

中国美食菜谱应用研究简报

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读



1

报告概要

2

中国美食菜谱应用发展背景及现状

3

中国美食菜谱产业链及模式解析

4

典型美食菜谱应用案例分析

5

中国美食菜谱应用未来发展展望

概念 定义

美食菜谱应用：
通过手机、平板电脑及电视等终端以客户端应用的方式向用户提供美食菜谱、食材信息、健康资讯、在线社区以及线上、线下互动服务的网络细分领域。

研究 主旨

全面分析中国美食菜谱应用行业发展现状，美食菜谱应用行业产业链及商业模式，解析当前美食菜谱主要应用各自的优势。
选取美食菜谱应用中较具代表性的四个应用作为本次研究对象，即豆果美食、下厨房、好豆菜谱和美食天下。通过对其产品特点和竞争优势的分析，深度发掘行业发展特点及趋势。

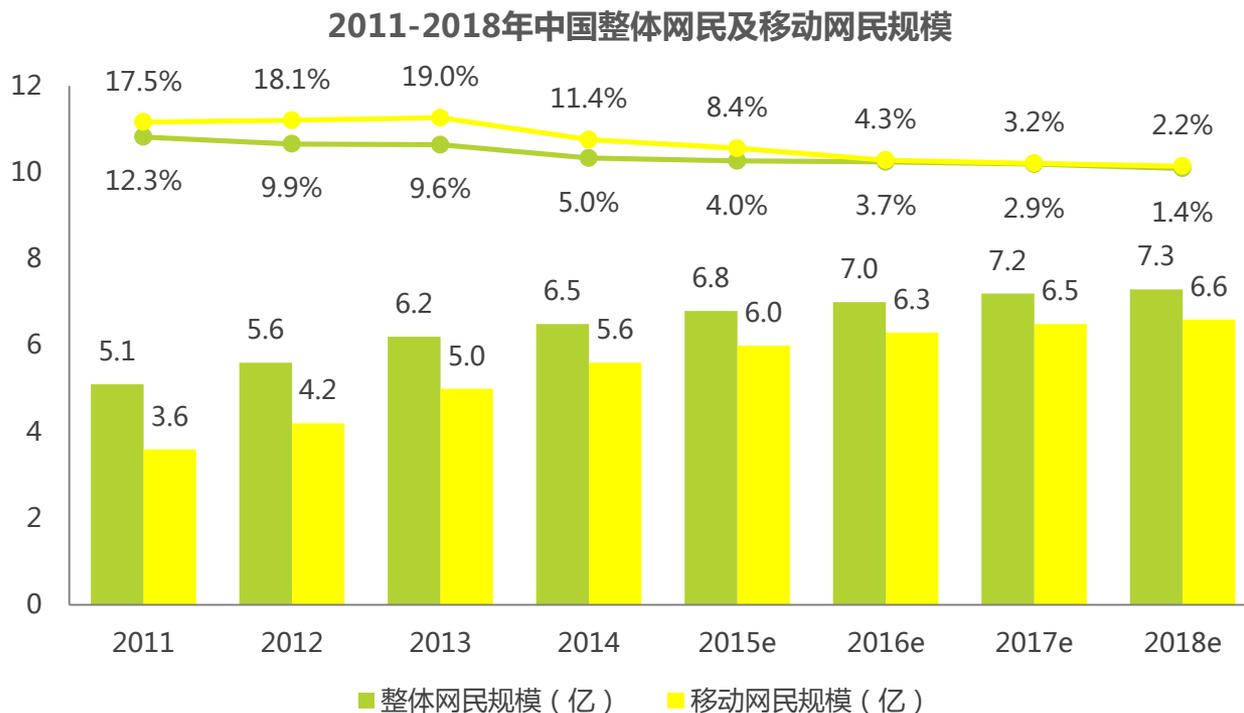
研究 方法

企业访谈：与企业管理层进行一对一访谈，获取研究信息。
桌面研究：通过网络资讯、书籍等信息的阅读与梳理，获取相应研究内容。
艾瑞监测产品：艾瑞自有产品——mUserTracker，通过50w样本还原移动端用户行为。

中国美食菜谱应用发展背景

移动终端设备的普及为美食菜谱应用的发展提供强大推力

近年来，中国整体网民规模和移动网民规模呈稳步增长趋势，2014年中国网民数达到6.5亿人，移动端网民数达到5.6亿人。移动网民规模的快速扩张为美食菜谱应用的发展带来了强劲的驱动力和广阔的发展空间。2014年中国智能手机保有量为7.8亿台，平板电脑的保有量为0.5亿台。随着智能手机渗透率的提高，用户的信息获取和交流的渠道逐渐向更为高效和便捷的移动端转移。



