

“外卖化”将成为未来消费领域的一大增长点 外卖，藏在手机里的“热经济”

一天的外卖规模超过了20亿元！据研究机构易观发布的《互联网餐饮外卖行业数字化分析》估算，今年第三季度，我国餐饮外卖市场的整体交易规模达1952.9亿元，同比增长35%。

据了解，我国在线外卖行业起步于2012年，随着互联网的发展，在线外卖产业也得到快速增长，市场规模越来越大。随着智能配送系统的发展，外卖产业的即时配送能力不断提高。分析人士认为，外卖行业将从餐饮进一步跨度到生活服务行业，消费者的需求不断推动服务业与零售业的融合，“外卖化”将成为未来消费领域的一大增长点。

外卖成为生活必要部分

“中午快到用餐时间拿起手机点个外卖，几十分钟后热腾腾的美食就送到单位来了；下午下班前一小时，再用手机下单，买一些晚餐需要的食材，等我到了家里，菜也差不多送到，就能下厨了。”作为职业女性，王丽丽已经离不开外卖了。

中国饭店协会外卖专业委员会、美团研究院近日联合发布的《中国外卖产业调查研究报告(2019年上半年)》显示，中国外卖产业上半年市场规模保持较快增速，约为2623亿元。

“这两天降温了，不想出门，基本叫外卖。”王建明是一位白领，一个人在乌鲁木齐南湖附近租了套单身公寓，“生活节奏快，一个人懒得下厨，外卖消费的比率很高”。

根据中国科学院大学网络经济与知识管理研究中心的研究测算，美团外卖每单能为消费者节约48分

“万物皆可外卖”

“现在基本不去超市、商场了，所有东西都通过网络平台购买，不用出门，约定时间内就能送到家里，特别方便。”王丽丽的生活方式，正是当下不少年轻人的现状。

记者采访发现，越来越多的年轻消费者喜欢在外卖平台上消费。而很多外卖平台不仅可以送餐，还可送生鲜美食，代购送药，送花上门，配送生活用品……“万物皆可外卖”成为外卖平台的新动向。

京东数据显示，今年国庆期间售价不菲的大闸蟹销量一路飙升，10月1日至4日平台销量为去年同期的两倍，环比更是增长4.5倍。国庆假期期间，“美团”闪购订单同比增长了60%。增幅最快的品类是药品，同比涨幅达到249%。此外生鲜品类也有大幅增长，同比涨幅为135%。饮用水、啤酒、感冒药位居销量排名前列。此外，充电宝、充电线、雨伞等物品的销量也有大

规范发展，提升服务品质

“有时真的感觉照片其实就是‘照骗’，平台上晒的产品照等到送来了发现根本不一样，不仅份量差距大，品相也有很大差别。有时在外卖订餐时，各个商家描述不一，还会出现选择困难症。”通过几次外卖点餐，罗小保对外卖有了抵触心理，“宁愿多花点时间，直接到店里堂食。”

中国贸促会商业行业委员会秘书长姚歆表示，我国越来越多的人通过互联网平台使用外卖订餐服务，但精美菜品图片的背后到底是否名副其实，消费者理应拥有更多知情权。

外卖行业在实现繁荣发展的同时，也存在一些不可忽视的安全隐患，之前就曾曝光过一些“网红”店铺卫生条件“脏、乱、差”，相关检测指数严重超标等问题。

当前，外卖用户的忠诚度普遍不高，且对价格敏感，外卖平台进入外卖行业的经典方式便是价格补



钟，在餐厅往返间的路途时间和到店后的等餐时间都可节约大半。

根据艾媒咨询的数据显示，24岁以下人群是外卖订单的主体，其中24岁及以下用户在“饿了么”平台占比高达65.27%，“美团外卖”上则占比52.59%。95后、00后实实在在地撑起了外卖订餐的半壁江山，成为外卖经济的主力。在福州，每周外卖消费在3次以上的用户占比高达63.3%。而超过六成的用户选择外卖的原因是工作节奏快、没时间或不愿意在家做饭。

研究报告发现，中国三线及以下城市成为外卖产业新的增长点。2019年上半年外卖产业新增用户中三线及以下城市的占比达到了44.2%。刚刚过去的国庆假期，多家外卖平台数据显示，假期外卖订单量一路飙升。美团全国外卖订单量同比增长43%；京东到家数据显示，节日期间外卖生鲜销量同比增长三成。

幅增长。

《中国外卖产业调查研究报告(2019年上半年)》指出，随着中国智能配送系统的发展，中国外卖产业的即时配送能力不断提高，外卖的服务场景由餐饮拓展至生活超市、生鲜果蔬、医药健康、鲜花绿植等多个品类。

此外，随着人们生活水平提高，外卖产业向品质、放心、环保、科技等方向发展。数据显示，2019年上半年来自品牌商家的外卖订单量占比约为四分之一。饿了么数据显示，今年以来，福州品质商户的商户数量增长了24%。品质商户的订单量增速高于平均水平，这意味着有更多的用户选择了品质商户，选择吃品质外卖。

据了解，在业内，外卖服务属于生活到家服务。业内人士指出，外卖产业稳定增长的背后，是零售业与服务业进一步打通的新趋势。

贴。“我们也知道服务质量的重要性，但提高服务质量，提高配送时效意味着成本的增加。”乌鲁木齐市青年路上一家餐饮店的负责人坦言。

业内人士指出，我国在线外卖行业将朝服务多元化、智能化方向发展。只有进一步提升外卖配送效率，强化多维度服务体系，提高用户的体验感，才能留住消费者。只有严把质量关，外卖产业才能健康发展。

