



# 外卖行业下沉市场分析 报告

极光JIGUANG

2019年8月

# 目录

1 下沉市场外卖行业分析

2 下沉市场外卖竞争分析

3 下沉市场外卖用户分析

4 下沉市场外卖商家分析

CHAPTER 01

# 下沉市场外卖行业分析



# 外卖行业概况

## 外卖行业发展十年，商业模式日渐成熟

- 外卖行业经过十年的发展，催生饿了么、美团外卖、饿了么星选（百度外卖）等外卖平台
- 外卖平台高效连接供需双方，满足用户和商家的外卖需求，平台商业模式日渐成熟

### 外卖行业概况

#### 主要事件



#### 商业模式



数据来源：公开资料整理

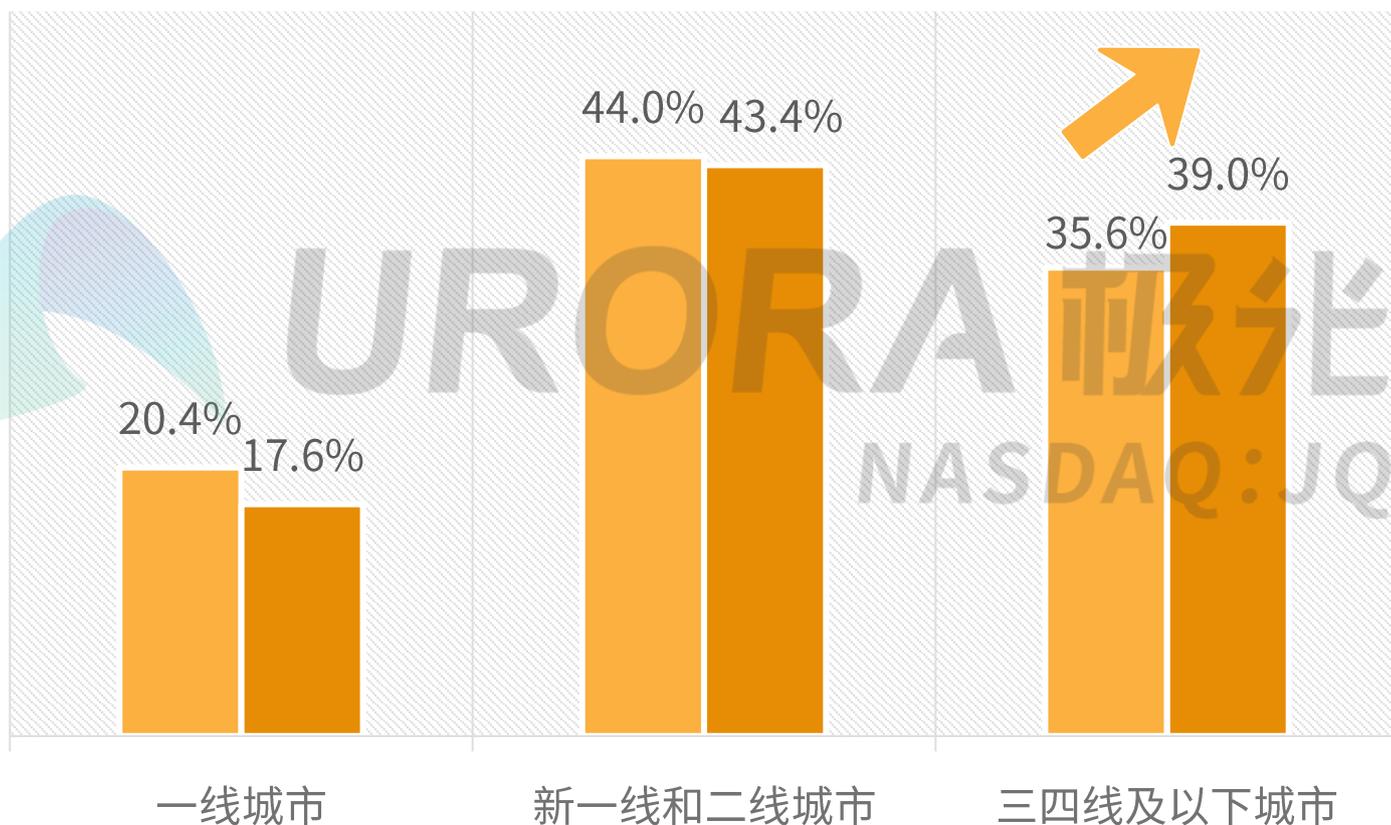
# 下沉市场受外卖平台重视

## 外卖平台用户不断增加，下沉市场潜力巨大

- 外卖平台用户不断增加，进入2019年，三四线及以下城市增速明显。