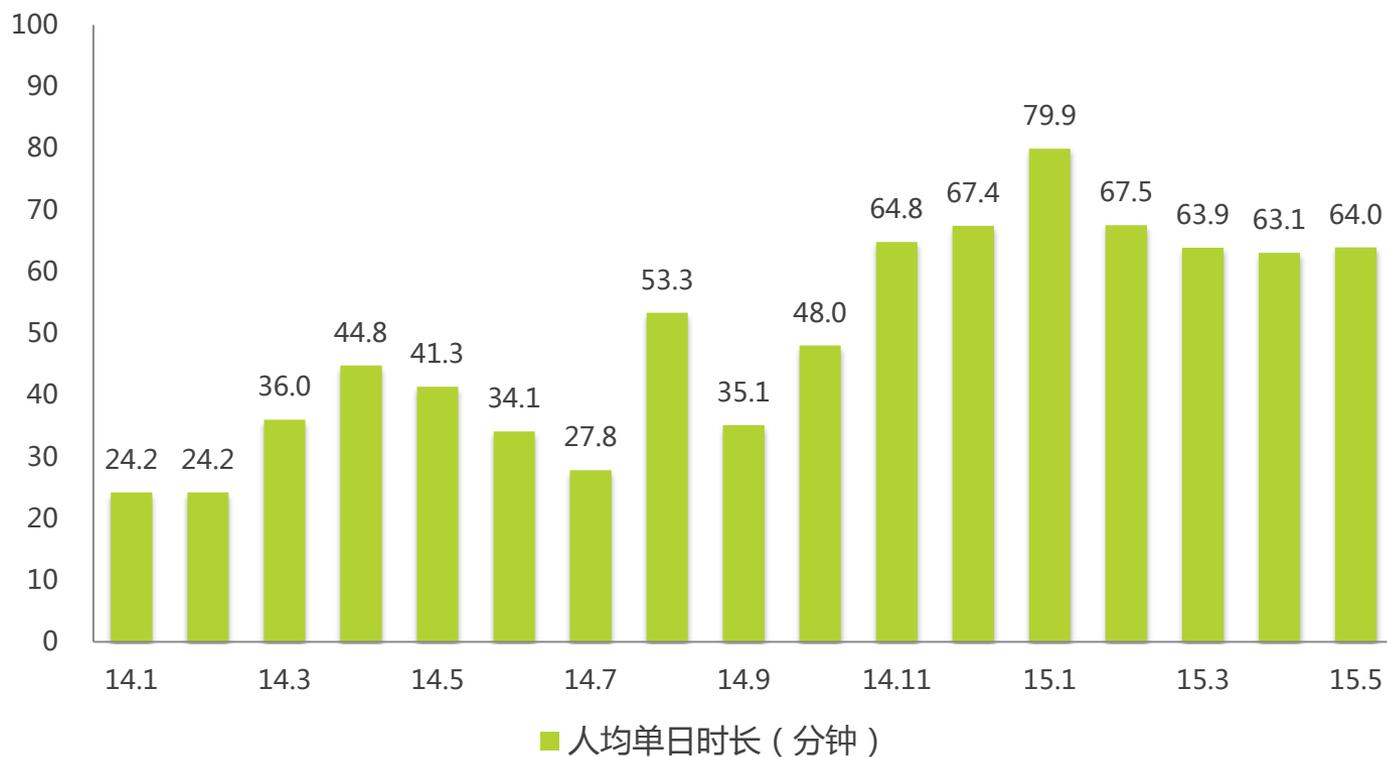
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计预测模型核算及预估数据。

中国美食菜谱应用发展现状

移动端菜谱类的用户人均有效使用时间呈不断上升趋势

美食菜谱应用人均单日有效时间波动上升，从2014年1月的24.24分钟增长至63.97分钟，最高达到79.93分钟。

mUserTracker-2014年1月-2015年5月美食菜谱类App人均单日使用时间



来源：mUserTracker.2014.6，基于对15万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

中国美食菜谱应用发展现状

中国美食菜谱应用逐步从菜谱工具向平台化转变

美食菜谱在应用端正从从单纯的菜谱工具向多功能的平台转变，在产品应用功能和运营模式上，美食菜谱逐渐社区化、电商化、媒体化和大数据化。应用端在美食菜谱垂直领域，以菜谱为依托搭建美食相关生活平台，用户不仅可以获取菜谱内容，而且可以交流烹饪技巧、查阅健康饮食知识、讨论生活相关话题、购买食材厨具和交友等。目前，美食菜谱应用通过建立美食社区来扩大用户规模，提高用户活跃性及增加用户粘性。中国美食菜谱应用可分为：社区+电商、社区+媒体、社区+大数据。

