

# 中国外卖O2O用户报告

## 2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)



海量行研报告免费读

1

报告概要

2

中国外卖O2O用户属性分析

3

中国外卖O2O外卖渠道分析

4

中国外卖O2O外卖平台分析

本报告将主要基于艾瑞在线调研数据实现对我国餐饮外卖受众消费行为和诉求的深度洞察，以期帮助本地餐户、网络外卖服务商等相关企业掌握全网用户的外卖使用习惯和诉求，从而提供更加切合用户痛点的外卖服务。

本报告将通过用户属性、外卖渠道以及外卖平台三方面数据，较为深入和全面的解析现阶段外卖市场的主要用户需求、网络渠道可能的发展方向以及第三方外卖现状等热点内容。

## 用户属性分析



- ✓ **需求定位**：网民刚性需求
- ✓ **核心受众**：35岁以下群体
- ✓ **突破建议**：单身用户诉求
- ✓ **突破建议**：高端市场需求

## 外卖渠道分析



- ✓ **渠道渗透**：网络渠道低于电话渠道
- ✓ **网络渠道**：较高的重度用户比重
- ✓ **突破建议**：培养用户提前订餐习惯
- ✓ **突破建议**：非常规时段的外卖服务
- ✓ **突破建议**：26-50元外卖市场潜力
- ✓ **突破建议**：在职人群的高品质诉求
- ✓ **突破建议**：类电话渠道的订餐通道

## 外卖平台分析



- ✓ **定位洞察**：较低的在职人群使用比重
- ✓ **定位洞察**：轻平台覆盖人群更广
- ✓ **突破建议**：重平台应提升高溢价餐品的比重
- ✓ **突破建议**：找出延续线下企业品牌价值的方法
- ✓ **行业洞察**：轻重平台竞合关系显现

1

报告概要

2

中国外卖O2O用户属性分析

3

中国外卖O2O外卖渠道分析

4

中国外卖O2O外卖平台分析

# 中国外卖O2O用户属性分析

## 章节导读

本章将基于艾瑞在线调研数据对我国不同属性人群使用外卖叫餐服务的差异进行分析和解读，主要涵盖不同性别用户、不同年龄段用户、不同居住状况用户以及不同职业收入用户对外卖叫餐服务的接受和使用情况。

基于分析，艾瑞认为我国现阶段外卖叫餐市场的主要用户群体集中在35岁以下人群，并且男女用户具有相近的需求，其中单身用户是更为主要的外卖群体，未来高端人群的外卖市场需要进一步开发。



