



餐饮外卖 营养健康化发展趋势

研究报告

饿了么即时电商研究中心

农业农村部食物与营养发展研究所

中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会

中国人民大学农业与农村发展学院

2023.10



并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

01 餐饮服务向关注营养健康转变

中国居民膳食结构改善 健康意识增强

02 餐饮外卖营养健康消费趋势与消费特征

餐饮外卖营养健康化发展八大消费趋势

03 外卖平台助力饮食营养健康化的探索实践

从需求出发引导推动供给侧创新

01 餐饮服务向关注营养健康转变

餐饮服务：从解决温饱到关注营养健康

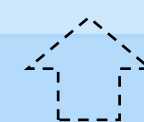
餐饮5.0时代——关注营养健康

消费者开始关注健康营养



餐饮4.0时代——关注品牌

消费者重视环境/服务/产品/品牌



餐饮3.0时代——关注环境服务

消费者关注餐饮环境和服务



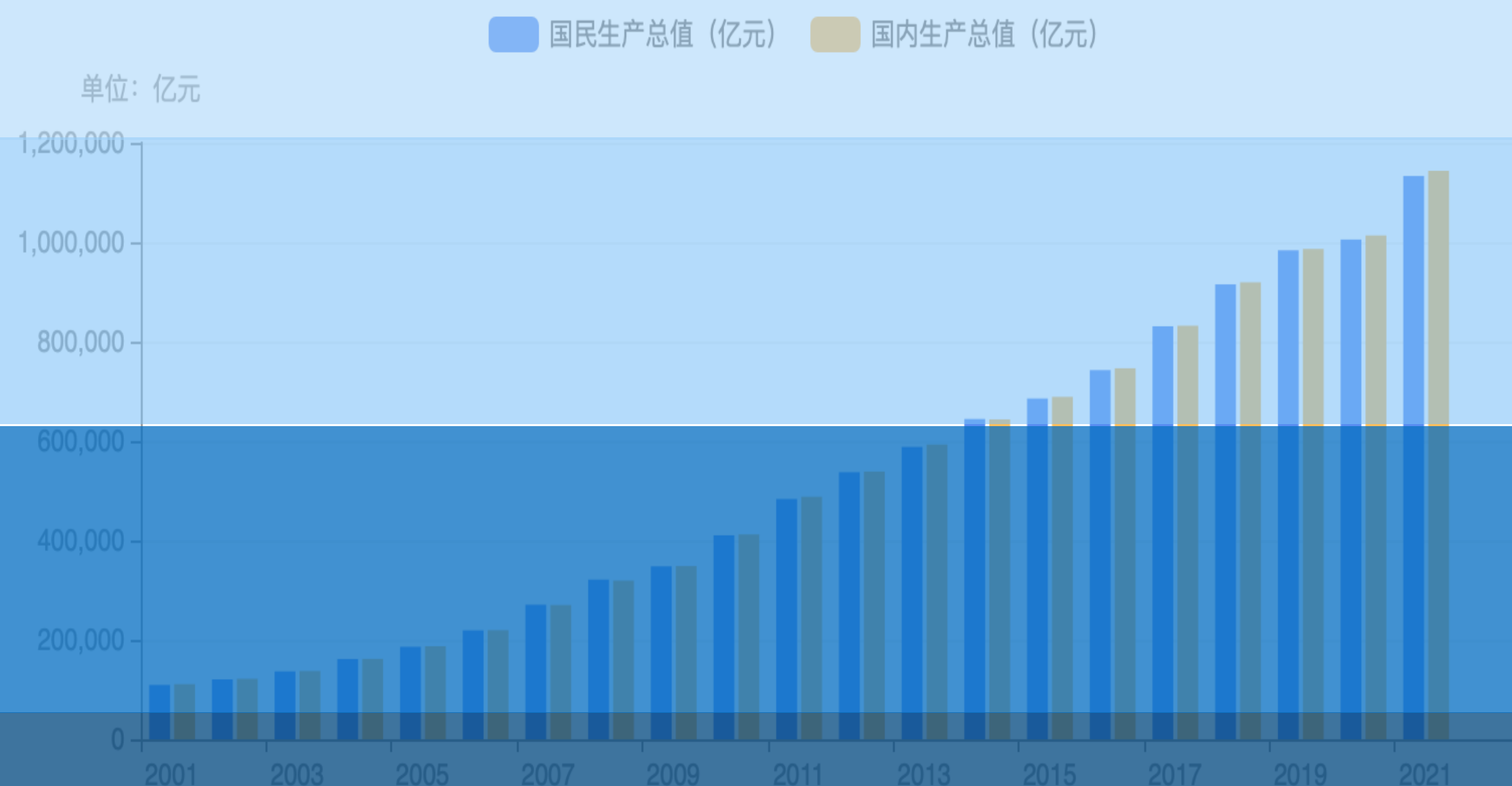
餐饮2.0时代——关注口味

消费者关注口味



餐饮1.0时代——关注温饱

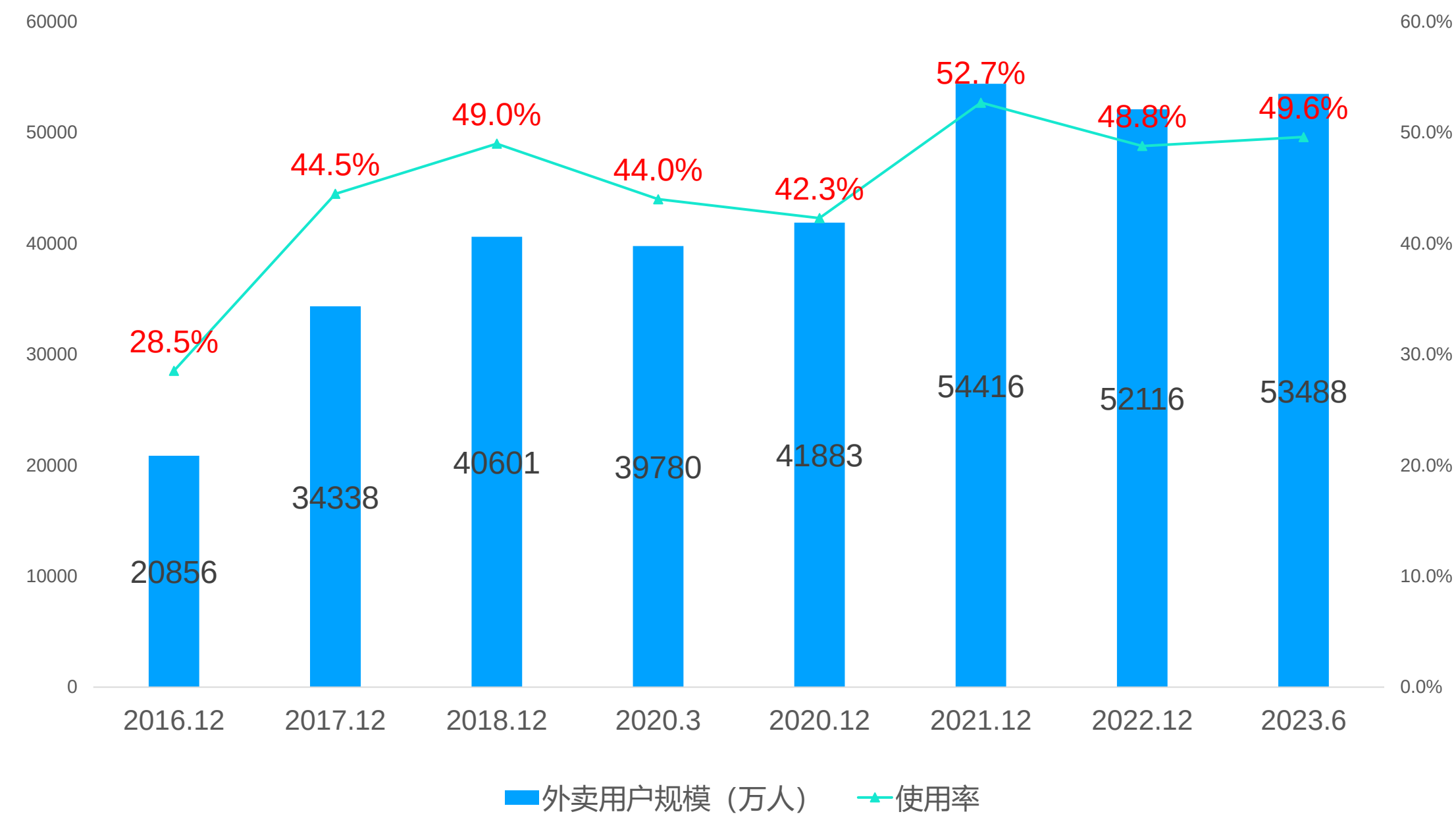
消费者关注便宜实惠量大



在线餐饮外卖成为人们的日常生活方式

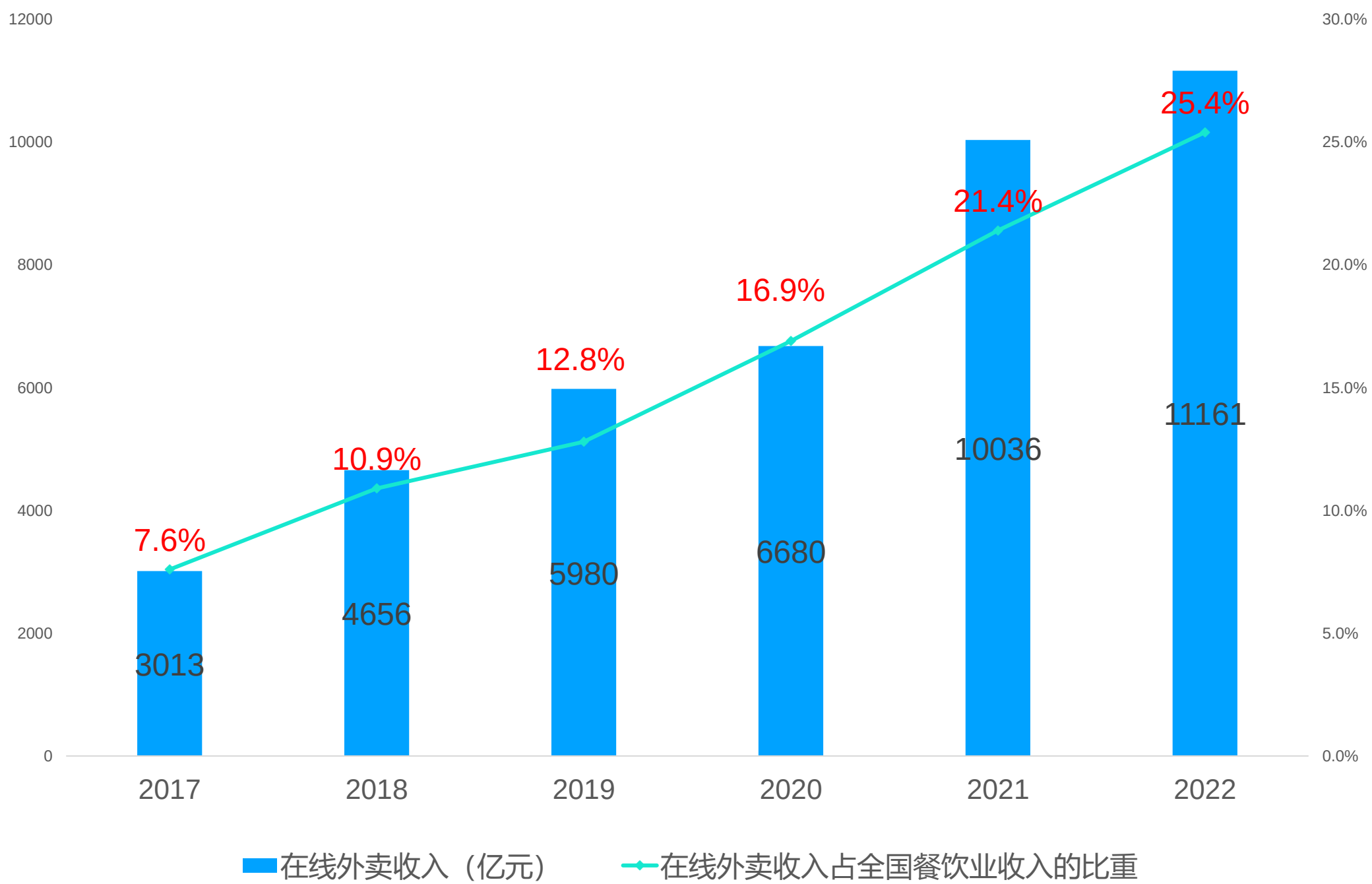
- 数字经济发展，餐饮外卖逐渐成为人们的日常生活方式。
- 消费者端：截至2023年6月，中国网上外卖用户规模达**5.35亿**，网民使用率**49.6%**。
- 市场规模：2022年中国在线外卖市场规模超过**1.1万亿元**，占全国餐饮业收入的比重达到**25.4%**。

