

● 今天，想來點.....

餐飲外送大解析

E-Newsletter | Feb 2022

GO SURVEY
市場研究顧問

鼎鼎聯合行銷股份有限公司

顧客經營業務部 / 顧客洞察分析暨市調處

Feb 2022



HAPPYGO



在「宅經濟」興起及疫情催化下，迫使相關各界轉變經營型態，無形中也重塑了民眾的消費習慣，餐飲業更是影響甚劇，「餐飲外送」成為疫情之下的熱門消費選擇。

專家們更預測，轉變後的消費型態將不會回溯且會更加進化；就如同在此次調查中發現，在新冠疫苗施打率提高且疫情漸達控制的**2021**年，表示會再次訂購餐飲外送的占比仍持續增加中，且其中成長幅度最大的竟是熟齡世代！餐飲外送消費行為持續發酵，外送市場未來將如何布局？

GO SURVEY 此次透過餐飲外送消費行為的探討挖掘，與你一同掌握餐飲外送經濟新脈動。

於**2021/12/28 — 2022/1/24**期間，在**GO SURVEY** 平台上執行線上網路調查。

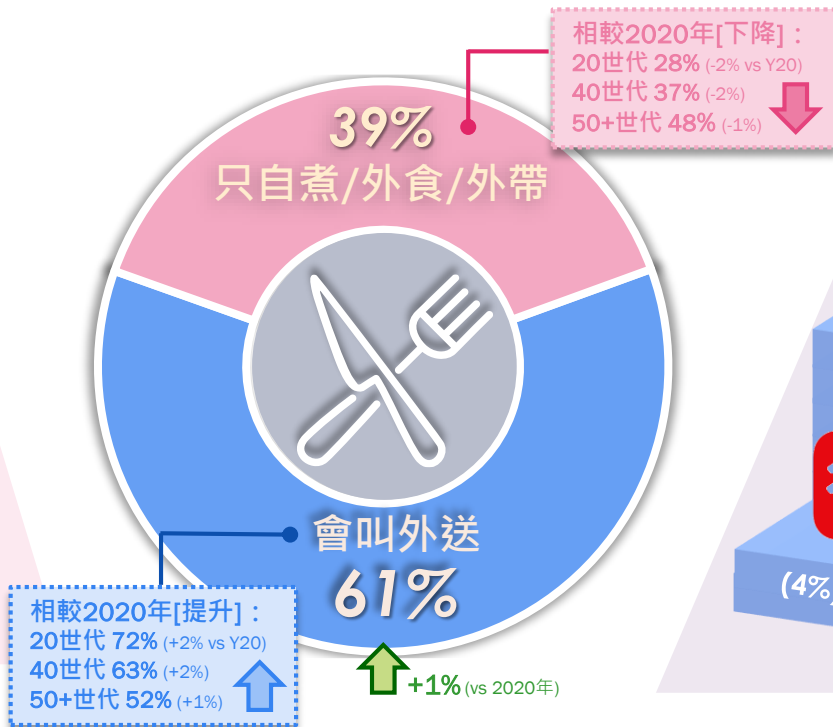
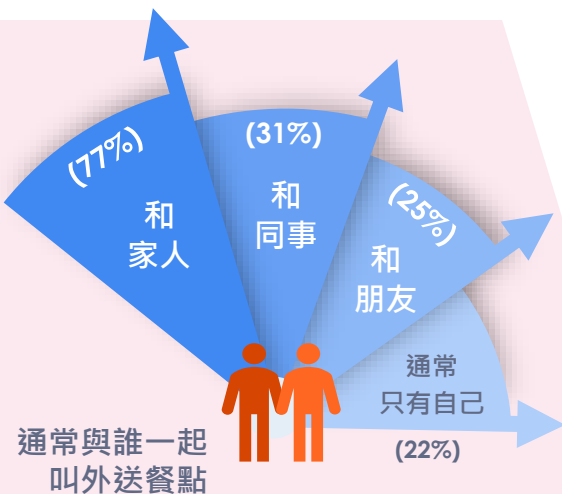
總共回收 **4,784**份樣本，受訪者條件為**18~70**歲的 **HAPPY GO** 卡友。

會訂購外送者**超過6成**，相較去年升1%！外送熱潮也延燒到熟齡客(40+世代 +1~2%)

