

餐饮外卖 O2O 行业竞争进入白热化

近日,一系列巨额融资再次将餐饮外卖 O2O 推上了风口浪尖。8月28日,外卖订餐平台饿了么宣布获得6.3亿美元F轮融资。同日,生活半径也获得了3亿元C轮融资,投资方为阿里旗下的新口碑。

事后,不论是“融资额”造假说也好,还是因补贴导致的“巨额亏损”说也罢,无疑,餐饮外卖 O2O 行业的竞争已经进入白热化。



首单优惠幅度最大

为了吸引用户,美团外卖、饿了么和到家美食会三款应用都有着不同的补贴力度。尤其是新用户,在对三款应用没有深度了解的基础上,补贴力度会起到决定性作用。但一旦成为老用户之后,用户不仅仅会考虑补贴金额,外卖体验则发挥更大的作用。

正因为补贴金额对于新用户有较大的吸引力,首单的补贴力度也最大。一些经常订外卖的朋友们表示,很多餐饮外卖 APP 首单优惠力度较大,一般在 10 元~20 元,此后虽有优惠但力度明显减少。

美团外卖上多数商家都有减免优惠,如满 22 减 7、满 52 减 20、满 100 减 30,订单价格越高优惠越多。对于首单的优惠,要根据商家的优惠政策,大多是首单优惠 10 元,但要享受此优惠需要在线付款。

在饿了么外卖 APP 上,一份订单金额为 60 元的外卖,配送费 7 元,立减优惠 18 元,最终付款 49 元。商家还参与了满 50 元减 18 元的优惠活动,优惠力度也是很大的。确认收到订餐后,账户中会多两个红包,下次订餐满 25 元可减 6 元,但有效期仅仅一周。饿了么优惠政策由商家决定,多数商家在线支付可享受满 20 减 3、80 减 20。首单可享受 15 元的优惠,但不与其他活动同享。

亏损成“公开秘密”

据调查,餐饮外卖企业的优惠活动花样繁多,优惠金额也差别较大,从 3 元到 30 元不等,不过,业内人士表示,大部分补贴由平台和商家共同承担。

目前餐饮外卖 O2O 市场包括美团外卖、饿了么、百度外卖、淘点点、到家美食会等多家企业,它们大多数已进行多轮融资,试图通过各种形式的补贴来吸引用户。这些企业一方面对用户大笔补贴,另一方面为了保障用户体验,对自营配送员也给予相应补贴。

一餐饮外卖 O2O 的公关人士坦承,外卖平台每单亏损七八元比较正常。美团外卖和饿了么公关人士表示,其日订单量均超过 200 万单。那能不能以此计算



得出一家外卖平台一天亏损超过 1400 万元?对此,美团外卖公关人士称,200 万订单中包括在线付款和现金付款,但只有在线付款才能获得补贴,因此这样的计算方式并不准确。但该人士并未透露有多少订单是在线付款。而饿了么公关人士则表示,不同时间段的补贴差别很大,这样的计算方式不科学。

显然,两家公司并不想向外界披露公司亏损的具体数额。

但事实上,餐饮外卖 O2O 行业目前陷入了此前打车软件行业的“烧钱怪圈”。双方虽然都在尝试新的盈利模式,但无法从争夺用户的鏖战中脱身。目前餐饮外卖行业市场空间广阔,谁拥有更多的用户,谁才能从投资方拿到更多的钱,才有更大的生存机会。

下一个风口在哪里

那么,在融资和烧钱的大背景下,餐饮外卖 O2O 企业该如何破局呢?

其实,目前市面上已经有不少独具特色的餐饮外卖 O2O,比如:主打私厨和手工美食的“美妙世界”、专注 C2C 手工美食电商的“觅食”、号召大妈们动起来的“蹭饭”及“妈妈的菜”。虽然这类公司不如饿了么、美团那么大红大紫,但小而美、剑走偏锋反而成为它们最大的特色。

“蹭饭”和“觅食”的商业模式我们都

很容易理解,那么何为“私厨”呢?所谓私厨,即:大厨开的私人厨房。大厨本是星级餐厅的厨师长,拿着不菲的年薪,很少亲自下厨,如今因为对厨房的热爱重返市井,每天招待有限的客人,并亲自掌勺。

美妙世界 CEO 张祐鑫表示,“在餐饮 O2O 领域,竞争已经非常激烈,而私厨的业务复杂性决定了复制成本较高。同时,美妙世界私厨小而美的特点,正好填补了餐饮 O2O 个性化和差异化的空白。”

