

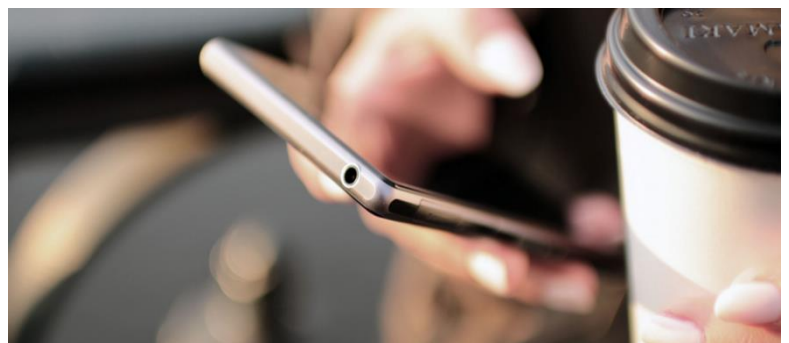


外食市場 10 年間翻倍成長 美食外送服務會成為台灣人的新習慣嗎？

台灣餐飲業營收成長快速，外食人口逐年增加，根據經濟部統計處的資料，2018 年餐飲業營業額為 7,775 億元^[1]，為 10 年前 3,573 億元的兩倍以上。餐飲市場成長動能巨大而且競爭激烈，除了積極展店外，擴大外送服務也是業者觸及更多消費者、提升營收的方式之一。在中國大城市裡，利用美食外送 APP 點餐已成為每個人的日常，但地狹人稠的台灣，三步一小吃，五步一餐廳，面對密度這麼高的外食市場，美食外送會成為台灣人的新習慣嗎？

587 萬人曾經使用過美食外送服務

凱度洞察與 LifePoints 線上問卷平台合作^[2]，針對 16~60 歲的台灣民眾探討美食外送 APP 的使用情形，共計回收 1,115 份有效樣本。

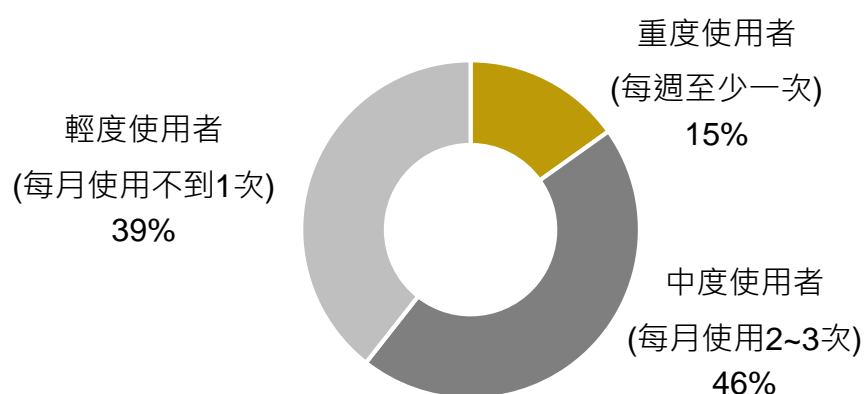


在一波又一波免運或優惠的促銷之下，16~60 歲的民眾當中已有高達 40%、約 587 萬人曾經使用過美食外送 APP，相當於 1.5 個新北市的人口；其中又以二十和三十世代年輕族群使用率最高，而男性也略高於女性。

誰是美食外送服務重度使用者？

這群美食外送服務的使用者當中有一成五為重度使用者，相當於 88 萬人，一週使用至少一次或多次美食外送服務，有些甚至一天多次，使用頻率高達輕度使用者的 12 倍或中度使用者 5 倍以上。

美食外送APP使用者類型



資料來源: Kantar 凱度洞察

這些高度使用者是誰呢？

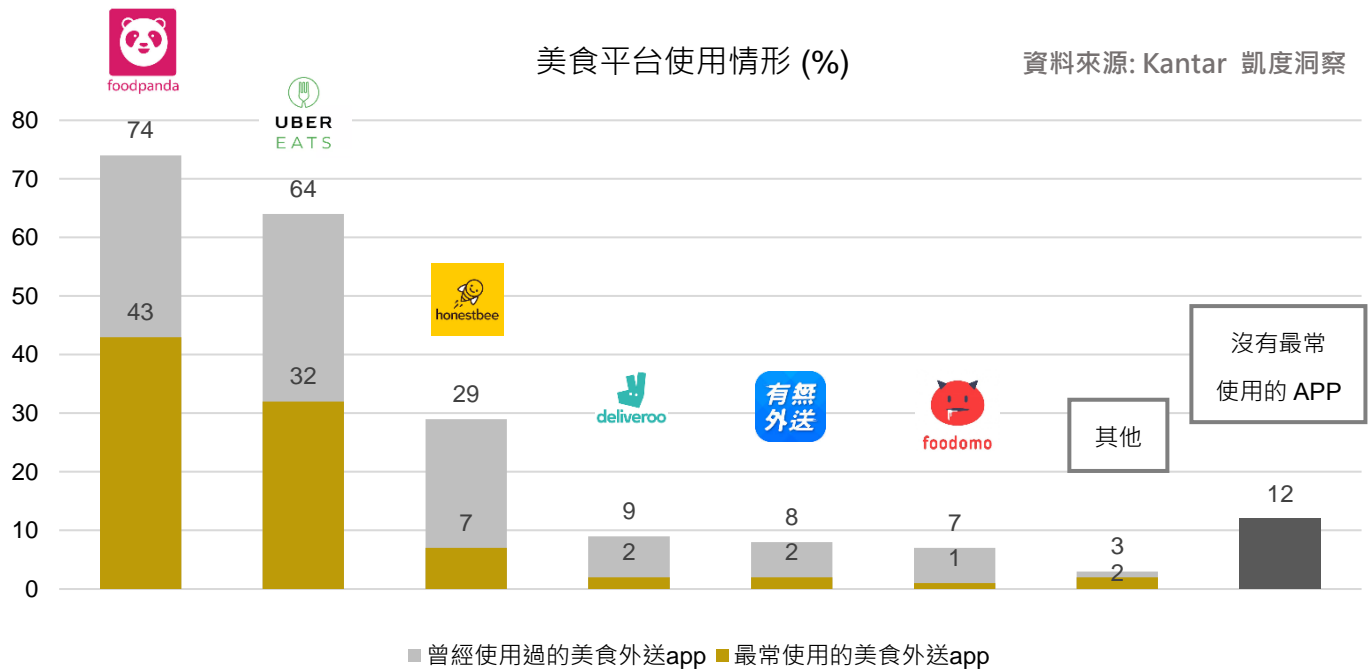
調查結果顯示，重度使用者多為二十世代男性，居住在北部，全職內勤，月收入較高。值得注意的是，這群用戶使用的平台數也較多，很可能在比較各平台提供的優惠、價格、合作的店家之後，再選定美食外送服務。