图1：2016年-2023年网上外卖用户规模及使用率



数据来源：CNNIC，饿了么即时电商研究中心整理

图2：2017年-2022年中国在线外卖市场规模（亿元）



数据来源：国家信息中心、国家统计局，饿了么即时电商研究中心分析

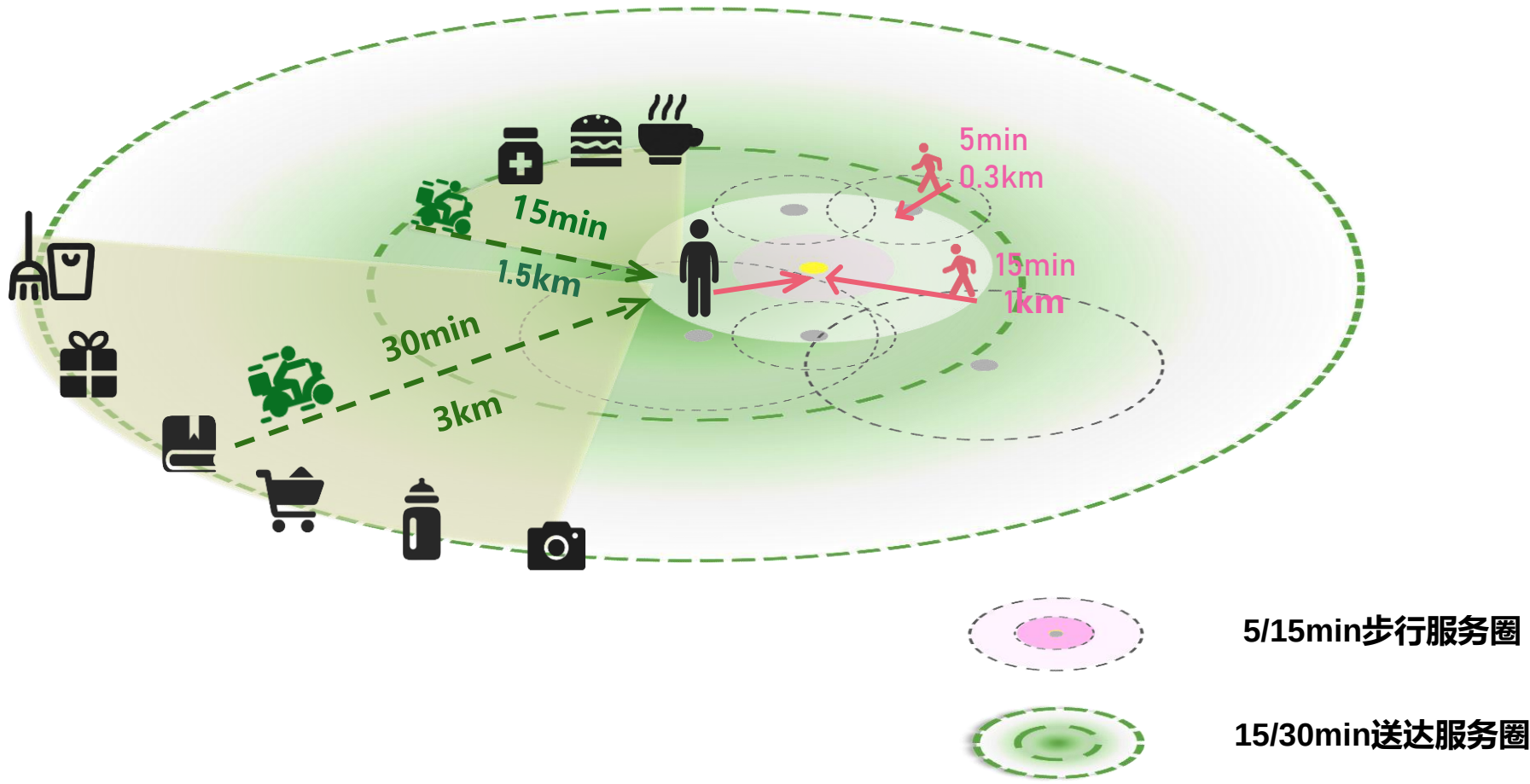
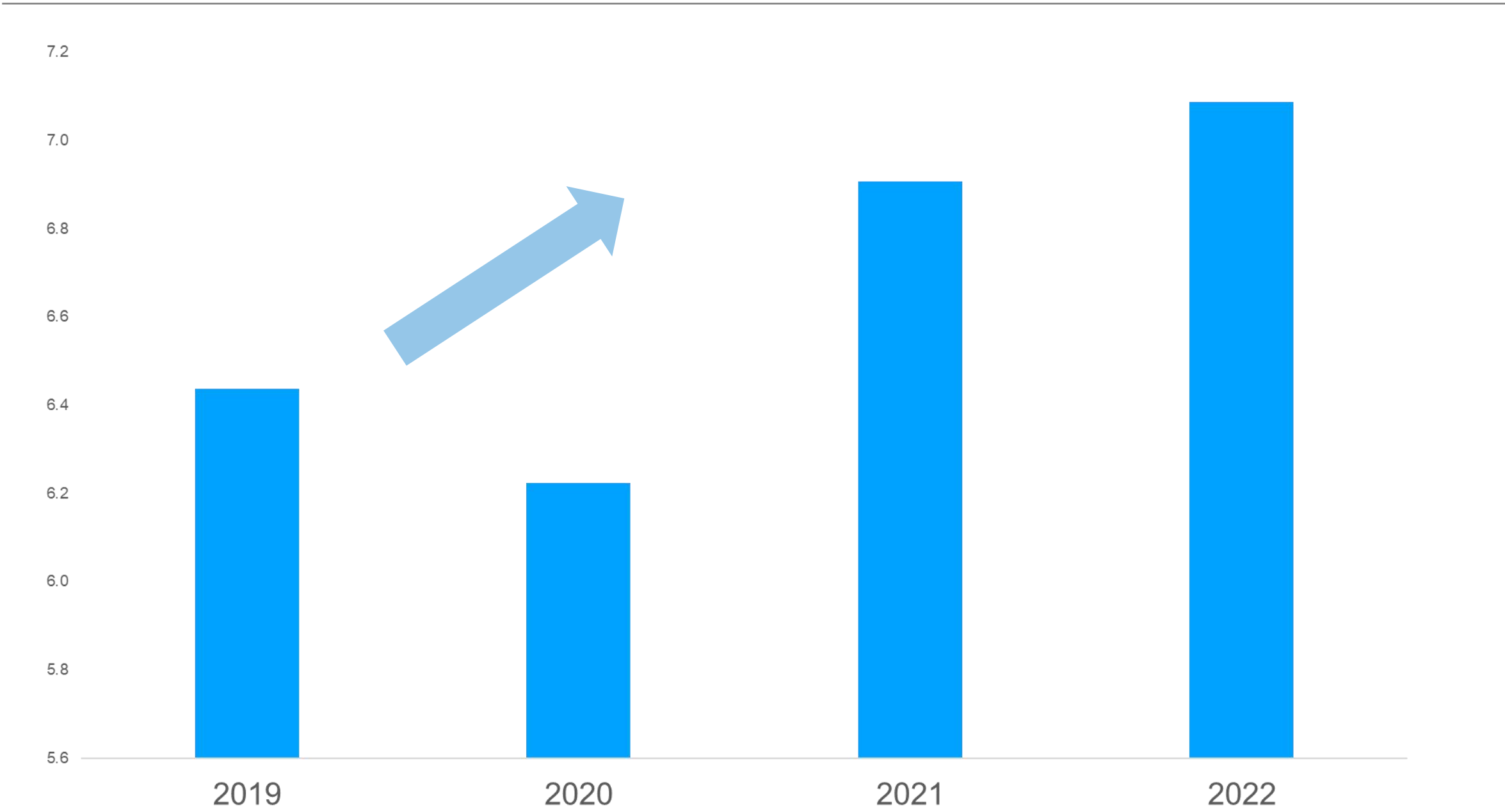
02 餐饮外卖营养健康消费趋势

- 趋势一：饮食丰富度增加
- 趋势二：全谷物和杂粮食品流行
- 趋势三：低卡食品受追捧
- 趋势四：注重水果摄入
- 趋势五：膳食补充剂消费大涨
- 趋势六：水产品消费稳增
- 趋势七：饮品减糖化
- 趋势八：减盐意识增强

趋势一：饮食丰富度增加

- **餐饮服务范围扩大：**在线餐饮外卖让更多餐饮服务从不可达变为30分钟可获取的上门服务，使人们在饮食上有更多的选择。
- **餐品种类增加：**饿了么数据显示，用户通过平台购买的餐品种类越来越丰富。2022年用户年平均购买的餐饮品类数比2019年增加了**0.7**个。