据了解，10月15日，美团点评联合行业协会、科研机构、消费者保护团体和优秀餐饮企业举行了专题研讨会。会议明确了推动外卖餐品信息描述标准化的共识，并决定于近期发布《外卖餐品信息描述规范》，对外卖购销中餐品的基本信息描述的术语、定义和要求进行规定。这将成为外卖行业首个规范餐品描述信息内容的团体标准，全面完整的商品描述信息将大大提升消费者满意度，对引导行业规范发展、提升商家服务品质有着积极意义。

来源：工人日报 吴锋思

刷脸支付成最新发力点

跨境支付竞争再度加剧

国内支付市场的竞争再度升温。近日，中国银联联合多家银行共同发布全新智能支付产品“刷脸付”，正式宣布进军刷脸支付市场。至此，支付宝“蜻蜓”、微信支付“青蛙”和银联“刷脸付”，将这一领域的竞争推向新高潮。与此同时，诸多巨头布局的跨境支付领域也迎来了PayPal这一“新玩家”。

专家表示，我国电子支付领域现已进入转型发展的深水区。在支付竞争的下半场，C端流量红利已经见顶，各大支付机构将重点打造支付生态圈，以客户需求为核心进行多领域深耕。同时把握“支付国际化”机遇，逐步提升全球支付市场占有率。

种种迹象表明，刷脸支付已经成为支付巨头们角力的最新发力点。在刚刚结束的第六届世界互联网大会上，中国银联联合多家银行共同发布全新智能支付产品“刷脸付”，正式宣布进军刷脸支付市场。其中，刷脸+支付口令的方式为银联用户多增加一道密码验证，以保障信息安全。支付宝也再次升级了其全新刷脸支付产品“蜻蜓”，推出基于线下消费场景的两款新“蜻蜓”，以折叠双屏和分体组合式双屏的创新形式帮助商户实现数字化转型。

目前，支付宝“蜻蜓”、微信支付“青蛙”和银联“刷脸付”，将刷脸支付领域的竞争推向一个新高潮。

“微信因本身具备社交属性，因此在线下场景应用更广泛，而刷脸支付实则为支付宝打开了弯道超车的机会，它能更加方便支付宝应用到线下场景中，提升其在线下场景的竞争力。”易观智库分析师王蓬博在接受《经济参考报》记者采访时表示，而银联的优势在于其线下推广能力比较强，对线下支付机构也有一定的管理职能，落地会很快。

不过，王蓬博认为，现在比拼的仍然是对场景的覆盖能力、资金能力以及用户黏性。预计银联在刷脸支付市场的份额仍将维持，对目前已有市场格局的影响并不大。

支付巨头们在跨境支付和海外市场的竞争也逐渐升温。

据外媒最新消息，蚂蚁金服旗下移动支付商计划与东南亚网约车巨头Grab商谈并购，这被业内人士认为是“国内支付巨头开拓海外市场最为聪明的方式”。同时，微信支付也意欲将支付生态圈的打造延伸至海外，其最近联合小程序、腾讯云等推出的海外首个AI生活缴费小程序“Billax必付通”正式上线，为澳洲的微信支付用户提供更加便捷高效的生活缴费体验。

值得注意的是，在跨境支付领域，国内巨头也迎来颇具竞争力的新玩家PayPal。9月30日，中国人民银行批准国付宝股权变更申请，美国支付机构PayPal通过旗下美银宝信息技术(上海)有限公司收购国付宝70%的股权。业界人士大多认为，PayPal很可能将重点放在其最为擅长的跨境支付领域。

整体而言，中国的电子支付领域的竞争日趋白热化。不过，移动支付领域两大机构形成的双寡头垄断的格局短期内难以撼动。根据易观监测机构统计，2019年一季度，从移动支付交易额来看，支付宝稳居市场第一，在一季度拿下了53.21%的市场份额；微信支付则凭借各类春节红包使个人类交易规模维持在较高水平，并通过微信流量优势，持续渗透生活场景，市场率也高达39.44%；壹钱包占有约1.27%的份额，其他平台的市占率则在1%以下。

“移动支付的无序竞争时代已经结束了，现在进入转型发展的深水区。”王蓬博表示，“备付金集中存管之后，第三方支付机构和银行的直连断了，这使得行业内竞争加剧、集中度有所提升，但也进一步激发了行业的创新。部分小型支付机构会选择退出市场，而大型支付机构业务量丰富，备付金集中存管对利润会有损害，余下中型支付机构开始转型，整个行业的变化可以说是‘从量到质’。”

业内人士表示，国内支付机构竞争已进入下半场，各个机构的打法也在发生改变。“流量红利已经见顶，各人局者应该努力打造支付生态圈，布局金融、教育、医疗、交通等垂直细分领域，塑造多元化的消费场景，更好地满足用户需求。”王蓬博表示，接下来，支付产品应该在支付服务和支付模式方面精益求精，提升用户的支付效率，增加支付应用场景，同时降低商户的支付成本。

不论是已经占据较大市场份额的巨头，还是中小支付机构，其发力点都渐渐从国内转向海外，主要原因除了进行生态圈建设和技术输出外，还有海外市场1.5%至3%的高费率带来的利润。

当前，支付宝和微信都已经开始了国际市场的布局。据统计，支付宝已经在英国、印度、菲律宾等9个国家和地区落地了属于本地人的“支付宝”。截至今年5月，支付宝已与全球250多个金融机构建立合作，提供在线收付款和境外线下支付服务。而根据微信支付副总裁李培库今年3月在微信支付境外业务合作伙伴大会上透露的信息，目前微信跨境支付已在超过49个境外国家和地区合规接入。

“‘支付国际化’机遇巨大，未来中国支付企业在全球的市场占有率将逐步提升，而中小支付机构则会在竞争中走向融合。”王蓬博表示。

来源：经济参考报 罗逸姝 张莫