### 男女需求趋同

**47.5%的男性**  
使用过外卖叫餐服务

**45.8%的女性**  
使用过外卖叫餐服务



### 35岁以下人群

**19-24岁用户**  
中56.4%使用过外卖叫餐

**25-35岁用户**  
中49.2%使用过外卖叫餐



### 单身新婚群体

**54.7%的单身用户**  
使用过外卖叫餐服务

**48.7%的新婚用户**  
使用过外卖叫餐服务



### 高端人群市场

**企业中层管理人员**  
中56.3%使用过外卖叫餐

**中高收入人群**  
中超50%使用过外卖叫餐

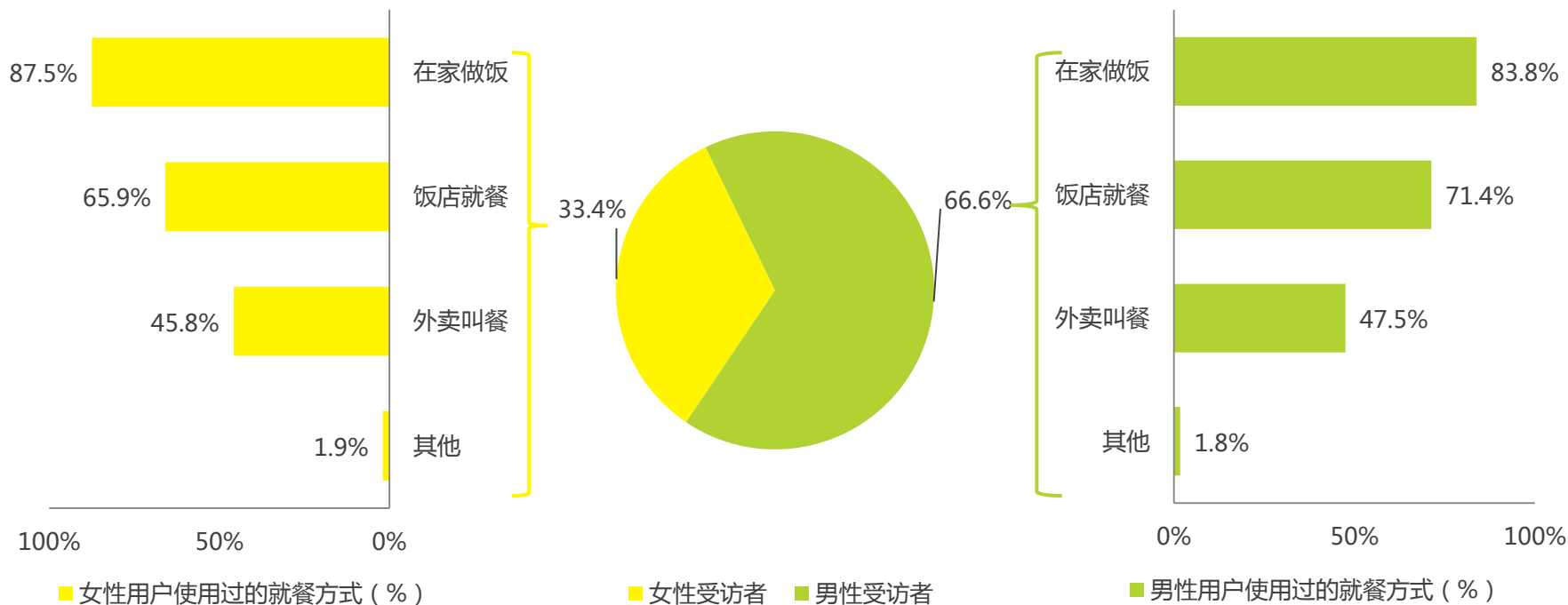
# 中国外卖O2O用户属性分析

## 外卖是我国男女网民共同的需求

根据艾瑞调研数据显示，在家做饭仍然是我国网民主要的就餐方式，男女用户的这一比例均超过80%，对比来看，男性用户更倾向于饭店就餐，这一比例达到71.4%。除此之外，外卖叫餐也成为我国网民主要使用的就餐方式之一，男女用户的比例分别为47.5%和45.8%。