图3：用户年平均购买的餐饮品类数（2019-2022）

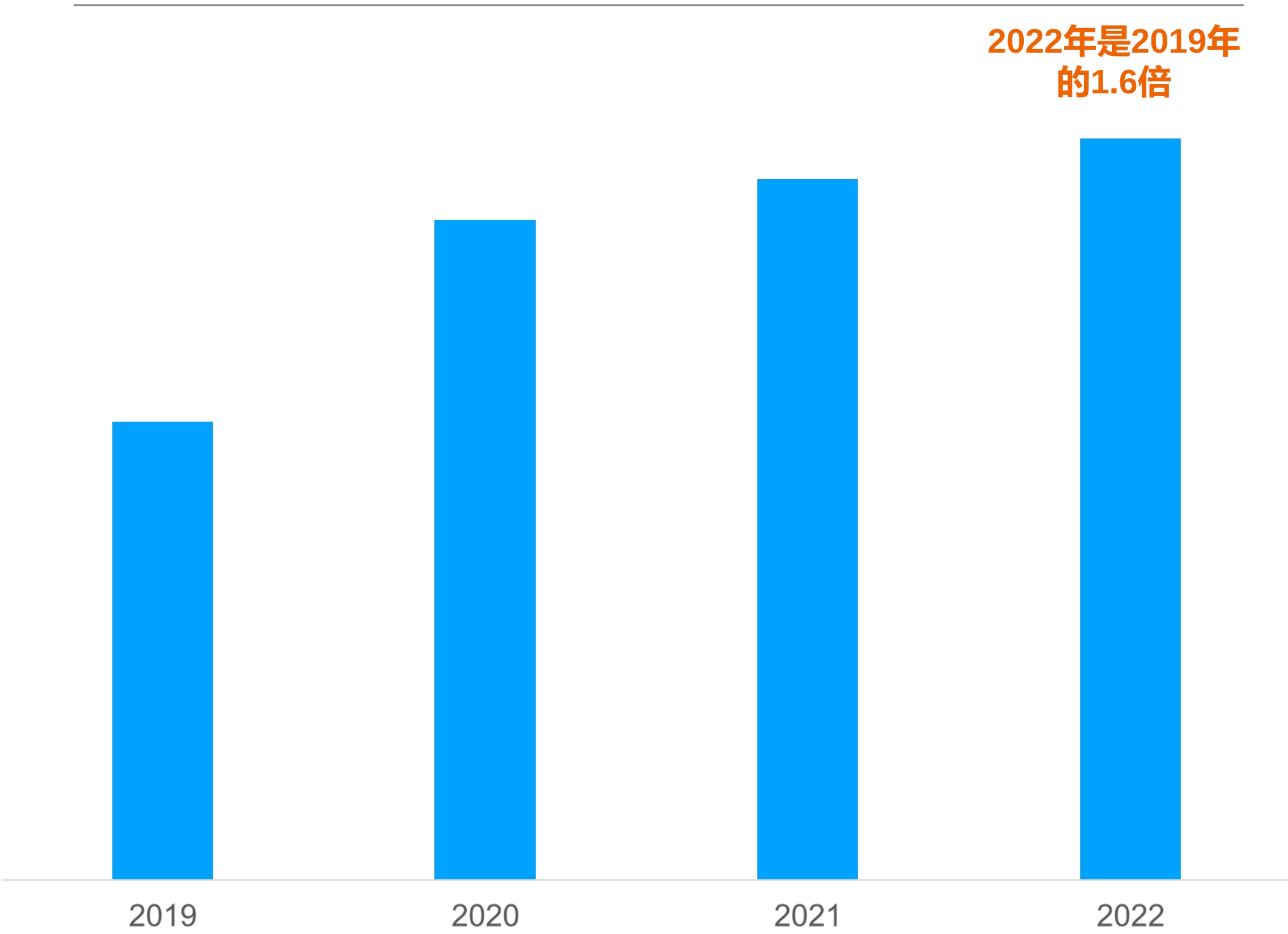


数据来源：饿了么即时电商研究中心
注：数据为餐饮品类下的二级品类数目

趋势二：全谷物和杂粮食品流行

- 全谷物及全谷物食品（全麦、糙米、杂粮、杂豆、糙米、燕麦、荞麦、玉米、粟米、薏米、藜麦、青稞等）的消费趋势显示了人们对健康饮食的日益关注。《中国居民膳食指南（2022）》推荐食物多样，合理搭配，全谷物是平衡膳食的重要组成部分。
- **全谷物食品的菜品数增加：**饿了么数据显示，2022年标注全谷物食品的菜品数是2019年的**1.6**倍。

图4：全谷物食品的菜品数（2019年-2022年）



数据来源：饿了么即时电商研究中心
备注：数据取全谷物和杂粮食品

中国居民膳食指南

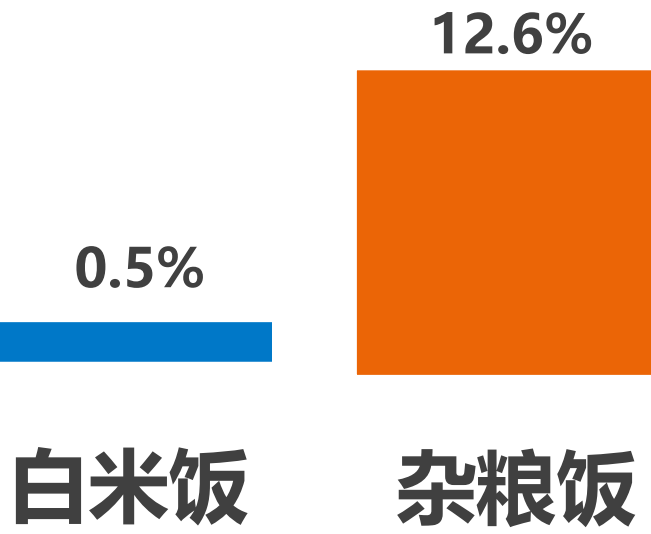


趋势二：全谷物和杂粮食品流行

- 随着人们对健康饮食的认识提高，越来越多的人开始关注粗粮的营养价值。粗粮富含膳食纤维、维生素、矿物质等，有助于促进消化、控制体重、预防慢性疾病等。同时，政府的政策扶持和企业的产品创新都促进了粗粮消费的增长。
- **粗粮的消费量快速增加：**饿了么数据显示，杂粮饭过去三年复合增长率12.6%，是白米饭的**23**倍；荞麦面制品过去三年复合增长率24.3%，是白面制品的**4**倍。“粗粮”的消费量增速远超“细粮”。