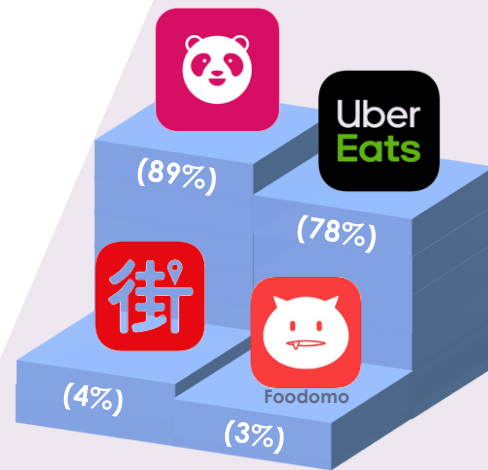
各世代自煮/外食/外帶均較2020年下降(-1~2%)，疫情催化下逐漸轉變民眾已往的用餐習慣；

通常民眾多與家人(77%)一起叫外送，foodpanda(89%)和Uber Eats(78%)為目前兩大強勢餐飲外送平台

2021年用餐行為現況



近一年使用過的外送餐飲訂購平台Top 4



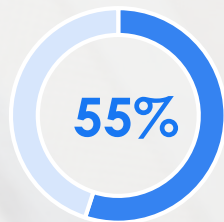
5成5民眾近一年曾使用過餐飲外送平台，每月訂購6.1次，平均每月花費\$1,985，高達93%未來願意續訂！

20/30世代餐飲外送平台使用度(62-69%)及頻率皆高(6.8-7.4次)；40世代每月訂購金額高(\$2,103)，其次為30及50+世代

續訂意願以40世代最高，願意嘗試全新餐飲消費方式則以年輕世代(20/30世代)明顯較高

餐飲外送平台消費現況

近一年曾使用過
餐飲外送平台



近一年
平均每月訂購
外送餐飲頻率

6.1次(每月)

↑+0.8次

vs. 2020/05-2021/04

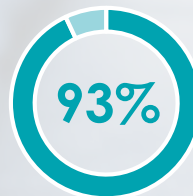
近一年
平均每月訂購
外送餐飲花費金額

\$1,985(每月)

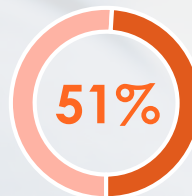
↑+\$593

vs. 2020/05-2021/04

外送平台
未來訂購意願



(近一年使用過)
再次訂購意願



(尚未使用過)
嘗試訂購意願

高於
整體

20世代 69%
30世代 62%

20世代平均訂購 7.4次(每月)
30世代平均訂購 6.8次(每月)

30世代平均花費 \$2,027(每月)
40世代平均花費 \$2,103(每月)
50+世代平均花費 \$2,001(每月)

40世代 94%
20世代 63%
30世代 54%

在家也不想等太久！餐飲外送^(24.8分鐘)較內用^(16.7分鐘)僅願意多等待8分鐘，**到貨速度**成下一波需求差異化關鍵

網購(預訂/宅配)期待能一周內到貨，其中生鮮肉品及零食乾貨更被期待能4天內能送達；

網路消費對現代人的生活不可或缺，而在線上網購及外送的使用日趨於成熟及穩定下，速度及差異化商品/服務將成下一波重要關鍵

平均願意等待到達時間



18-29歲 17.8分鐘
(+2分鐘 vs. TTL)

餐飲外送

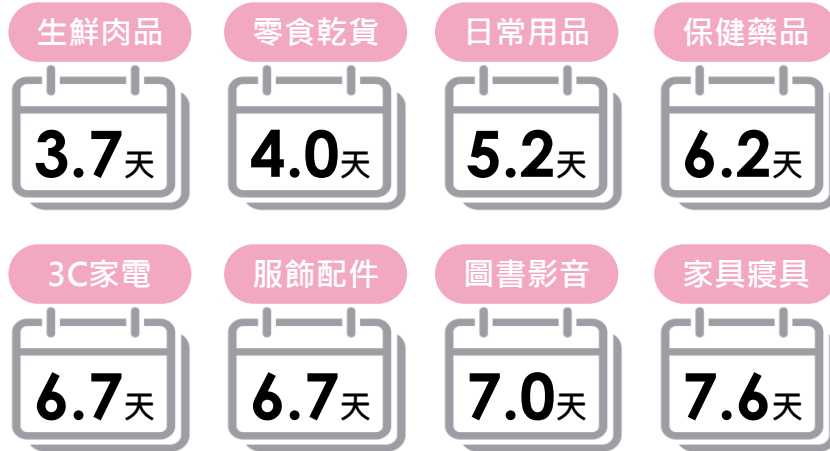


生鮮外送 (當日送)



