

外卖市场规模超6500亿元 覆盖4.6亿消费者

手机响了,“餐到楼下了,请您来取一下!”

天气炎热不想做饭,轻触手机屏幕点个餐,不一会儿,取餐电话就打来了——点外卖已成为当代都市生活不可或缺的一部分。中国饭店协会联合美团研究院近日发布的《2019年及2020年上半年中国外卖产业发展报告》显示,近几年国内餐饮外卖产业的规模逐步扩大,预计2020年线上餐饮在整个餐饮行业中的占比将超过20%。

外卖市场仍未饱和

在“互联网+”浪潮下,多种生活服务业态发生着颠覆性的变化,餐饮外卖蓬勃发展尤为引人注目。

艾瑞咨询调查数据显示,2019年中国餐饮外卖产业规模为6536亿元,相比2018年增长39.3%。截至2019年底,中国9亿网民中外卖消费者规模约为4.6亿人,同比增长12.7%。订单量和交易金额也保持高速增长。

今年在疫情冲击下,餐饮外卖对餐饮行业而言更为关键。此次疫情波及范围广、持

续时间长,防控措施严。消费者“宅”家,餐饮行业堂食业务受到巨大冲击。在此背景下,更多用户点外卖的习惯也得到培养和强化,外卖成为许多商户最重要的营收来源。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍表示,餐饮外卖对收入总额的贡献率逐年增长,正在改变着餐饮企业利润格局,使餐饮企业在堂食以外,又打造了一个新的利润增长引擎。

也有专家指出,中国餐饮外卖行业市场现状趋向稳定,但市场仍未饱和。外卖产业有望在未来1~3年内发展成万亿级别规模市场。

健康外卖渐流行

外卖需求主要来自住宅区、企业写字楼、学校等场景,身处其中的“80后”“90后”甚至“00后”对线上消费的接受度更高,作为消费主力的他们,创造了更加多元化的消费需求,早、午、晚等正餐已经无法满足日益碎片化的用餐需要,加餐成为餐饮外卖的重要组成部分,美团数据显示,有两成用户会

在正餐之外的时间选择下午茶和夜宵。

近些年《“健康中国2030”规划纲要》等政策相继出台落地,消费者健康意识不断提升。随着外卖边界不断扩大和配送能力不断增强,食物风味能够得到更好保存,更多品类产品和全时段配送成为现实。在此背景下,许多用户早已超越果腹的简单需求,点外卖不再成为将就生活的代名词,而是像到店用餐一样讲究搭配合理、营养丰富。

对商家而言,外卖的竞争模式由“红利驱动”转向“效率驱动”“品质驱动”。也就是说,在已经被更多人接受的前提下,留住客户相比获得流量更为重要,外卖已经从红包补贴的初期阶段,成长为比拼配送效率、餐品质量的更成熟阶段。

这一阶段,将更考验为消费者提供更优质产品、更及时配送的能力,而不是简单粗暴的“烧钱”能力。餐饮外卖呈现出的“爆款化”“精品化”“连锁化”和“健康化”的新趋势正是对消费需求的最新回应。

有专家表示,行业竞争至今,互联网餐饮外卖行业需要

跳出“餐饮外卖”这一局限,更加着眼于生态圈的部署,在本地生活服务全场景业务线协调、商户数字化、配送物流网络完善等方面作出更多的努力。

合力提供优质服务

目前中国有约900万家餐饮店,今年4月,美团研究院针对商户的调查显示,有近80%的受访餐饮企业会正在或将要开展外卖业务。但这些商户多数为小本经营,自我革新意识不足,无法将人、财、物、客进行有效链接,运营效率低下。

相较于餐饮供应企业的分散状况,餐饮外卖平台却是高度集中的“两分天下”。艾媒咨询数据显示,美团和饿了么两大巨头占据一二线城市餐饮外卖市场份额九成以上,行业壁垒高筑,两者竞争也日趋白热化。对平台方而言,提升商户和用户黏性、活跃度十分关键。

在平台基础上,餐饮外卖市场已形成连接用户、商户及配送,辐射供应链、共享厨房、外卖代运营的完整生态,产业发展由初级升至更成熟的阶

段,但生态体系仍有待完善,平台霸王条款、配送骑手被恶意罚款、配送超时、食品安全、退款困难等问题亟待解决。

在食品安全方面,一些地方已经做出了有益探索。今年7月,江苏省南京市市场监管局出台“餐饮外卖一次性封签使用规范”地方标准。封签采用特殊材料制作,一旦开启封签或外包装损坏后,无法恢复原状,降低了配送过程中污染的可能性。标准在全省率先发布,从分类、材质、信息及使用四个方面做出了详细规定。