	重度使用者	中度使用者	輕度使用者
年齡	四成為 20 世代	55%為 20~40 歲	各年齡層較為平均
性別	六成男性	六成男性	四成男性
居住地區	北部七成	北部五成	北部六成
工作型態	80%全職工作者，其中 73%為內勤。	79%全職工作者，其中 63%為內勤。	63%為全職工作者，其中 60%為內勤。
個人平均月收入	NT\$52,353	\$49,581	NT\$41,932

資料來源: Kantar 凱度洞察

在雙雄爭霸，異軍突起的美食外送市場中，各家業者該如何獲得成長？

foodpanda 空腹熊貓是台灣目前使用率最高的美食外送服務平台，跨各年齡層與性別皆然，其次則為 Uber Eats 優食。前兩大品牌的用戶重疊率相當高，超過五成。其他較新進的業者也都積極搶佔市場，分別擁有近一成的普及率。



餐廳多樣化、店家選擇多、送餐速度快與外送服務好是平台決勝的關鍵



固然節省外出或排隊時間、天氣不好不想出門、以及促銷優惠折扣是多數消費者首次嘗試美食外送服務的驅動力，但對於重度使用者而言，除了不用出門、不需排隊與優惠折扣以外，平台上的餐廳多樣化、店家選擇多、送餐速度快及外送服務好則是持續使用美食外送服務

的原因，顯示除了便利與低價的刺激外，在競爭激烈的大環境下，如何透過提升服務品質與選項差異化來鞏固使用者、強化平台用戶黏著度將是各家業者的重要課題。換言之，台灣美食外送服務的價值所在，並不是解決不易尋得飲食的困擾，而是讓消費者能夠更省心、更輕鬆地取得想吃的餐點、獲得更好的外送服務體驗。

持續使用美食外送服務的前五大原因

	全體使用者	重度使用者	中度使用者	輕度使用者
1. 省去外出或排隊的時間	61%	56%	59%	72%
2. 天氣不好 / 不想出門	55%	44%	60%	49%
3. 平台提供促銷折扣活動	41%	50%	42%	31%
4. 合作餐廳、店家多	40%	53%	37%	33%
5. 送餐速度快	32%	38%	32%	23%

資料來源: Kantar 凱度洞察

用戶期待更多樣化的餐點類型

美食外送服務的最主要需求是正餐，分別有六成及五成的消費者在晚餐及午餐時間訂餐，此外也有四成左右的消費者會在下午茶時段訂餐，反映出，與家人的晚餐、與同事的午餐或下午茶是最普遍的訂餐時機。



KANTAR

[1] 經濟部統計處 <http://dmz21.moea.gov.tw/GA/#/b04>

[2] 本研究為 KANTAR 凱度洞察於 2019 年 7 月 2 日~12 日透過 KANTAR Profiles Division 的 LifePoints 線上問卷平台共同合作執行「美食外送 APP 使用情況」之調查結果。研究對象為台灣 16~60 歲民眾，有效樣本共 1,115 份。



■ 關於 Kantar 凱度洞察

凱度洞察是市場研究顧問的領導品牌，同時也是全球規模最大的專案市場研究機構，提供客戶客製化的企業成長解決方案與顧問服務。強大完整的專案分析模組，能夠協助解決企業面臨的挑戰，洞察商機，擬定精準計畫與決策，確保商務成功。自 1983 年來台迄今已逾三十年，深諳台灣消費市場需求，為最具專業地位的市場研究公司。

凱度洞察台灣官網：<http://www.tns-global.com.tw/>



■ 關於 LifePoints

LifePoints 是個適合希望被聆聽心聲的消費者，可以分享意見的好地方。LifePoint 是一座橋樑，將人們的習慣及觀點與品牌的產品及服務相互聯結。竭誠歡迎所有的消費者，參與自己感興趣的問卷調查，直接為全球最大公司和品牌貢獻己見。加入 LifePoints，您的意見和看法可影響全球品牌，進而形塑新的產品和服務。

LifePoints 全球官網：<https://www.lifepointspanel.com>