

经济预测分析

第 41 期

国家信息中心

2024年08月30日

我国在线外卖行业的经济效应和发展趋势分析

内容摘要：在线外卖行业是我国平台经济的重要组成部分，是餐饮业数字化发展的典型业态。近年来，特别是党的十八大以来，我国在线外卖行业呈现出快速发展势头，在扩大消费、保障民生、促进就业、推动餐饮业转型升级等方面发挥着重要作用，已经成为我国高质量发展的重要内容和实现中国式现代化的有力支撑。本文运用投入产出分析等量化模型对我国在线外卖行业对国民经济总产出和增加值的影响进行了分析，同时对“十五五”时期我国在线外卖行业的发展趋势进行了预测。

一、我国在线外卖行业整体呈现蓬勃发展态势

党的二十届三中全会指出，要促进平台经济创新发展。在线外卖行业作为我国平台经济的重要组成部分，是伴随着我国城镇化进程的加快发展、居民收入水平的不断提升以及互联网技术的颠覆性创新，逐步发展形成的由在线外卖平台企业、餐饮外卖商家、外卖骑手和外卖消费者四类主要参与主体共同构成的完整的生态系统。其中，在线外卖平台企业是这一生态系统的核心要素，平台企业接受消费者的下单和付款，向餐饮外卖商家和外卖骑手提供订单信息和结算服务，外卖骑手根据互联网外卖平台订单信息从餐饮外卖商家取得产品并配送至顾客手中。正是在线外卖平台企业的出现实现了外卖生态系统中信息流、实物流和资金流的高效融合，从而最终拉动全社会在线外卖生产消费行为。

（一）我国在线外卖行业经历了快速扩张到平稳发展的历程

我国在线外卖行业出现于上个世纪末，随着互联网的普及、居民收入水平的提升以及“宅经济”的日渐发展，以食派士(Sherpa's)、丽华快餐等为代表的第一代在线外卖平台企业应运而生，但由于服务对象单一、配送成本高、接入商家少以及消费者缺乏线上预定习惯等原因，最终大都“昙花一现”。

2009年，伴随着我国移动互联网和在线支付的快速发展，“饿了么”外卖平台正式上线，标志着全国性在线外卖平台走上历史舞台，在线外卖行业进入了为期近十年的快速发展“黄金期”。随着2013年美团在北京团购主站进行外卖测试上线以及2014年百度外卖凭借人工智能派单系统入局餐饮外卖领域，在线外卖行业的“三足鼎立”格局正式形成。在这一阶段，一方面在线外卖行业受到腾讯、阿里等互联网巨头的高度关注和密集投资，推动该行业依靠高额补贴迅速发展用户；另一方面平台企业快速扩张带动了骑手、餐饮企业、SaaS

软硬件供应商的快速发展，并衍生出外卖运营师、外卖运营服务商等众多新职业，标志着在线外卖成为一个具有完备生态的新行业。2015年我国在线外卖用户数量首次突破1亿，其后在2016年和2017年分别突破2亿和3亿，2017年达到3.43亿，占全部网民的44.5%。

2018年以来，随着我国经济由高速增长阶段逐步转向高质量发展阶段，在线外卖行业市场规模扩张趋于稳定。随着2019年在线外卖用户数首次出现净减少以及市场格局进入美团、饿了么“两强并立”时代，平台企业意识到客户体验主导的精细化运营取代补贴主导的快速扩张成为行业发展的新特征，不约而同通过探索自营配送体系、使用快递众包、利用算法推荐接单、提升供给品质等模式提高物流时效和用户体验，从而推动在线外卖由粗放竞争向集约化竞争转变。同时，相关部门不断加大对在线外卖行业的规范，先后出台了《关于提升餐饮业质量安全水平的意见》《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》等文件。特别值得注意的是，疫情期间我国在线外卖行业承担起了各类民生物资应急保供的重要职能，其社会价值得到进一步彰显，同时也推动了在线外卖市场规模的进一步扩大，2022年我国在线外卖用户规模增长至5.21亿，占网民整体的比例提升至48.8%。