“社区+” App

社区 + 电商

美食菜谱应用利用拥有美食精准用户的优势，引入电商平台，主要分为轻资产模式的电商平台和垂直电商模式。



社区 + 媒体

美食菜谱应用融入美食综合网站的美食相关资讯及健康饮食知识等板块。

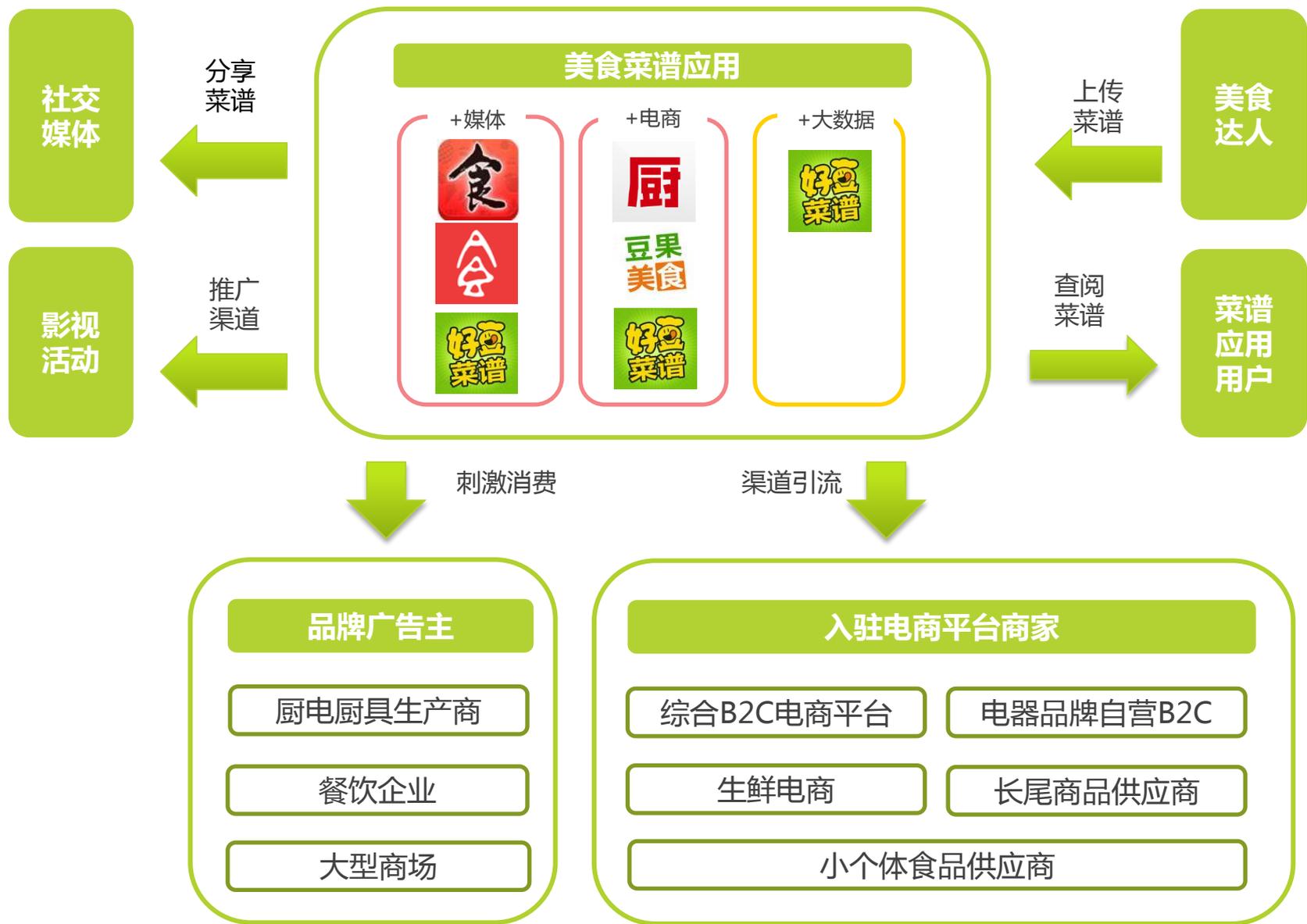


社区 + 大数据

通过对菜谱进行系统化、标签化分类，利用大数据算法，为用户进行个性化推荐和健康管理



中国美食菜谱应用行业产业链



中国美食菜谱应用盈利模式

中国美食菜谱应用端的盈利模式处于探索阶段

序号	盈利模式	说明	效果分析
1.	广告	在菜谱中展示厨电、厨具、调味品等产品的品牌广告，收取品牌广告主的广告费用	<p>优点：目前美食菜谱应用普遍采用的商业模式，为美食菜谱企业提供稳定的收入来源。</p> <p>缺点：可能影响用户体验</p>
2.	电商平台	菜谱应用开设电商平台，供应商入驻平台，开设店铺并自主运营、负责供应链，仓储和物流，菜谱应用负责平台维护和为供应商导流，收取服务佣金	<p>优点：轻资产运营模式</p> <p>缺点：对用户造成分流</p>
3.	自营电商	菜谱应用端开设购物板块，自主发展垂直电商，直接与食材、生鲜、厨具厨电等商家对接，获得销售收入。	<p>优点：获得全部产品销售收入</p> <p>缺点：要承担库存和亏损风险</p>

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21717