女性 39.8分鐘
(+3分鐘 vs. TTL)

線上網購(預訂/宅配)

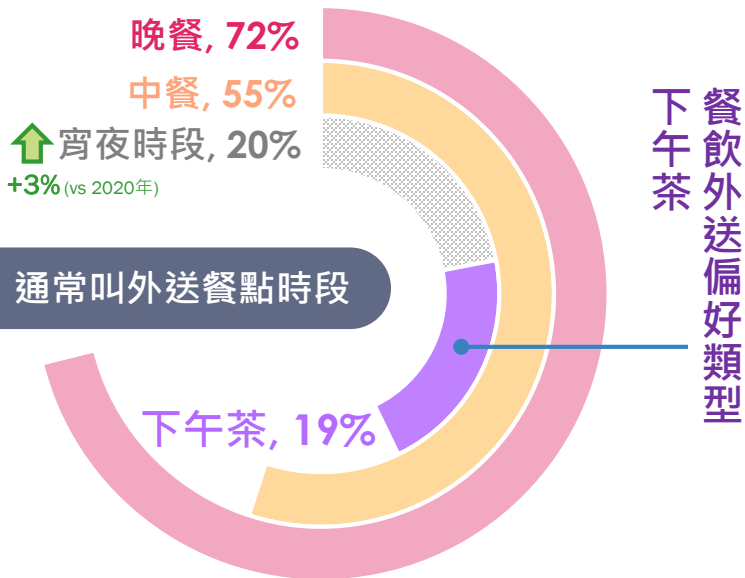


中餐及晚餐為外送大宗，下午茶及宵夜時段需求各占兩成，宵夜時段較去年更成長3%，市場成長空間大！

下午茶外送必敗品項：手搖飲果汁、咖啡輕食、炸雞鹹酥雞；

30世代偏好下午茶類型多元；40世代鐘愛炸雞鹹酥雞、豆花湯圓、西式及中式點心；

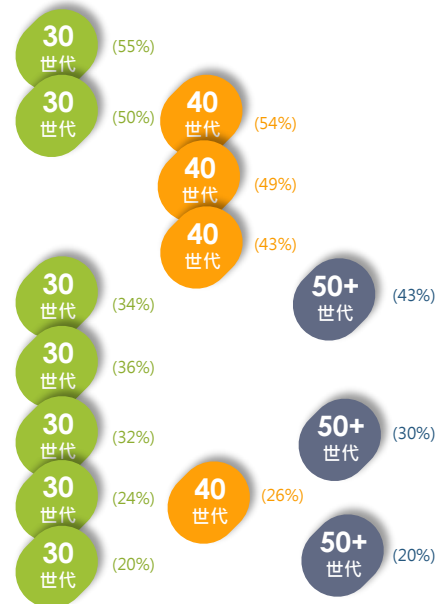
50+世代則較偏愛訂購比薩、滷味及蔬食水果沙拉



1	手搖飲料、果汁	70%
2	咖啡、輕食	52%
3	炸雞、鹹酥雞	46%
4	豆花、湯圓	37%
5	蛋糕、點心、麵包	34%
6	披薩	30%
7	餃子、鍋貼	25%
8	滷味	24%
9	涼麵、粽子、碗粿、米糕、油飯	21%
10	蔬食、水果、沙拉	16%