（二）当前我国在线外卖行业进入全新发展时期

2023年以来，随着我国国民经济持续恢复向好，在线外卖行业在有力拉动餐饮业快速复苏的同时，呈现出诸多新特征和新亮点。

一是在线外卖行业发展有力助推餐饮业复苏。据测算，2023年我国在线外卖行业直接收入超1.4万亿，占同期全国餐饮行业收入比重达26.5%；同比增速近30%，明显高于全国餐饮行业同期20.4%的增速，成为引领餐饮业复苏的重要动力。同时，以美团、饿了么为代表的在线外卖头部平台企业投入大量资源助力餐饮消费复苏。据平台提供的数据测算，每投入1元补贴可以拉动餐饮消费增加5元。从

实际效果看，2024年上半年全国餐饮收入2.62万亿元，较之疫情前的2019年同期增长23%，餐饮消费受疫情冲击影响造成的损失已显著回补。

二是**在线外卖行业向“万物到家”全面进化**。从需求侧看，疫情期间消费习惯的改变推动我国即时配送和近场电商需求的快速增加，从而驱动本地零售线上化发展。从供给侧看，基于在线外卖十余年发展形成的完备城市配送体系有效打通了城市末端“最后一公里”和消费行为“最后100米”，且相关配送体系在疫情期间经历了各类生活物资保供的“压力测试”。在供需两侧推动下，在线外卖行业全面进化，催生出即时零售这一新业态，“万物到家”时代正式来临，“30分钟万物到家”成为越来越多年轻人“高确定性”的生活方式。2023年，中国即时配送行业订单规模达到408.8亿单，同比增长22.8%。

三是**以平台企业为核心的产业生态共生共荣愈加深化**。2023年以来，平台企业进一步营造与消费者、商家和骑手共生共荣的产业生态。服务消费者方面，平台企业一方面通过发放消费券、实施“免单一分钟”等活动降低消费者的使用成本；另一方面通过上线“拼好饭”以及“必点榜”等新服务有效满足消费者的多元需求。服务商家方面，在进一步实施“繁盛计划”“青苗计划”等专项帮扶服务的同时，大力推动各类餐饮企业打造线上线下“双主场”，提升餐饮数字化水平。服务骑手方面，各平台企业一方面通过推广职业伤害保险、改进算法规则等方式保护骑手权益；另一方面通过向骑手提供专属的折扣餐及节日期间的免费骑手餐、加大对骑手的特殊天气补贴和年节保障奖励等方式进一步调动骑手积极性。

四是**在线外卖行业绿色化发展步伐不断加快**。2023年以来，在线外卖行业各相关方积极响应国家“双碳”战略，从增加政策供给、强化平台社会责任以及增进消费者环保意识三个方面不断加快全行

业绿色化发展步伐。政策供给方面，国家层面先后制定出台《绿色外卖管理规范》《关于发挥网络餐饮平台引领带动作用 有效防范外卖食品浪费的指导意见》等行业标准和政策文件。平台社会责任方面，美团在“青山计划”基础上联合中国包装联合会等单位成立“餐饮外卖绿色包装应用工作组”，先后推出 6 大类菜品的“绿色包装解决方案”，累计孵化并投放 41 款、超 291 万件绿色包装制品。消费者环保意识方面，越来越多消费者点餐时选择“小份菜”和“无需餐具”选项，截止 2023 年底，饿了么平台“无需餐具”订单累计超过 14 亿单，美团累计 4 亿消费者选择“无需餐具”。

二、在线外卖行业对我国经济的拉动作用明显

近年来，在线外卖行业对宏观经济特别是餐饮行业产生积极推动作用已经成为学界共识，但缺乏对在线外卖行业对我国经济总产出拉动作用即在线外卖行业对宏观经济乘数效应的定量分析。基于上述背景，我们在国内首次运用国家统计局《2020 年全国竞争型投入产出表》，针对在线外卖行业对各个行业产生的直接经济效应、间接经济效应和引致经济效应分别进行测算。这里所说的直接经济效应是指在线外卖行业消费带来的直接产出；间接经济效应是指在线外卖行业带动其它行业的产出相应增加；引致经济效应是指在线外卖行业带动所有行业生产扩大后，带来居民收入的增加、消费的扩大，这部分消费增量还会进一步刺激各行业生产的增长。

（一）在线外卖行业对我国经济总产出、增加值的乘数效应分析

对经济总产出的影响。通过投入产出模型测算得到我国在线外卖行业的直接效应乘数、间接效应乘数和引致效应乘数分别为：1、1.65 和 1.04，其对国民经济总效应乘数为 3.69。

