

品质外卖成首选,水果订单排名第一,医药健康增速迅猛,共享厨房应运而生

野蛮扩张后,品质服务主导外卖市场

据中国烹饪协会数据,2017年,全国餐饮收入预计将超过3.9万亿元,同比继续保持两位数增长,而外卖借助移动互联网发展,使外卖外送成为消费者“自己做饭”和“在外堂食”以外的第三种常规用餐模式。近日,美团外卖、饿了么(含百度外卖)相继发布年终发展报告。2017年,中国在线外卖市场规模预计可达2046亿元,增长率为23%。在线订餐用户规模将达到3亿人,同比增长18%。二者的报告中均可以看出,网络外卖依然保持高速增长,但在互联网用户“红利期”以及外卖“野蛮期”过后,市场发展趋于平稳,消费者对品质、服务的需求将成为下一个市场发力点。

现实 品质外卖的商家角逐

饿了么数据显示,2017年饿了么的平均外卖客单价继续上升,突破40元大关。上海外卖客单价更领跑全国,外卖客单价达到54.5元。

外卖要吃好,品质外卖就成了首选。品质商户(品质商户指品牌商户和连锁餐饮商户)也越来越受平台青睐。2017年一个品质商户的平均销售额是一般商户的4.5倍,品质商户的优势不言而喻。目前,饿了么的品质商户数量也在不断扩大,截至2017年年底,饿了么品质商户同比2016年增加了26%。

美团点评研究院在其发布的《2017外卖发展研究报告》中也显示,与2016年相比,2017年品质商户订单数量提升了7%,超过1/4的订单来自于品牌商家。

促成品质外卖份额的提升,离不开白领等人群消费能力的提升。从饿了么发布的数据来看,白领消费在交易额和订单数量上遥遥领先,占比分别为88%和80%。而客单价方面,已经突破了40元,30-40元是交易的主要区间,50元以上和40-50元分列二三位。

中国电子商务研究中心生活服务O2O部助理分析师陈礼腾对记者表示,在线外卖行业一直是生活服务O2O领域的重要组成部分,是众多资本家争夺的重要市场。饿了么与百度外卖的合并,在线外卖市场目前资本主要集中于美团以及饿了么两家,在线外卖行业目前格局已趋向稳定。他认为,资本的投入开始从市场占领转为品质服务的较量,在线外卖市场的战争还未结束。

运作 非餐领域带来更多遐想

通过美团点评研究院数据可以发现,外卖对三四线城市的覆盖正在加强,渠道开始进一步下沉。从数据来看,三四线城市订单同比增长分别为187%和238%,远超一线城市。外卖平台需要进一步加强线下业务覆盖,注重培养三四线城市用户外卖习惯。

在一线城市,随着餐饮商户争夺的区域饱和,以外卖平台为主导的即时配送和非餐市场有望成为下一个热点区域。

在品类方面,甜点饮品、生活超市、生鲜果蔬等增速明显,并远超美食品类。此外,跑腿业务也在增加,消费需求带来的消费升级和个性化服务,正在积极影响着外卖行业的发展。

这一内容在饿了么的报告中同样得到了体现,2017年外卖非餐订单中水果订单排名第一,38%的用户都会选择点一份水果外卖。而医药健康的增速最为迅猛,相较于2016年订单量得到了150倍的增长。

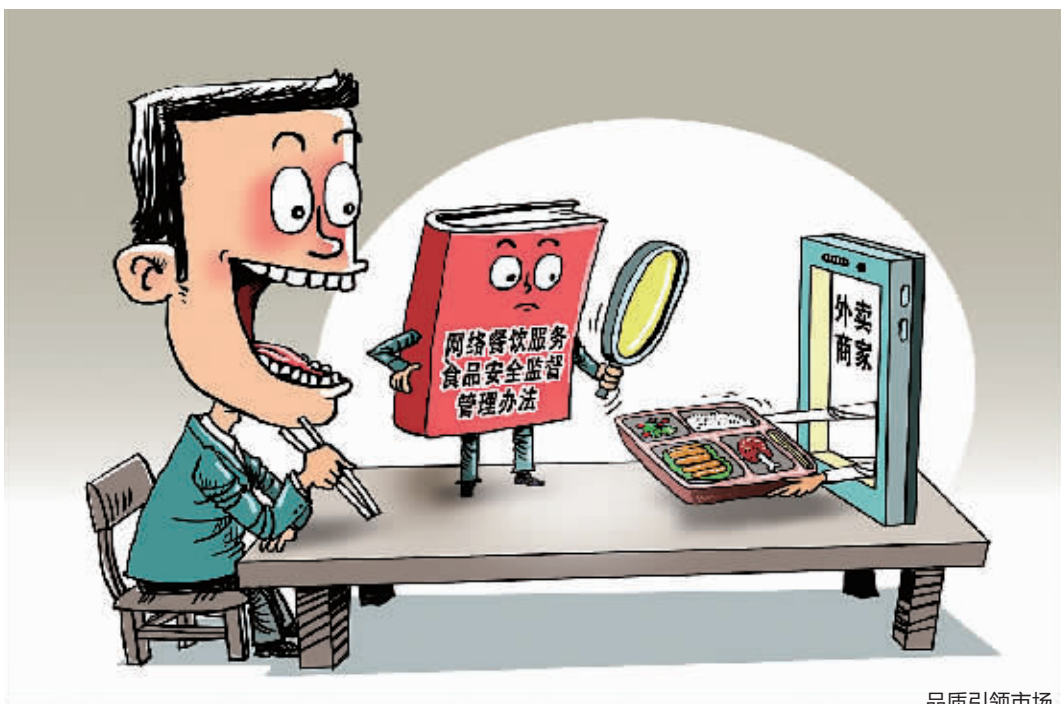
2017年7月31日,饿了

么和即时物流配送服务商点我达宣布达成合作。共同发力本地生活服务市场。值得注意的是,饿了么与支付宝、点我达的合作,三方背后有阿里巴巴集团的支持和参与,也被业内视为阿里打造本地生活服务生态圈业态的重要环节。