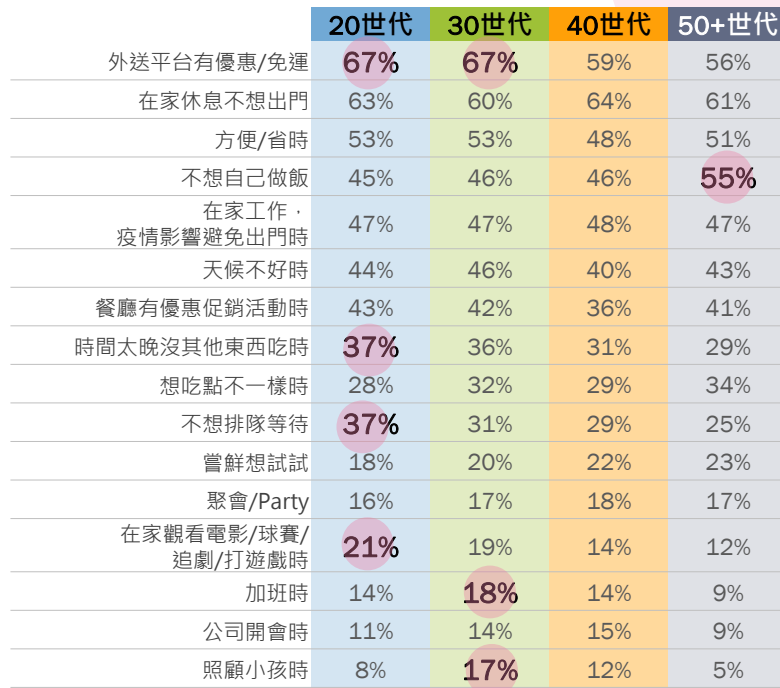
下午茶偏好訂購類型

※世代僅列出高於整體3%以上之項目



30世代訂購外送的情境常因加班及照顧小孩時；**50+世代**則多較在不想做飯而訂外送

各世代排名



鼎鼎聯合行銷(股)公司版權所有 Copyright 2022 All Right Reserved by DDIM

價格合理、免運、優惠活動帶動外送平台訂餐，尤其年輕客群； 品質相關則能吸引熟齡客群

20/30世代講究高CP值，價格敏感度高，對於訂購平台的價格、免運、優惠活動更加關注；

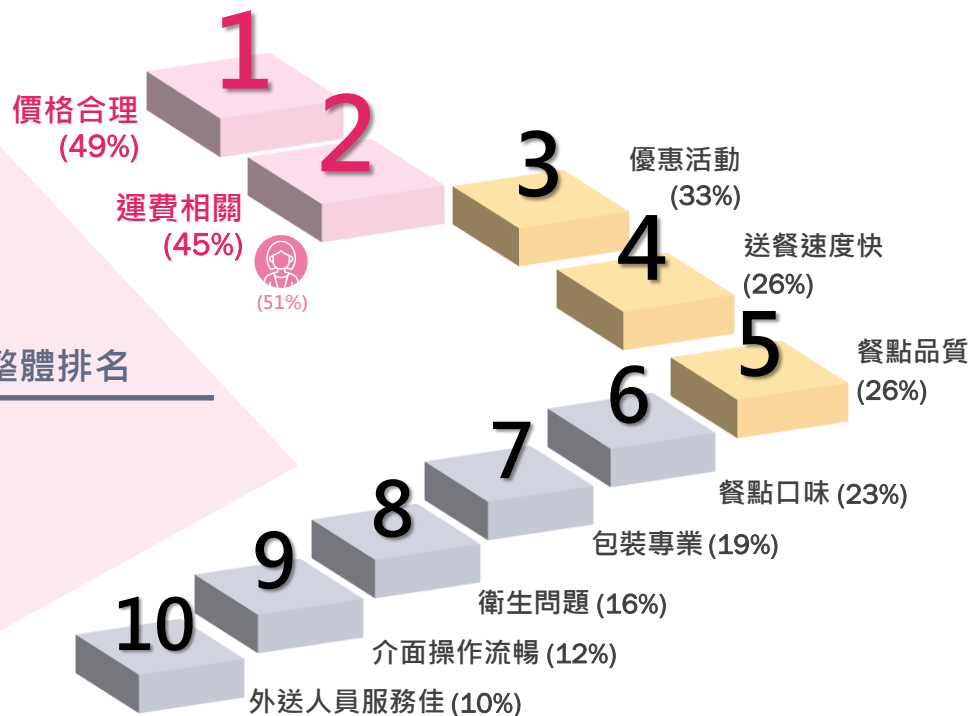
成熟世代(40/50+世代)較重視餐點品質，其中50+世代則對於送餐速度、包裝及衛生相關格外重視