对经济增加值的影响。通过投入产出模型测算，在线外卖行业对

我国宏观经济增加值的直接效应乘数、间接效应乘数和引致效应乘数分别为 0.32、0.68 和 0.44，对国民经济增加值的总效应乘数为 1.44。

表 1 我国在线外卖行业对宏观经济的乘数效应

	总产出	增加值
总效应乘数	3.69	1.44
其中：直接效应乘数	1.00	0.32
间接效应乘数	1.65	0.68
引致效应乘数	1.04	0.44

数据来源：国家信息中心

（二）在线外卖行业对我国各行业总产出和增加值的影响分析

从行业角度看，由于在线外卖行业与各行业的联系紧密程度和产业相关性差异，其对我国各行业总产出以及直接、间接以及引致经济效应产生的影响差异较大。

表 2 我国在线外卖行业对各行业总产出的乘数效应

行业	直接效应乘数	间接效应乘数	引致效应乘数	总效用乘数
农业	0	0.41	0.12	0.52
采矿业	0	0.04	0.03	0.06
制造业	0	0.72	0.40	1.12
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0	0.05	0.04	0.08
建筑业	0	0.00	0.00	0.01
批发和零售业	0	0.14	0.06	0.20
交通运输、仓储和邮政业	0	0.09	0.05	0.14
住宿和餐饮业	1	0.01	0.03	1.04
信息传输、软件和信息技术服务业	0	0.02	0.03	0.05
金融业	0	0.05	0.07	0.12
房地产	0	0.05	0.09	0.13
租赁和商务服务业	0	0.06	0.04	0.10
科学研究和技术服务业	0	0.01	0.00	0.01
水利、环境和公共设施管理业	0	0.00	0.00	0.00
居民服务、修理和其他服务业	0	0.01	0.02	0.03
教育	0	0.00	0.03	0.03
卫生和社会工作	0	0.00	0.02	0.02
文化、体育和娱乐业	0	0.00	0.01	0.01
公共管理、社会保障和社会组织	0	0.00	0.00	0.00
总计	1	1.65	1.04	3.69

数据来源：国家信息中心

模型结果显示,从在线外卖对各个行业产出的拉动作用即乘数大小排序来看,乘数排在前五位的分别是制造业、住宿和餐饮业、农业、批发和零售业、交通运输仓储和邮政业,分别占到总产出的 1.12、1.04、0.52、0.20 和 0.14。其中,间接效应乘数排在前三位的分别是制造业、农业、批发和零售业,乘数分别为 0.72、0.41 和 0.14;引致效应乘数排在前三位的分别是制造业、农业、房地产,分别为 0.40、0.12 和 0.09。

表 3 我国在线外卖行业对各行业增加值的乘数效应

行业	直接效应乘数	间接效应乘数	引致效应乘数	总效应乘数
农业	0.00	0.25	0.07	0.32
采矿业	0.00	0.02	0.01	0.03
制造业	0.00	0.16	0.09	0.25
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0.00	0.01	0.01	0.03
建筑业	0.00	0.00	0.00	0.00
批发和零售业	0.00	0.09	0.04	0.13
交通运输、仓储和邮政业	0.00	0.04	0.02	0.06
住宿和餐饮业	0.32	0.00	0.01	0.34
信息传输、软件和信息技术服务业	0.00	0.01	0.01	0.02
金融业	0.00	0.03	0.05	0.08
房地产	0.00	0.03	0.06	0.09
租赁和商务服务业	0.00	0.02	0.01	0.03
科学研究和技术服务业	0.00	0.00	0.00	0.00
水利、环境和公共设施管理业	0.00	0.00	0.00	0.00
居民服务、修理和其他服务业	0.00	0.00	0.01	0.02
教育	0.00	0.00	0.02	0.02
卫生和社会工作	0.00	0.00	0.01	0.01
文化、体育和娱乐业	0.00	0.00	0.00	0.01
公共管理、社会保障和社会组织	0.00	0.00	0.00	0.00
总计	0.32	0.68	0.44	1.44

数据来源: 国家信息中心

模型结果显示,从在线外卖对各个行业增加值拉动作用即乘数的排序来看,排在前五位的分别是住宿和餐饮业、农业、制造业、批发

和零售业和房地产，乘数分别 0.34、0.32、0.25、0.13 和 0.09。其中，间接效应乘数排在前三位的分别是农业、制造业、批发和零售业，乘数分别为 0.25、0.16 和 0.09；引致效应乘数排在前三位的分别是制造业、农业、房地产，乘数分别为 0.09、0.07 和 0.06。