图5：白米饭VS杂粮饭的销量增长趋势

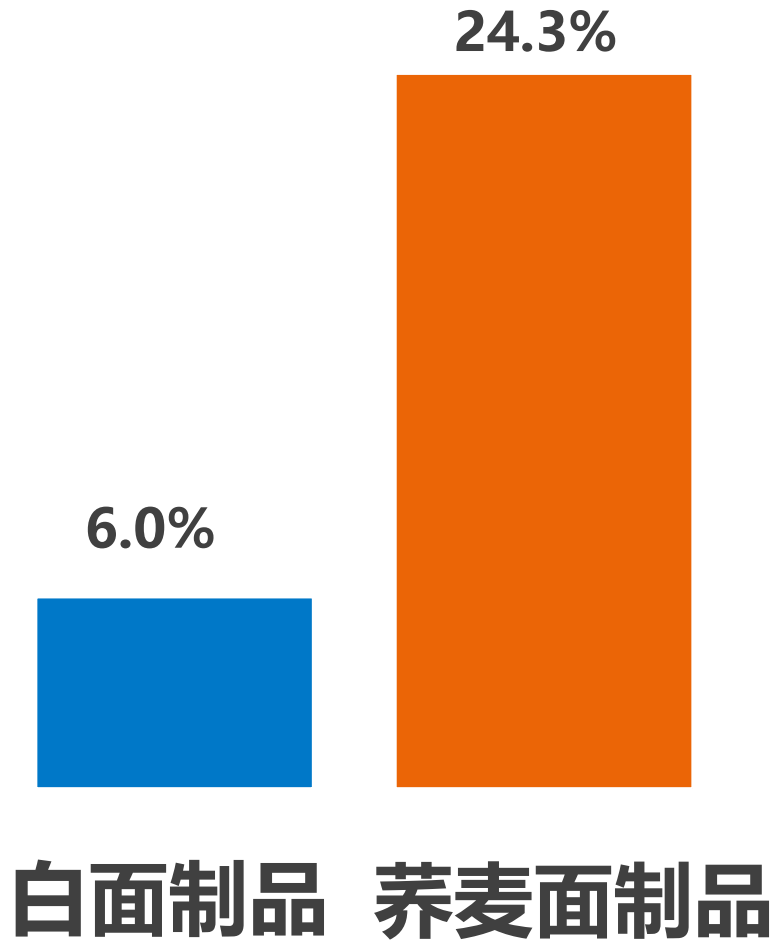
'19-'22年
复合增长率



数据来源：饿了么即时电商研究中心分析

图6：白面制品VS荞麦面制品销量增长趋势

'19-'22年
复合增长率

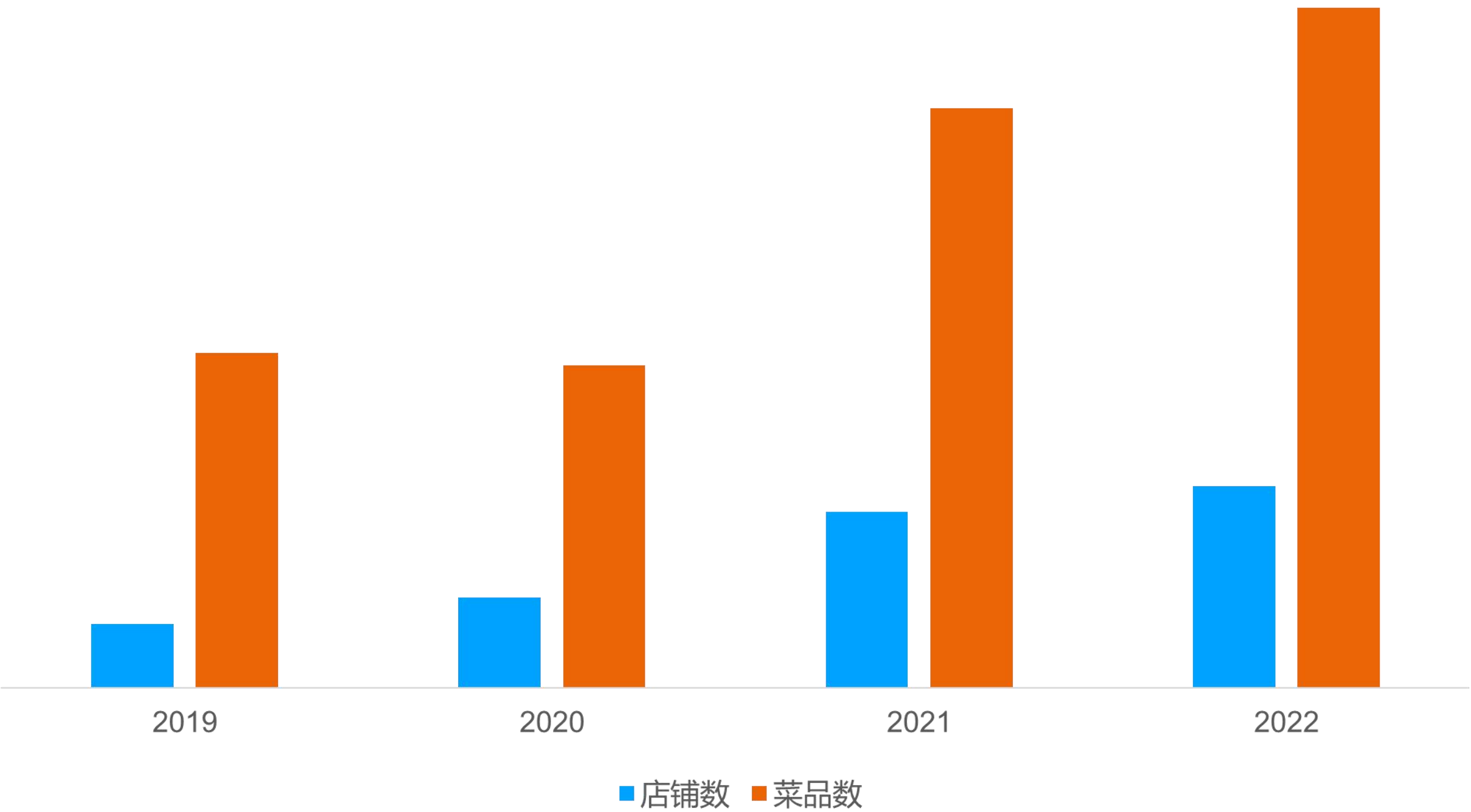


数据来源：饿了么即时电商研究中心分析

趋势三：低卡食品受追捧

- 全民追求饮食“营养、健康”大趋势凸显。
- **低卡食品供给增加**：饿了么数据显示，2022年低卡食品的餐饮店铺数较2019年增加**217%**，商品数增加**123%**。

图7：低卡食品的店铺数和菜品数（2019年-2022年）

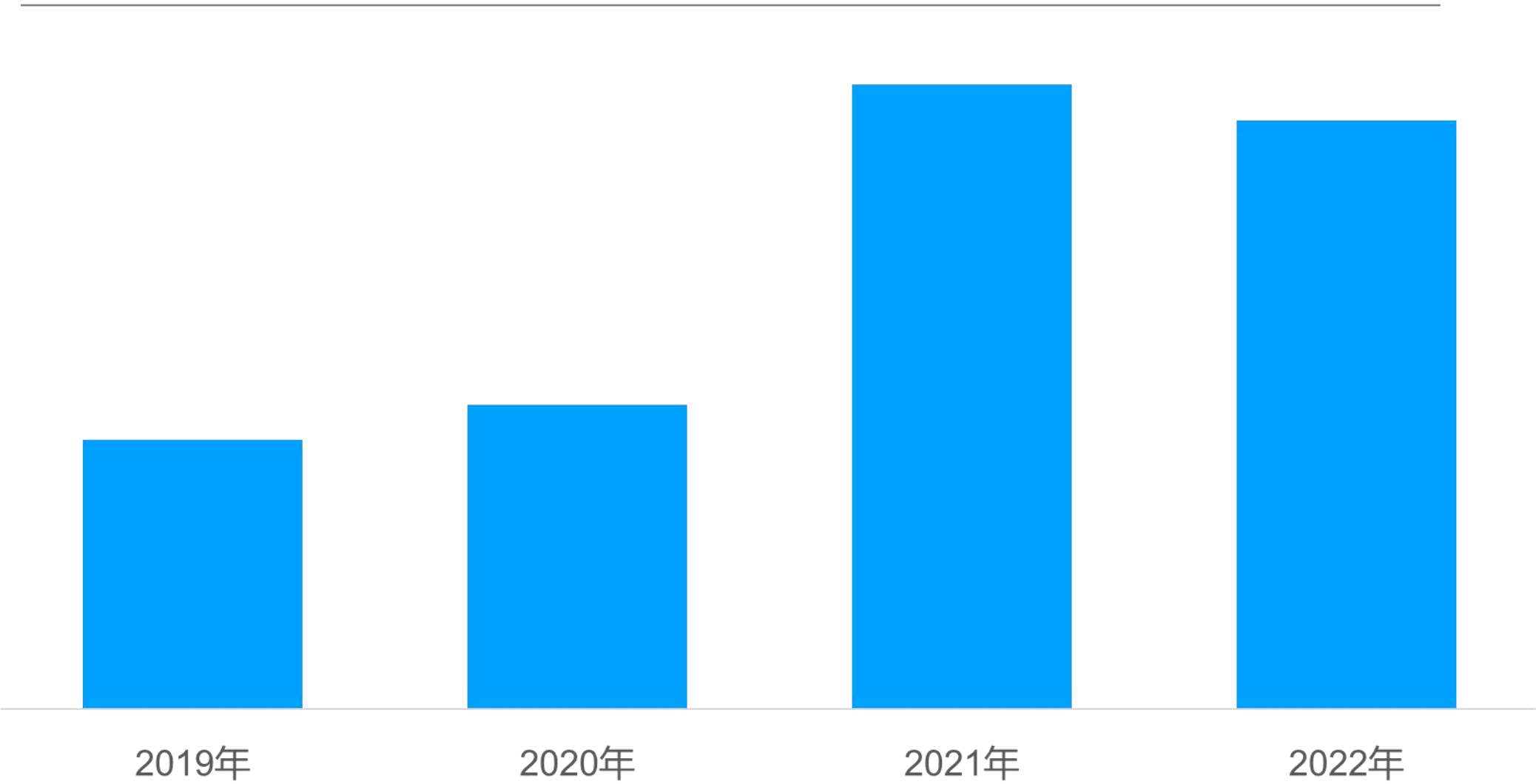


数据来源：饿了么即时电商研究中心

趋势四：注重水果摄入

- **水果消费增加：**随着人们对健康饮食的重视，中国人水果消费量也在增加。水果富含各种维生素、矿物质和纤维，对健康至关重要。
- 饿了么数据显示，2022年下午茶时段水果（果切、水果捞等，不含水果店）消费金额是2019年的**2.2**倍。2023年即时电商平台水果消费（果切、水果捞等，含水果店）占比较2020年上升了**0.4**个百分点。