使用外送平台關心的事

各世代排名

	20世代	30世代	40世代	50+世代
價格合理	52%	49%	48%	49%
運費相關/免運	56%	54%	44%	31%
優惠活動	40%	38%	34%	24%
送餐速度快	22%	27%	26%	29%
餐點品質	18%	20%	31%	34%
餐點口味	22%	25%	22%	21%
包裝專業 (保溫保冷不滲漏)	12%	18%	19%	24%
衛生問題	10%	11%	16%	25%
介面操作流暢	9%	10%	12%	14%
外送人員服務佳	12%	8%	9%	12%

[註]順序依整體排名



[註] ●及粗體表顯著高於其他群

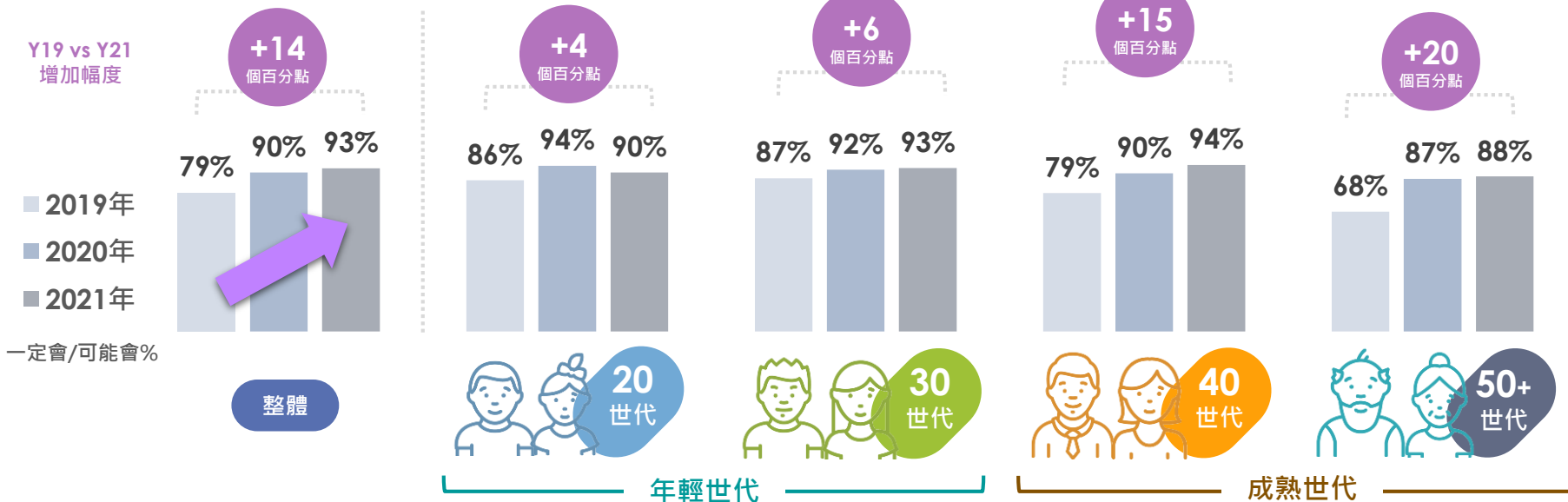
餐飲外送再購率持續增長中，2021年回購意願更高達9成3！

成熟世代接受度大增，其中50+世代再購意願成長幅度最大；

餐飲外送需求強勁，各世代市場接受度已達成熟穩定，未來需朝向差異化商品和服務來鞏固市場

會「再次」使用外送餐飲訂購平台

Y19 vs Y21
增加幅度



省時方便在家享受美食吸引再購，搭配多元結帳方式及免運培養黏著度

年輕世代(20/30世代)對習慣其平台使用及自身經驗佳再次訂購外送，而歷史訂單紀錄功能對於20世代來說十分方便；

40世代更會因不需親自到店/排隊和滿額/次數折扣優惠而吸引再次使用餐飲外送平台；

50+世代則對於包裝完善、餐點品質/衛生及平台的信賴安全性及配送相關(準時送達/來電通知)而願意再購



20
世代

習慣在此平台購買 **35%** (+10% vs TTL)