根据极光数据显示，头部外卖平台优势日益凸显，其新增用户数在三四线及以下城市的占比持续扩大，表明三四线及以下城市增速相对较快，头部企业也加大三四线及以下城市的扩张
- 根据公开数据显示，三四线及以下城市的消费者占比达七成以上，GDP占全国近六成，表明下沉市场潜力巨大
- 本报告重点研究三四线及以下城市，把三四线及以下城市作为研究对象，称为下沉市场，对下沉市场的外卖行业进行综合分析

### 头部外卖平台新增用户城市等级分布

■ 2018年6月 ■ 2019年6月



注：头部外卖平台包括美团外卖、饿了么和饿了么星选

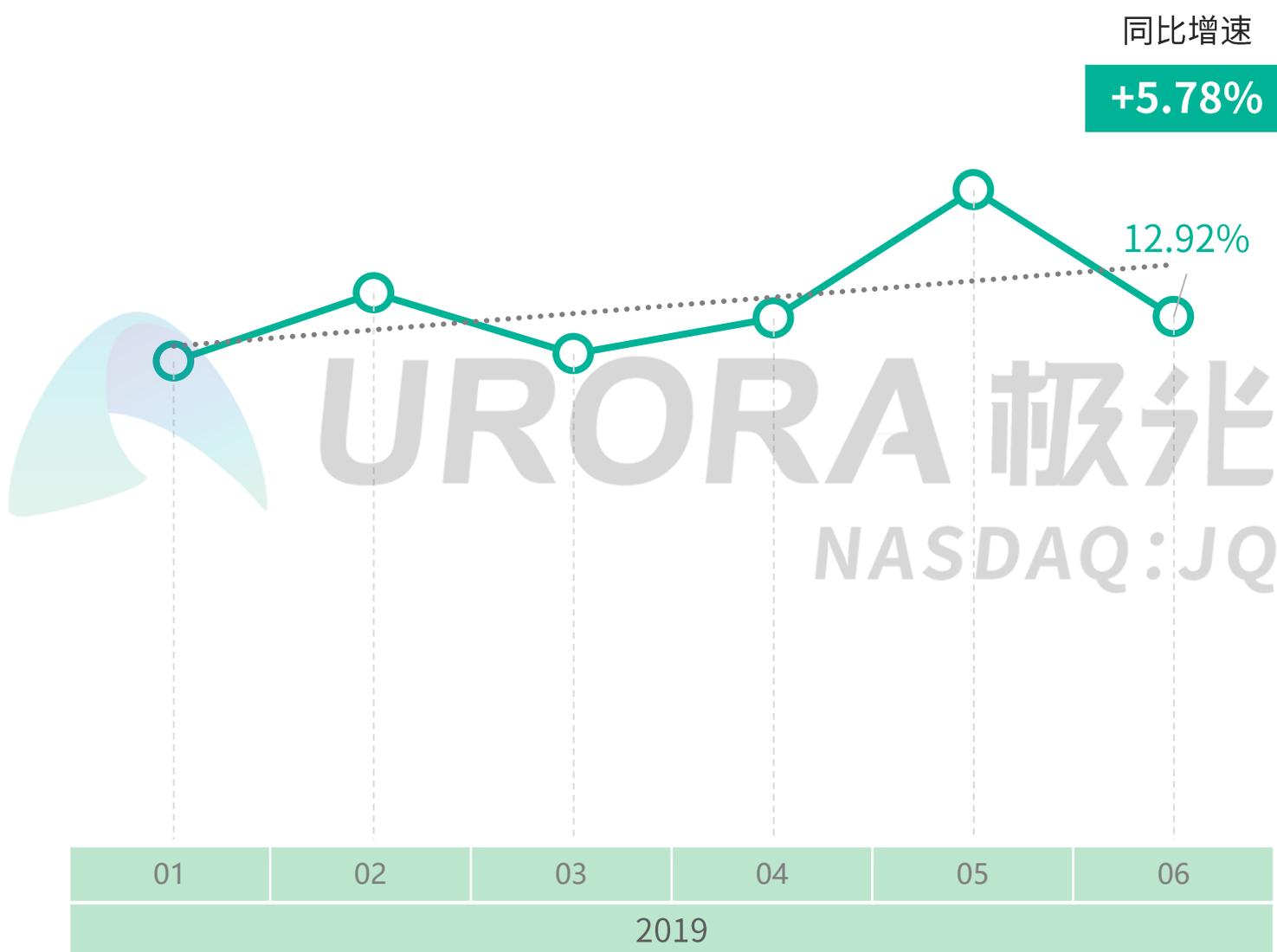
数据来源：头部外卖平台新增用户数来源于极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，取数周期：2018.06-2019.06；三四线及以下城市消费者占比和GDP数据来源于CEIC