图8：下午茶时段水果补充（2019年-2022年）



数据来源：饿了么即时电商研究中心
注：水果（果切、水果捞等，不含品类水果店）

图9：全时段外卖中水果消费金额占比（2020年-2023年）

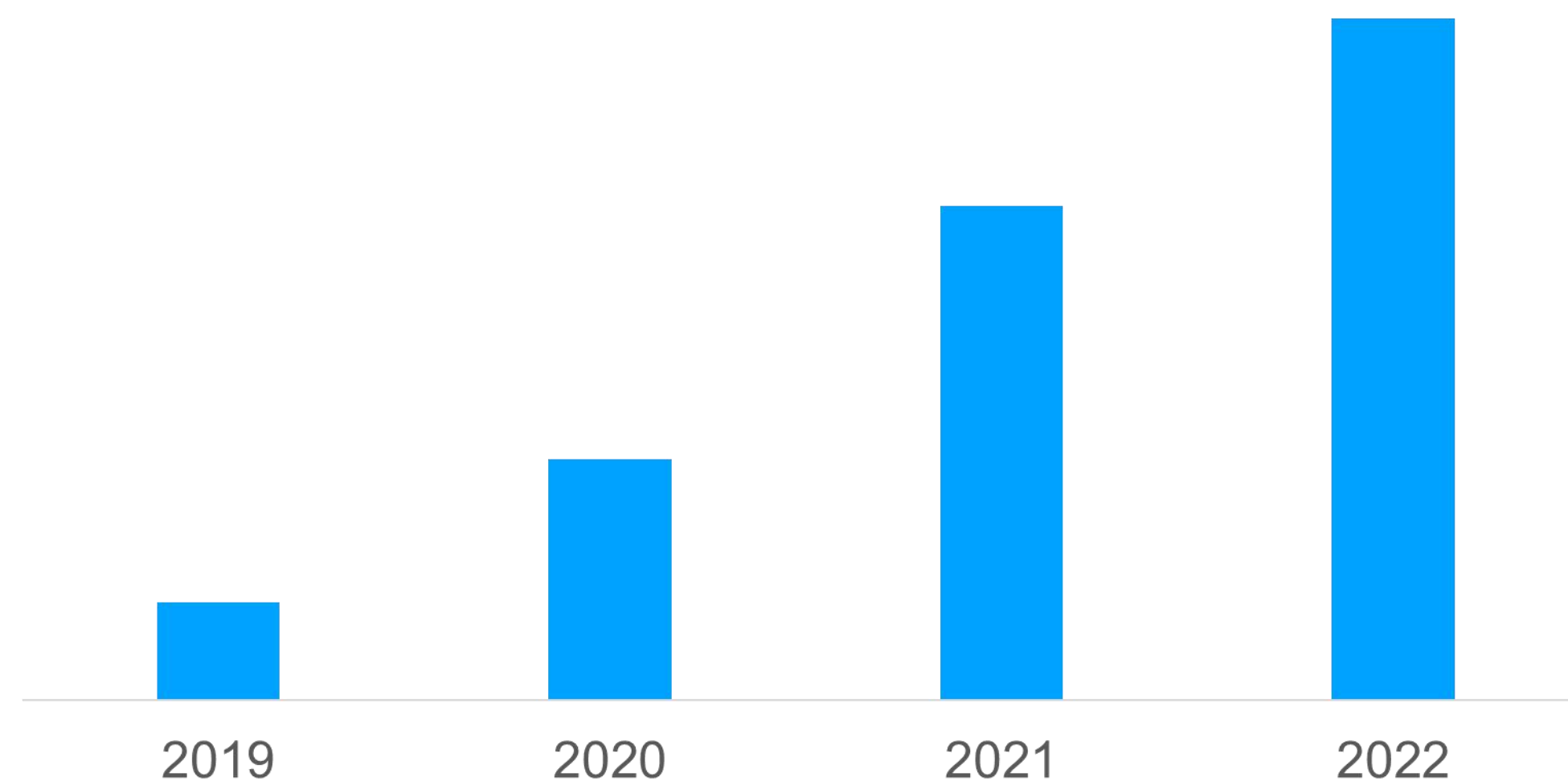


数据来源：饿了么即时电商研究中心
注：水果（果切、水果捞等，含品类水果店）

趋势五：膳食补充剂消费大涨

- 膳食补充剂可以帮助人们增强身体免疫力，满足人们对健康的需求。养生保健市场的增长愈加显著，全民追求饮食“营养、健康”大趋势凸显。
- 饿了么数据显示，2022年膳食补充剂订单量规模是2019年的7倍。

图10：膳食补充剂的订单量（2019年-2022年）

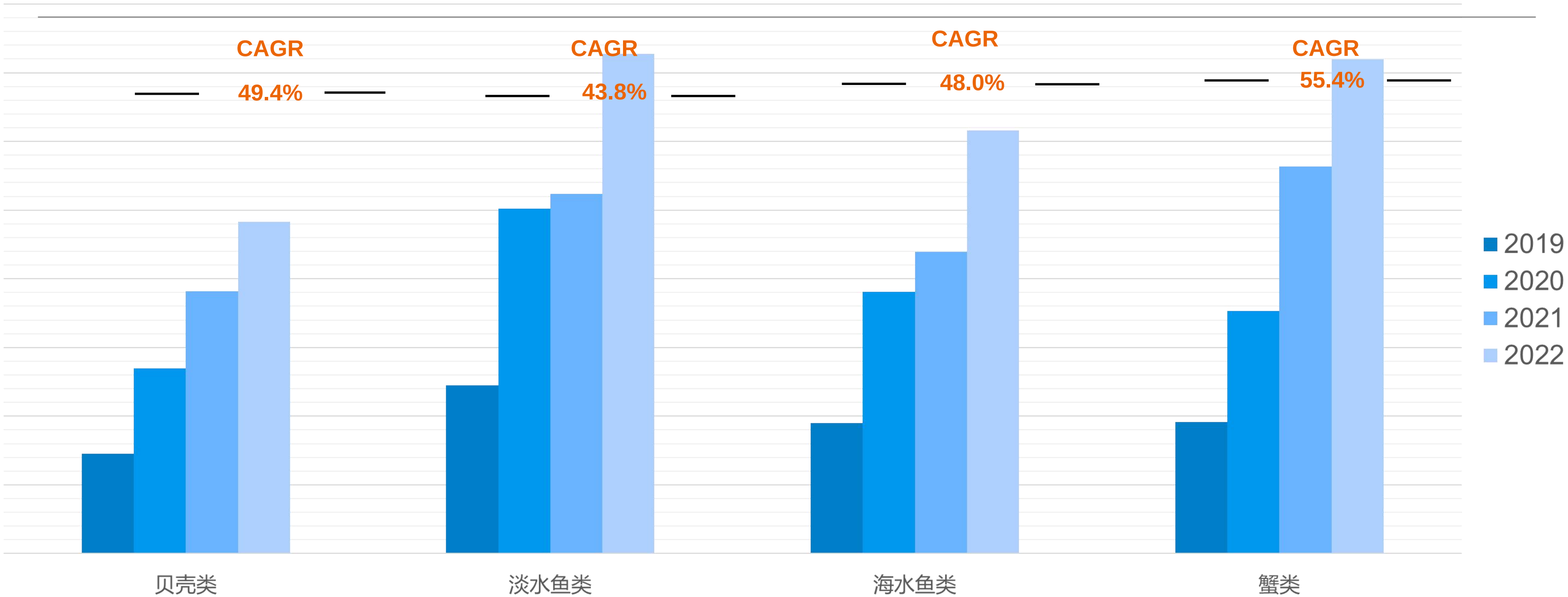


数据来源：饿了么即时电商研究中心

趋势六：水产品消费稳增

- 水产品消费在中国是相当重要的。水产品是人类主要的蛋白质来源之一，随着人们对健康和多样化饮食的需求增加，水产品的消费趋势呈现出稳步增长的态势。
- 饿了么数据显示，贝壳类四年复合增长率49.4%，淡水鱼类四年复合增长率43.8%，海水鱼类四年复合增长率48.0%，蟹类四年复合增长率55.4%。