購物經驗佳 **24%** (+10% vs TTL)

可叫出歷史訂餐紀錄，直接再點餐 **19%** (+5% vs TTL)

運費便宜 **17%** (+5% vs TTL)



30
世代

不想排隊、不需親自到店取餐 **46%** (+4% vs TTL)

習慣在此平台購買 **29%** (+4% vs TTL)

購物經驗佳 **22%** (+3% vs TTL)

會再次使用餐飲外送平台的考量因素

- | | | |
|----|--------------------|-----|
| 1 | 不用出門就有美食可以吃 | 49% |
| 2 | 不想排隊、不需親自到店取餐 | 42% |
| 3 | 結帳方式多元 | 36% |
| 4 | 免運/免運門檻低 | 35% |
| 5 | 可解決因忙碌沒時間出門點/取餐問題 | 33% |
| 6 | 習慣在此平台購買 | 25% |
| 7 | 到貨品質完善/餐點外包裝完整/無滲漏 | 24% |
| 8 | 享信用卡優惠/刷卡金回饋 | 23% |
| 9 | 品類選擇多 | 21% |
| 10 | 有提供APP/可直接在APP下單 | 20% |



40
世代

不想排隊、不需親自到店取餐 **35%** (+4% vs TTL)

享折價/滿額或次數折扣優惠 **24%** (+3% vs TTL)



50+
世代

到貨品質完善/餐點外包裝完整/無滲漏 **31%** (+7% vs TTL)

餐點味道合口/菜色品質令人滿意 **19%** (+3% vs TTL)

餐飲外送平台網站可靠/值得信賴 **22%** (+6% vs TTL)

餐點乾淨衛生、健康安全 **20%** (+5% vs TTL)

配送人員到貨前來電通知 **17%** (+4% vs TTL)

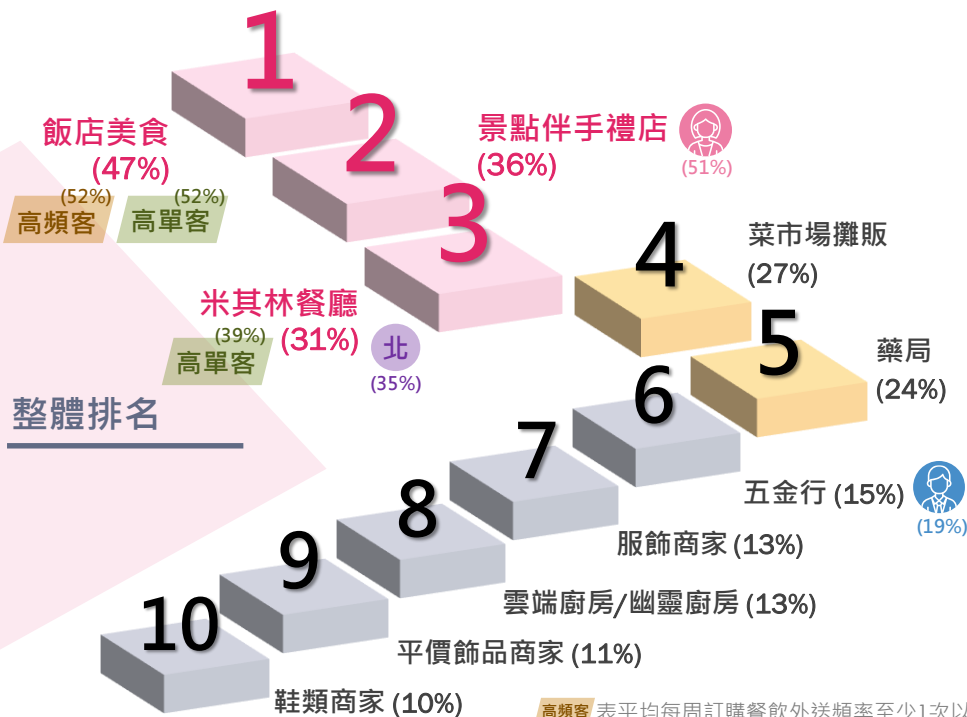
送餐準時 **16%** (+3% vs TTL)