对于新的领域,早在4月,饿了么CEO张旭豪就曾对记者表示,饿了么的非餐饮交易额已经占到平台整体的10%。这充分表明,用户对餐饮以外消费品的即时配送需求不仅真实存在,而且潜力巨大。未来,饿了么将发力消费品即时配送市场。

有分析称,依托日渐成熟的即时配送运力,外卖平台已开始涉足餐饮以外的品类配送,如鲜花、生鲜、商超等。一旦“万物皆可即时配送”成为现实,即时配送自身也有望成为外卖之外的另一个千亿级别市场。

美团点评研究院数据指出,酒店、商铺、医院等逐渐成为新的消费场景,其中酒店的订单比例高达8%,随着用户习惯的形成,异地差旅人士成为外卖不容忽视的重要人群。



品质引领市场。

需求

外卖尝试共享厨房

近日,中国烹饪协会与央视财经频道联合发布《2017年度美食消费报告》。报告指出,2017年是共享经济爆棚的一年,外卖外送看似门槛低,但选址难、办证难两座大山就把很多经营者拒之门外。共享厨房作为小餐饮的“包租公”,在外卖外送的市场需求下应运而生。

据记者了解,共享厨房按照食药监规定统一进行装修,且具有正证照、的场所,并为入驻者提供“保姆式”一体化服务,包括全案策划、整体代运营等,为外卖经营者入门提供了很多便利,可为消费者提供自提便当、外卖堂食化等多种服务,是餐饮零售化的产物。

对于共享厨房的监管,记者注意到,在共享厨房竞争更为激烈的上海,食药监局发布“进一步加强专业网络订餐经营企业许可和监管工作的通知”,通知中特别针对场地租赁方有明确的要求,表明将加强对租赁场地经营商家食品安全要求落实情况的检查。对发现不符合食品要求的,立即整改并酌情收回租赁经营的场地。

除此之外,规定另详述了针对专业网络订餐的线下场地核查条例,对共享厨房选址、加工、场所设置和布局、各功能区面积、排水消毒排烟等28类71项问题做了详尽的标准描述。

■据经济日报

展望 餐具环保任重道远

2017年,外卖餐具的安全、环保问题曾引发了社会各界广泛关注。美团、饿了么也各自推出环保计划,分别聚焦在餐具提供、研发环保餐盒等方面。

2017年8月31日,美团外卖宣布将启动“青山计划”,并设立“首席环保官”,联合发布《绿色外卖行业公约》,并做出在美团外卖年APP上增加“不需要一次性餐具”的选项,策划推动“环保餐盒包装推广工程”等承诺。饿了么宣布启动“安心计划”,联合一次性餐盒生产企业、餐饮企业、中国包装联合会共同对一次性餐盒进行审核筛选。并在年底推出了首批24家餐盒安心名录企业名单。

据饿了么年终数据显示,截

至2017年12月31日,备注“无需餐具”的外卖订单达到了980万单,通过饿了么节省的一次性餐具预计超过一千万份。

但在网络外卖的前端,“环保选项”也透露着尴尬。在媒体的报道中,仍有商家出于好心,对明确要求不需要餐具的订单提供餐具。而在实际体验中,记者也多次注意到,即使明确了餐具数量,店家也会“随手抓一把”,本着宁多勿缺的原则提供餐具。

有餐饮企业负责人认为,在使用餐盒方面,在一定时间内让菜肴的品质不变是餐饮企业的重要诉求。在该负责人看来,餐盒使用量彻底降低很难,而研发和生产出更环保、更便捷、更便宜的包材才是目前企业最好的选择。

海关数据

去年整车设备出口下降一半多,零部件出口增长迅猛 我省轨道交通装备出口11.7亿元

随着轨道交通企业海外市场拓展理念的转型,我省轨道交通装备出口由整车设备出口逐步转变为零部件出口。海关统计,2017年,湖南省出口轨道交通装备11.7亿元,比上年下降30%,其中,整车出口下降54%,零部件及轨道交通装备附属产品出口则增长迅猛。

2017年,我省轨道交通主要出口产品中,整车设备依然是主要商品,全年出口轨道交通整车设备5.6亿元,其中,出口外部供电铁道及电车道机动车的客、货、敞车4.9亿元,下降60.3%。铁道及电车道机车或车辆的轮及上述货品零件出口额2.5亿元,增长1.76倍。

中车株洲电力机车有限公司、中国铁路总公司和株洲时代

新材料科技股份有限公司3家企业占湖南省轨道交通设备出口总额近九成。

海关分析,轨道交通整车设备出口具有单价高、生产周期长、交付集中等特点,导致湖南省轨道交通出口额极易受单个合同的影响,整体而言,整车设备合同2017年处于交付期的较上年有所减少。

海关认为,轨道交通装备海外市场正面临转型升级,海外子公司产能提升,零部件出口未来将有望持续增长。近几年,湖南省轨道交通企业成立了多个海外设备装配子公司,实现轨道交通设备的海外本地化生产、本地化维修保养和本地化采购,导致国内大批量零部件出口到海外组装,部分零部件由海外公司直接从第三国进口的情况加剧。 ■记者 周月桂