之一,在饿了么收购百度外卖完成后,阿里将进一步推动饿了么、百度外卖以及口碑的融合。

2015年,阿里投资饿了么12.5亿美元,占股约27.7%,是饿了么第一大股东。2017年5月,据彭博社消息,阿里又向饿了么投资至少10亿美元。业内认为,正是这笔资金让饿了么收购百度外卖有了经费。

而也有网友担心外卖将重复打车软件的市场争夺轨迹,合并带来的是对用户补贴的减少。

对此,中国食品产业评论员朱丹蓬表示,补贴不会骤然下降。因为市场格局仍没有确定,外卖平台中仍没有出现一家独大的情况。但是,随着商户差异的缩小以及补贴不断减少,服务及用户体验将是下一步外卖平台“决战”的关键。

外卖市场进入双雄争霸格局

据TrustData在2017年5月发布的报告,在外卖领域,美团外卖、饿了么、百度外卖分别以1.23%、0.97%和0.20%的月度覆盖率居行业前三。

8月3日,易观发布2017年第2季度中国互联网餐饮外卖市场分析报告。在外卖市场用户使用情况方面,截至2017年6月,饿了么APP月活人数达3402.0万人,美团外卖月活人数达2989.7万

人,百度外卖月活人数达1748.9万人。

不论是市场占有率还是月活人数,饿了么和美团外卖均为前两名。而饿了么收购了百度外卖后,外卖市场上呈现了两强并立的局面。

艾瑞咨询分析称,饿了么和百度外卖合并后将极大改变目前饿了么和美团外卖的相持局面,甚至有可能成为外卖市场走向垄断的转折点。