图11：水产品的订单量（2019年-2022年）



数据来源：饿了么，饿了么即时电商研究中心

趋势七：饮品减糖化

- **饮品减糖化**：饿了么数据显示，消费者对甜度的需求趋势是减糖化，少糖、低糖、甚至无糖。
- 咖啡品类甜度标准2022年对比2021年**下降26%**。近7成茶饮消费者选择低糖度，选择标准糖用户仅占32%。
- 品牌逐步跟进，新品中0卡糖、三分糖、五分糖预计将成为行业标配。

-26%

咖啡甜度

咖啡品类甜度标准2022年对比2021年下降26%

70%

低糖茶饮订单量占比

购买茶饮的顾客中，选择标准糖用户仅占32%，近7成消费者选择低糖度，选择0糖排名第一

160%

轻盈版交易金额上涨

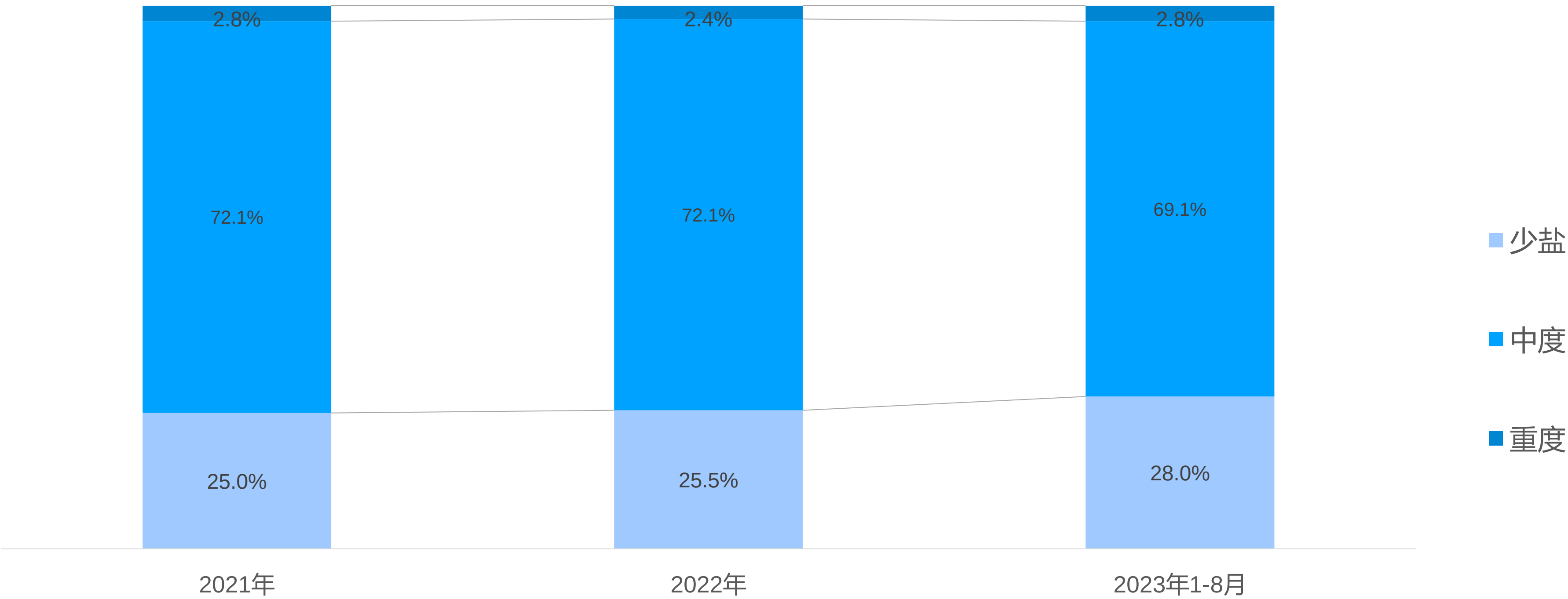
茶饮低负担+经典款创新：经典款杨枝甘露单量下降明显，但商家在经典款上延伸创新更符合用户需求的轻盈版&清爽版上涨明显（160%）

数据来源：饿了么，饿了么即时电商研究中心

趋势八：减盐意识增强

- 居民健康意识逐步增强：人均每日烹调用盐9.3克，比2015年下降1.2克。
- 饿了么数据显示，选择“少盐”标签的订单占比，2023年较2021年上升了3个百分点，达到28%。

