



互联网传媒行业深度报告：深耕用户及商户价值 餐饮外卖行业持续稳健增长



多因素驱动外卖成为日常刚需，市场规模与渗透率快速提升城镇化率上升，加之互联网消费习惯沉淀，带来庞大用户基础，为行业发展奠基。人均可支配收入增长，居民消费升级明显，餐饮等基本的日常消费需求旺盛。下午茶、夜间经济等消费场景扩张，拓展加餐外卖需求。年轻一代消费者的懒人经济崛起，单身潮盛行、白领市场扩大、家庭小型化趋势明显，驱动外卖行业迅猛发展。外卖自 2012 年启动逐渐成为高频日常刚需，渗透率快速提升，2020 年规模达 6646 亿元，过去五年 CAGR 达 37.6%，预计 2023 年达到 12500 亿。

基于一二线城市午晚正餐为主等市场特点，外卖平台构建 BHC 三端商业模式，网络密度效应明显

餐食角度，正餐美食为外卖核心品类，午晚时段需求为全天最高，但下午茶等新时段正逐渐成长。用户角度，一二线城市消费者为当前主力，而低线城市增长潜力极大，且用户最看重评价与菜系，平台据此开发页面与功能。基于市场特点，外卖行业构建的商业模式主要由线上平台和商家+骑手+用户的线下三端组成，BCD 三端网络密度效应明显。其中，线上外卖平台扮演连接、沟通、协调、配合、促进，同时又在其中盈利的关键核心角色，对接线下的商家、骑手和用户三方。

形成美团与饿了么两大巨头为主的竞争格局，字节进军带来新变化外卖行业演进历程经历了四大阶段，当前成熟发展期内已形成了美团饿了么两大巨头的为主的竞争格局。二者在多数的战略与能力差距不大，但美团

在平台协同、地推与配送能力上略强，份额逐年提升且占绝对优势，用户方面数据优于饿了么。而近期字节跳动开始进军本地生活，积极布局外卖业务，为竞争格局带来了新的可能性。

美团外卖业务不断向前进击发展，当前注重新场景与用户粘性外卖业务是美团最核心的收入来源，对于整个平台有至关重要的根基地位与战略意义，其盈利模式本质是高频电商。现阶段美团重点运营加餐、远距离的消费场景，拉平波峰波谷，激活用户需求，增加用户下单频次与客单价，并通过会员体系驱动交易频次提升，增加消费者粘性、培养忠诚度。

投资建议

基于餐饮行业基础庞大、外卖行业驱动因素充足、渗透率提升趋势明确，行业规模扩张迅猛，以及美团等玩家外卖业务的坚实优势与广阔前景，我们长期看好餐饮外卖行业，给与行业“增持”评级。

风险提示

宏观经济、疫情等因素导致行业需求不及预期；监管政策持续加强；

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_30908