张祐鑫还透露,“目前,美妙世界的私厨呈区域性覆盖,这将为未来涉足外卖业务奠定很好的基础。目前在外卖领域,不论是饿了么,还是百度外卖,基本都是整合社会餐饮,客单价 35 元左右的外卖,并没有自己的品牌,而这恰恰是我们最大的机会。”

目前,美妙世界 APP 日订单在 200 单左右,客单价为 90 元左右,复购率在 60% 左右。而成立于 2014 年 12 月的美妙世界已完成天使轮 2000 万元融资,预计今年年底前将完成第二轮融资。

根据中国电子商务研究中心监测数据显示,2014 年,中国餐饮 O2O 市场规模达 943.7 亿元,同比增长 51.5%。预计到 2017 年,中国餐饮 O2O 市场规模将突破 2000 亿元。那么,面对 O2O 带来的巨大商机,是饿了么、百度外卖、美团等“巨无霸”们最终烧钱惨胜,还是深耕细分市场、拥有差异化的后起之秀笑到最后,这一切都需要时间去证明。(综合)

企业资讯

汇源再获 1.97 亿美元贷款

本报讯 张勇 日前,汇源官方发布公告称,公司作为借款方与多家银行订立一项信贷协议,贷款额为 1.97 亿美元,贷款期限为三年。这是继今年 7 月汇源发行 2 亿欧元信用增级债券后的又一次融资行为。

汇源前不久公布的半年报显示,上半年汇源录得 25.8 亿元的收入,较去年同期增加了 31.3%,但是该公司权益持有人应占溢利却是亏损 9770 万元,而去年同期该指标为盈利 2050 万元,上半年销售及营销开支为 8.41 亿元,同比增长 66.7%。

去年下半年起,汇源自建万人直营团队,希望在保住经销商销售存量的基础上,搭建起第二个销售渠道实现增量:建立 1000 家直销营业所,每个营业所的营销人员编制为 12 人,按照每个地级市 10 个县计算,一个地级市配备的人员就多达 120 人。有业内人士分析,此次贷款将缓解汇源在资金流动上的压力,帮助其继续构建直营团队。

行业动态

中国首条移动式葡萄酒灌装线亮相

本报讯 张勇 近日,在 2015 贺兰山东麓国际葡萄酒博览会上,中国第一条移动式葡萄酒灌装线亮相。据透露,这是从意大利引进的高科技设备,一小时可灌装 1500 瓶。

据相关工作人员介绍,只要提供水、电、气、酒,该设备仅需两人就可便捷快速操作,保障酒的品质。宁夏目前有葡萄酒庄 120 多家,其中小酒庄占到约一半,存在投入成本大、葡萄酒保存期人为

缩短等短板。3 年前,自治区相关部门意识到这一问题,经过前期考察,最终投入 270 多万元从意大利引进这种高科技设备,希望通过它来帮助更多小酒庄提升葡萄酒的品质,减轻成本压力。

“伟哥”已成部分保健酒企生存潜规则

51 家企业涉嫌在 69 种保健酒、配制酒中违法添加西地那非(俗称“伟哥”)的药品成分等化学物质。日前,国家食药监总局发布通告称,在保健酒、配制酒中添加西地那非等化学物质属于违法行为。

卷入“伟哥门”的企业中不乏知名企业,最引人瞩目的是海南椰岛(集团)股份有限公司,其生产的椰岛鹿龟酒(生产日期 2013 年 10 月的 100ml 装

产品)涉嫌违规,被指添加了豪莫西地那非、红地那非、伪伐地那非。

据了解,作为“伟哥”的主要成分,西地那非等药物主要用来治疗男性勃起功能障碍,但过度食用后可能出现头痛、眼花、昏晕、血压降低等不良反应,严重时可危及生命,酒类中严禁添加该类物质。

尽管海南椰岛官方随后发布公告称,其大本营所在地的海南食药监

局对其产品的抽样检测是合格的,但是仍有不少市民对保健酒的功效提出了质疑。

一位不愿透露姓名的保健酒业内人士表示:“一直以来,保健酒行业都缺乏一个管理的标准,这导致行业领域里确实存在着不少企业通过添加违法药物成分来降低成本,达到短期的快速功效来吸引消费者从而获利。”

(食品伙伴网)