需求再升級！飯店美食、景點伴手禮店及米其林餐廳成未來外送期待首選！

20世代更期待在外送平台購買服飾，**男性**及**30世代**對五金行外送需求度相對較高；

成熟世代(40/50+世代)明顯對於飯店美食、景點伴手禮更為期待

希望外送平台未來上架商家



各世代排名

	20世代	30世代	40世代	50+世代
飯店美食	38%	43%	49%	53%
景點伴手禮店	27%	37%	39%	39%
米其林餐廳	28%	32%	35%	29%
菜市場攤販 (水果、菜、魚肉)	28%	25%	26%	27%
藥局	26%	24%	23%	22%
五金行	18%	18%	17%	11%
服飾商家	16%	16%	13%	10%
雲端廚房/幽靈廚房 (如: Just Kitchen)	14%	15%	12%	11%
平價飾品商家	11%	13%	12%	9%
鞋類商家	10%	13%	11%	7%

[註]順序依整體排名

小結 Summary

餐飲外送使用漸成一重要用餐選擇並持續增長中！
提升商品品質及深化服務培養黏著度成關鍵

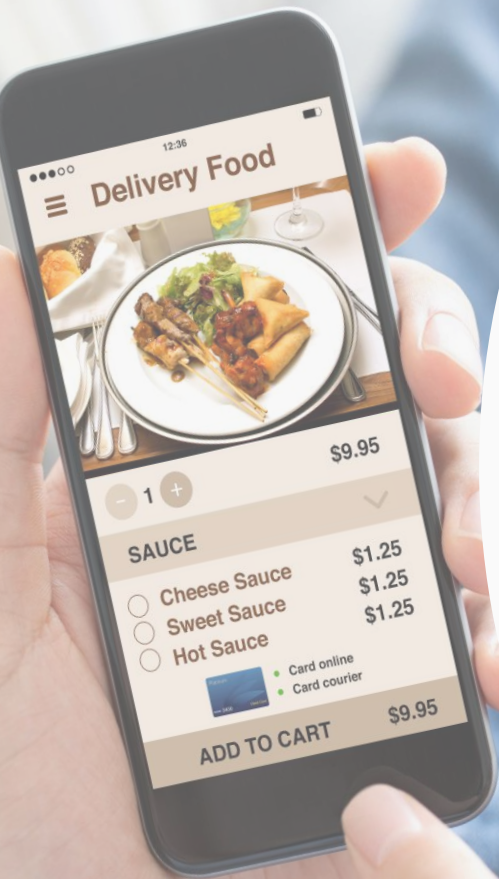
餐飲外送現況

- ☺ 有訂購外送經驗者破6成並持續增長中！
- ☺ 平均每月訂購6.1次
- ☺ 每月花費\$1,985
- ☺ 中餐及晚餐為訂購大宗
- ☺ 高達93%未來願意續訂！

訂購意願來源

- ✓ 平台優惠/免運、想休息及省時促動外送需求！
- ✓ [年輕客群] (20/30世代)
價格合理、免運、優惠活動
- ✓ [熟齡客群] (40+世代)
商品包裝/品質、平台安全性及配送相關 (送餐速度及到貨提醒)

餐飲外送未來機會點



洞察1

下午茶及宵夜目前各占兩成需求，其中宵夜時段更較去年提升3%，其外送市場成長空間大，建議平台及商家可規劃相關配套搶占正餐外的消費大餅

洞察2

餐飲外送願意等待到達的時間為25分鐘，僅較內用多8分鐘，就算待在家也不想等太久！備餐效能及送餐速度成為下一波差異化重要關鍵

洞察3

不只有填飽肚子，外送需求再進化！飯店美食、景點伴手禮店及米其林餐廳成未來餐飲外送期待首選！

洞察4

成熟世代對餐飲外送接受度大增，50+世代再購意願漲幅最大，商品品質/包裝、平台信賴度、配送相關服務(準時/到貨提醒)強化熟齡再購黏著度



THANKS!



HAPPYGO
快樂多一點

GO SURVEY
市場研究顧問

分析調研內容主編

Tina Liu

顧客洞察分析暨市調處

分析調研業務聯絡人

Krysten Lu

顧客洞察分析暨市調處 市調主任

Tel +886 2 7711-3636 #533

Email krystenlu@ddim.com.tw