艾瑞分析认为，对于就餐方式的选择，我国男女网民的选择较为趋同，在“外卖叫餐”方面也同样如此，这也就要求外卖O2O企业需要兼顾男女用户间不同的使用体验和用餐习惯。

### 2014年中国男女网民在就餐方式上的对比



样本：N=11927；于2014年11月通过iClick网上调查获得；A1.请问以下哪种方式是您最近一年内使用过的就餐方式？E1.请问您的性别？

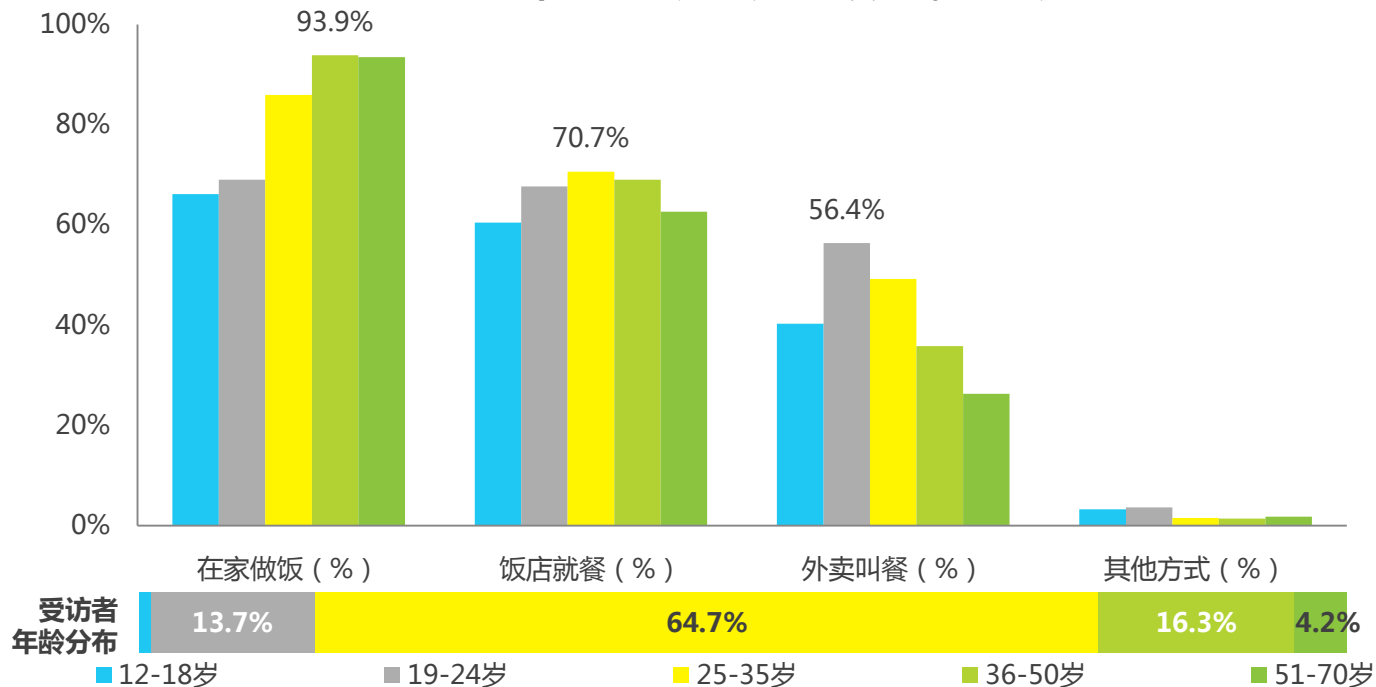
# 中国外卖O2O用户属性分析

## 外卖核心用户群主要集中在35岁以下青年群体

根据艾瑞调研数据显示，随着受访者年龄的增长，选择在家做饭的用户比重逐渐升高，其中，36岁以上受访者中超过90%的用户选择在家做饭；相比之下，饭店就餐与外卖叫餐在35岁以下用户中的使用程度更高，其中，19-24岁受访者中有56.4%的用户使用过外卖叫餐，25-35岁受访者的这一比例也接近50%，均高于整体平均值46.9%。

艾瑞分析认为，外卖O2O公司应着重35岁以下网民的开拓和维系，一方面是因为这一群体的外卖使用程度更高，另一方面这一年龄段人群也是我国网民基数和活跃度较高的人群，市场潜力较大。

2014年中国各年龄段网民在就餐方式上的对比



样本：N=11927；于2014年11月通过iClick网上调查获得；A1.请问以下哪种方式是您最近一年内使用过的就餐方式？E2.请问您的出生年份？

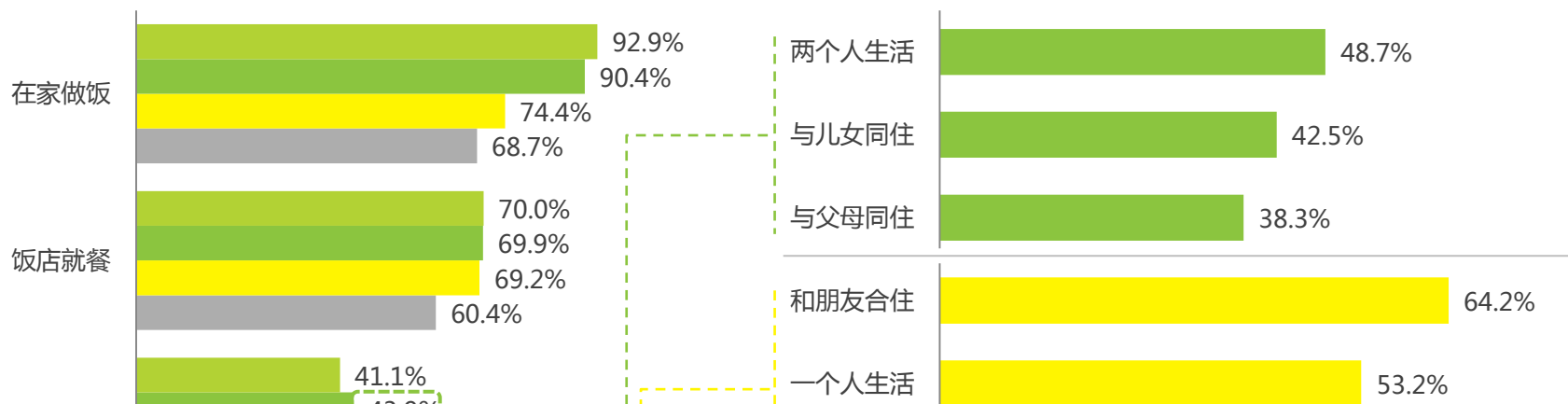
# 中国外卖O2O用户属性分析

## 单身用户对外卖有较大需求，增值服务提升外卖品牌价值

根据艾瑞调研数据显示，外卖叫餐在单身受访者中的使用比例最高，占比达到54.7%，其中与朋友合住的单身受访者中有64.2%用户使用过外卖叫餐，即使是与父母同住的单身受访者也有48.4%的用户使用外卖，高于整体平均值46.9%；另外，两口之家（结婚家庭）的外卖使用比重也超过整体均值，达到48.7%。

艾瑞分析认为，单身用户或受居住条件、生活节奏、烹饪水平等方面的限制，对外卖叫餐有较大需求，外卖O2O公司向这一群体提供送餐服务时，不妨开展更加个性化和针对性的增值服务，比如营养餐品规划、双人套餐甚至送洗等服务。

2014年中国不同居住情况的网民在就餐方式上的对比



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\\_21756](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21756)