基于上述测算：从总量方面看，**在线外卖行业对宏观经济的拉动作用明显**。在线外卖行业对经济总产出和经济增加值的乘数分别为 3.69 和 1.44，这意味着在线外卖行业每 1 元的消费支出可以拉动国民经济总产出增加 3.69 元，同时可以拉动国民经济形成增加值 1.44 元。从结构方面看，**在线外卖行业对实体经济的拉动作用明显**。在线外卖行业对制造业和农业两大实体经济重要产业在总产出和增加值方面的拉动作用分别为 1.64 和 0.57，这使得我们必须辩证的看待在线外卖行业与实体经济的关系，特别是其对实体经济的拉动贡献，从大力发展实体经济的角度进一步增加对在线外卖行业的政策供给。

三、“十五五”时期我国在线外卖行业将继续保持良好发展势头

“十五五”时期是我国以新发展理念引领高质量发展、加快发展新质生产力的攻坚时期，同时也是各行业、各领域向中国式现代化迈进的关键时期。

“十五五”时期，我国城市化将进一步深化，追求新奇、潮流和消费体验的“Z 世代”全面崛起，城市生活节奏进一步加快叠加“宅经济”生活方式进一步普及，一系列因素将共同推动我国在线外卖用户规模持续增长以及在线外卖使用频次持续提升。与此同时，我国在线外卖行业发展也将面临新的红利：一是**创新发展能力**进一步提高。我国在线外卖头部平台企业将进一步增加创新投入，秉持“零售+科

技”的发展战略，努力从“以商业模式创新为主”向“科技创新与商业模式创新并重”转型，充分发挥人工智能的软硬件设备、大数据、机器人、物联网等技术优势，打造覆盖商品和服务零售的智能速运网络体系，串联消费场景，服务终端消费者，有效赋能我国餐饮业转型升级。二是**协调发展**水平进一步提升。平台企业将在相关政府部门引导支持下进一步发挥在推动外卖商家数字化转型、推动餐饮业高质量发展方面的独特优势，共同推动餐饮行业数字化发展。此外，平台企业将进一步构建三四线城市以及农村地区等“下沉”市场的生态体系，让广大“下沉”市场的消费者和外卖商家将在未来更好的端起“外卖碗”，吃上“下沉饭”。三是**开放发展**进程进一步加快。未来头部平台必将凭借企业雄厚的资本实力、成熟的运营模式进一步迈出“出海”步伐，秉持消费者为中心，构建高效即时配送体系为基础，提供品质餐饮外卖服务的模式，依托“出海”进一步扩大市场份额、增加收入来源、提升品牌影响力，从而实现在线外卖行业的长期稳定发展。四是**规范发展**理念进一步强化。随着“食以安为先”理念的全面深入人心，在线外卖行业正在构建起政府监管、部门协同、行业自律、企业负责、公众参与、媒体监督的“社会共治”格局，努力在规范管理方面形成“人人参与、人人尽力、人人享有”的氛围，真正做到“疏而不漏”，从而确保让人民群众吃得放心。

我们对“十五五”期间我国在线外卖行业发展趋势进行了预测，预计“十五五”时期，我国在线外卖行业将保持年均10%左右的增速，明显高于同期7%左右的餐饮业市场规模增速，市场渗透率水平（在线外卖行业销售收入与餐饮业销售收入的比值）稳步提升。2030年，市场规模将达到29440亿元，市场渗透率将达到34.7%。

表4 “十五五”时期我国在线外卖行业市场规模测算

	在线外卖行业市场 规模（亿元）	增长速度 （%）	在线外卖行业市场 渗透率（%）
2025年	18394	13.7	29.7
2026年	20772	12.9	31.2
2027年	23152	11.5	32.5
2028年	25264	9.1	33.3
2029年	27342	8.2	34.0
2030年	29440	7.7	34.7

数据来源：国家信息中心

（执笔：张巍）

编辑部地址：北京三里河路58号国家信息中心预测部
 联系电话：68557142, 68558152
 电子邮箱：gxfx@sic.gov.cn

邮编：100045
 传真：68558210