霸王条款逼迫商家二选一、高佣金等问题也让商户十分头疼。今年4月,在有关部门介入下,美团外卖决定对广东地区优质餐饮外卖商户加大返佣比例至3%~6%,扩大覆盖范围,并称尊重餐饮商户自主选择线上各类平台,支持餐饮商家自主运营私域流量的多渠道发展,美团将全面开放配送平台服务予以对接。

相关人士指出,外卖平台与餐饮行业已形成利益共生的关系,未来将会加强合作,共同为消费者提供更优质服务。

(人民日报海外版)

小份菜少点餐成为就餐新风尚

最近一周,不少餐馆陆续推出倡导餐饮节约的新措施,其中半份菜、小份菜最受青睐,多地行业协会也大力倡导消费者适量点餐。不过在许多消费者看来,外出就餐时点的菜吃不完大多是因为味道不够好;餐饮业人士也表示,倡导餐饮节约,也要从提升菜品口味上下功夫。

餐馆小份菜受欢迎

近日,价钱、分量都是普通菜品一半的小份菜开始出现在眉州东坡酒楼各店。麻婆豆腐12.9元半份、香钵高山花菜16.9元半份……10多种“半份半价菜”出现不到一周,已经受到不少食客的青睐。“以前两个人来吃饭最多也就点两三个菜,现在有了半份菜能吃四五种,还怕浪费,自己一个人来吃饭也能荤素搭配了。”正在眉州东坡酒楼国奥村店就餐的华女士高兴地说。

最近一周记者走访发现,半份菜、小份菜的方式得到不少餐馆的效仿。亦庄一家消费者自选模式的快餐店谷多餐厅里,出现了菜量和价钱都是正常分量三分之一的小碗菜、小盘菜,让许多食客有了更大的选择空间;胡大餐厅同样推出了多种匹配市场需求的小份菜,龙虾烤串等产品按只按串点餐售卖,方便消费者适量点餐。

除了推出半份菜,还有的餐馆从节省原材料上下起了功夫。“用包菜梗、辣椒尾部、芹菜头边角料腌制泡菜,正好能做成工作餐开胃小菜,还可以合理使用边角料,做到物尽其用。”胡大餐厅相关负责人

介绍说。此外,胡大餐厅还专门构建供应链系统,对原材料实行精细化管理,在进货、销售、库存环节进行数据化管控,避免库存积压而导致的食材浪费。

行业协会频出新点子

最近一周以来,全国各地多家餐饮、烹饪协会也相继发出节约倡议,并为餐馆落实出谋划策。

上周,武汉市餐饮业协会发出倡议,推行“N-1”的点餐模式,即10位进餐客人点9个人的菜,不够再增加菜品。随后辽宁省、湖北咸宁、福建福州、河南信阳等多地纷纷跟进,提倡按照比用餐人数少一人的菜量点餐,不够再加。

多家餐厅负责人介绍,相比于个人消费者的日常外出就餐,人数较多的聚会、宴请等场景下更容易出现餐饮浪费的现象。提倡少点餐,也能从源头上减少这种浪费现象。

提升菜品口味是关键

减少就餐浪费,不仅靠消费者提升自觉性,餐馆的厨师和服务员也应当发挥巨大作用。“很多时候点的菜吃不完不



是因为点得太多,而是因为菜本身不好吃。”美食爱好者小马的观点也得到不少消费者的认同。

最近几年餐馆普遍追求菜品摆盘、走精致化路线,但餐馆的菜品分量相较于十年前已经普遍降低。在北京市餐饮协会秘书长贺保贵看来,菜品不合消费者的口味是造成浪费的最大原因,餐馆应当在提升菜品质量上多下功夫。

此外,餐馆服务员也可以在帮助消费者适量点餐方面发挥重要作用。“非常有经验的服务员可以综合考虑客人的食量、口味、是否喝酒等因素,按照食客的

预算推荐荤素搭配且分量合适的餐食,不光减少浪费,也能让大家吃得舒心。”贺保贵认为,餐馆也应当对服务员加强培训,提升服务员对菜品的了解和主动为客人推荐适量菜品的意识。

餐厅加强推广公筷、公勺也是避免餐饮浪费的好法子。“一家人一起吃饭时基本都能做到自觉打包,但在同事聚餐、商务宴请等场景下和不那么熟悉的人同桌就餐,绝大多数食客都不愿意打包剩饭剩菜,使用公筷公勺进餐就会让人们更能接受将菜品打包。”贺保贵说。

(《北京日报》)