# 下沉市场外卖平台安装渗透率

## 下沉市场外卖平台渗透率低，行业增长有空间

- 2019年以来，下沉市场外卖平台安装量逐渐增长，行业渗透率稳中有升。2019年6月，下沉市场外卖平台安装渗透率为12.9%，较去年同期增长5.78%，下沉市场人口基数大，外卖平台仍有增长空间

### 下沉市场外卖平台安装渗透率



注：行业安装渗透率 = 安装该行业任一app的设备数 / 市场总设备数，包括美团外卖、饿了么等外卖平台以及商家自营外卖平台，但不包括美团、大众点评、口碑等

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2018.06-2019.06

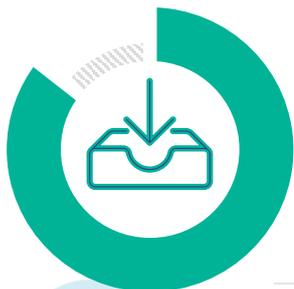
# 下沉市场用户情况

## 下沉市场用户消费力强，对外卖消费有诉求

- 下沉市场的小镇青年和有闲有钱群体，消费意愿强烈；其中，小镇青年月收入的八成以上用于消费，消费潜力巨大
- 便利成为下沉市场用户点外卖的主因，占比近八成

### 下沉市场的特点

小镇青年月  
支出占月收  
入的比重



85.6%

#### 小镇青年消费意愿强

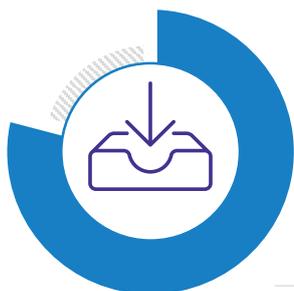
据《2018年8月小镇青年消费研究报告》数据显示，小镇青年消费意愿强烈，他们平均每月将个人月收入的85.6%用于消费，其中近3成用于饮食消费，线上消费意愿强烈

#### 下沉市场的有闲有钱群体

下沉市场中有不少有闲有钱群体，他们收入不低，但三四线及以下城市房价低和生活成本低，他们的可支配收入较高，同时生活节奏较慢，有钱有闲，消费意愿强烈

驱动因素

便利



79.1%

#### 点外卖是追求便利

下沉市场用户点外卖的主要动因是追求便利，占比高达79.1%，特别是年轻一代，他们喜欢宅又不爱做饭，对外卖需求强烈

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期：2019.07-08

# 下沉市场用户外卖消费变化

## 超五成用户外卖消费有提高，外卖消费持续扩大

- 下沉市场用户外卖消费持续扩大，53.3%的用户今年在外卖上的消费金额较去年有提高

### 下沉市场用户外卖消费金额较去年变化情况

增加

53.3%

大致不变

27.5%

URORA 极光  
NASDAQ:JO

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\\_22071](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22071)