图12：选择少盐标签的订单占比变化（2021年-2023年）



数据来源：饿了么，饿了么即时电商研究中心

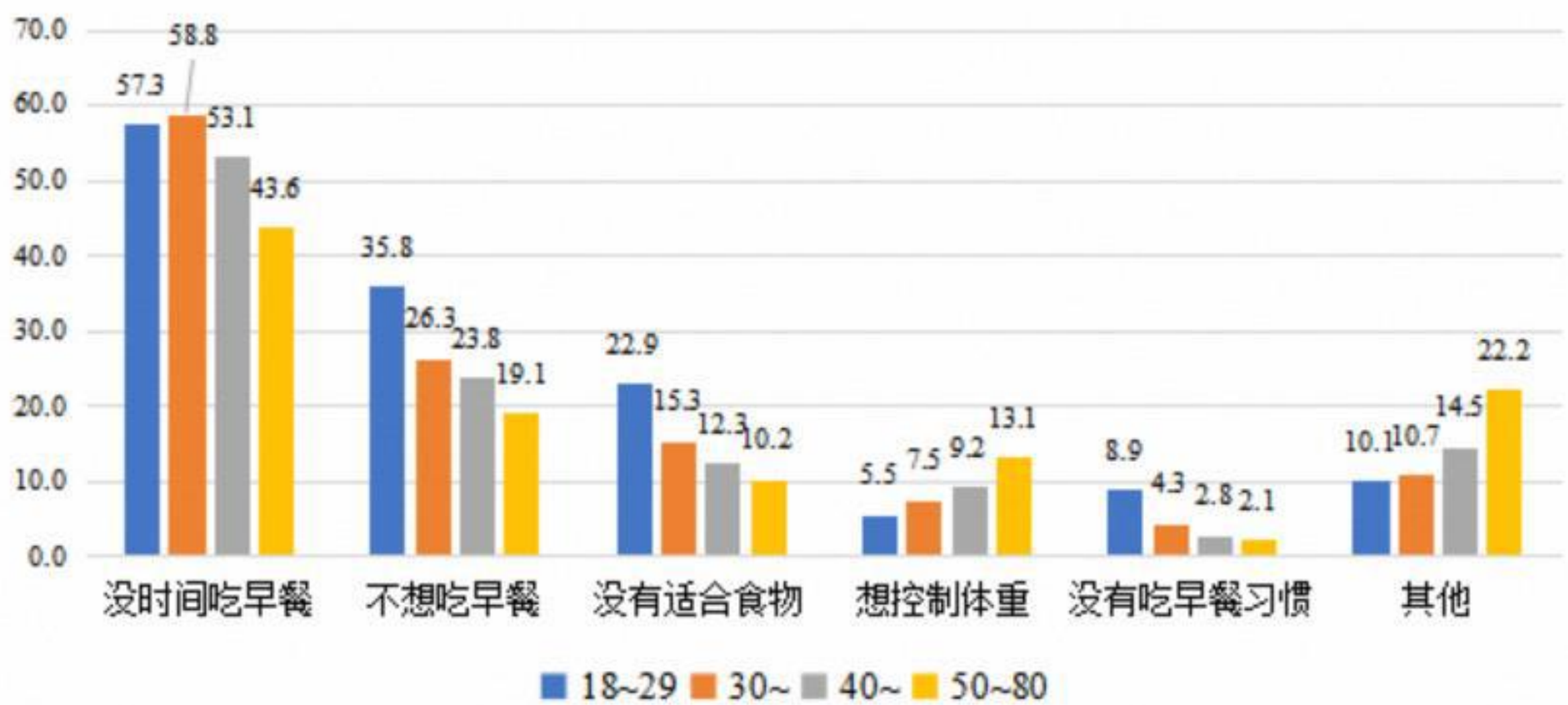
03 外卖平台助力饮食营养健康化的探索实践

- 助力早餐工程
- 引导商家推出品质“一人食套餐”
- 推动供给侧创新，为菜品定量计分评级
- 积极参与社区助老送餐

助力早餐工程 把早餐吃好

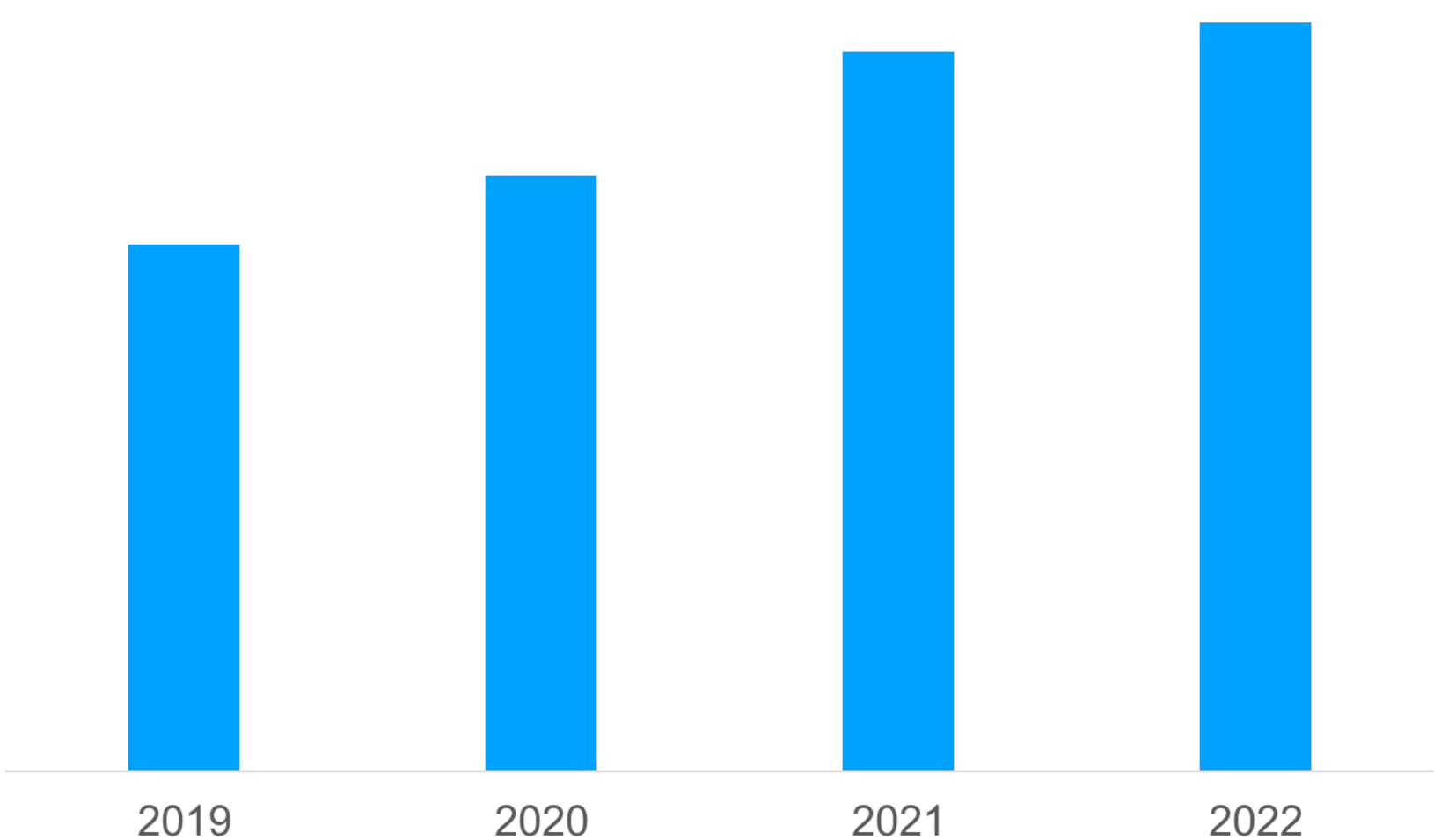
- “营养、健康的早餐应是低热能、营养均衡，碳水化合物、脂肪、蛋白质、维生素、矿物质和水齐全，特别是要富含膳食纤维。但调研数据显示，**35%**的调查对象不能做到天天吃早餐，其中时间紧迫是最主要的因素。
- 根据饿了么数据，2022年提供早餐外卖服务的餐饮店铺比2019年增加了**55万**，而购买过早餐外卖的消费者比2019年增加了近**2000万**，2022年早餐时段菜品数比2019年增加**45%**。
- 三年来（2019年-2022年），饿了么早餐时段的订单量在全天订单量的占比中**上升了1个百分点**。

图13：不吃早餐的原因



数据来源：《中国居民膳食指南（2022）》

图14：饿了么早餐时段菜品数增加趋势



数据来源：饿了么即时电商研究中心

助力早餐工程 把早餐吃好

- 2020年7月，上海市出台《关于进一步推进我市早餐工程建设的意见》。2020年11月，《上海市推进早餐工程建设三年行动计划（2020年-2022年）》正式发布，力争经过三年努力，构建起以中央厨房为核心，连锁早餐网点为主体，特色单店、流动餐车、**外卖平台配送**等多种形式为补充的早餐供应体系。
- 三年来，上海累计新增早餐网点3676个，完成三年目标任务的211%；累计创建市级早餐示范点326个，完成目标任务的109%；累计新建复合早餐业态1252个，完成目标任务的125%；累计新增网订柜（店）取点位2217个，完成率222%。饿了么平台统计显示，与2020年相比，**早餐网订柜（店）取订单量提升了50%以上**。

“早餐工程”从三个维度展开

让早餐更便捷

大力推动“便利店+早餐服务”、“新零售+早餐服务”、“流动餐车+早餐服务”、“**互联网平台+早餐服务**”等创新模式的发展，让早餐更便捷。

让早餐更丰富

支持企业开发特色产品，大力发展“走一家吃百家”的“共享早餐”，让早餐更丰富。

让早餐更健康

倡导营养均衡，鼓励企业推出健康特色早餐，推广使用绿色环保包装材料，让早餐更健康。

“饿了么”数字化助力上海早餐工程暨“暖心早餐—春暖计划”

晚上手机预订，早上准时送达

<

早餐不重样

早餐预定

配送费0元起

品牌



星巴克专星送

支持预订 7:00-21:30可配送

★ 4.7 月销1402笔

起送¥20 免配送费 ¥9

70减2 24.9元特价 吃货联盟

蜂鸟专送

30分钟 234m

经典



豫勺香·牛肉胡辣汤(真北路店)

支持预订 7:30-20:00可配送

★ 4.8 月销7046笔

起送¥15 免配送费 ¥3-2

29减11 38减18 55减25 75减28 100减38

品牌



曼玲粥店(金沙江店)

支持预订 0:00-23:59可配送

★ 4.6 月销7176笔

起送¥15 配送¥0.8 ¥3-8

27减15 38减17 49减23 79减30 0.1元特价

品牌



PUPU扑扑轻食粥(真北路店)

支持预订 7:10-23:15可配送

★ 4.8 月销4371笔

起送¥20 配送¥0.5 ¥5

35减9 44减13 59减15 79减18 6元红包

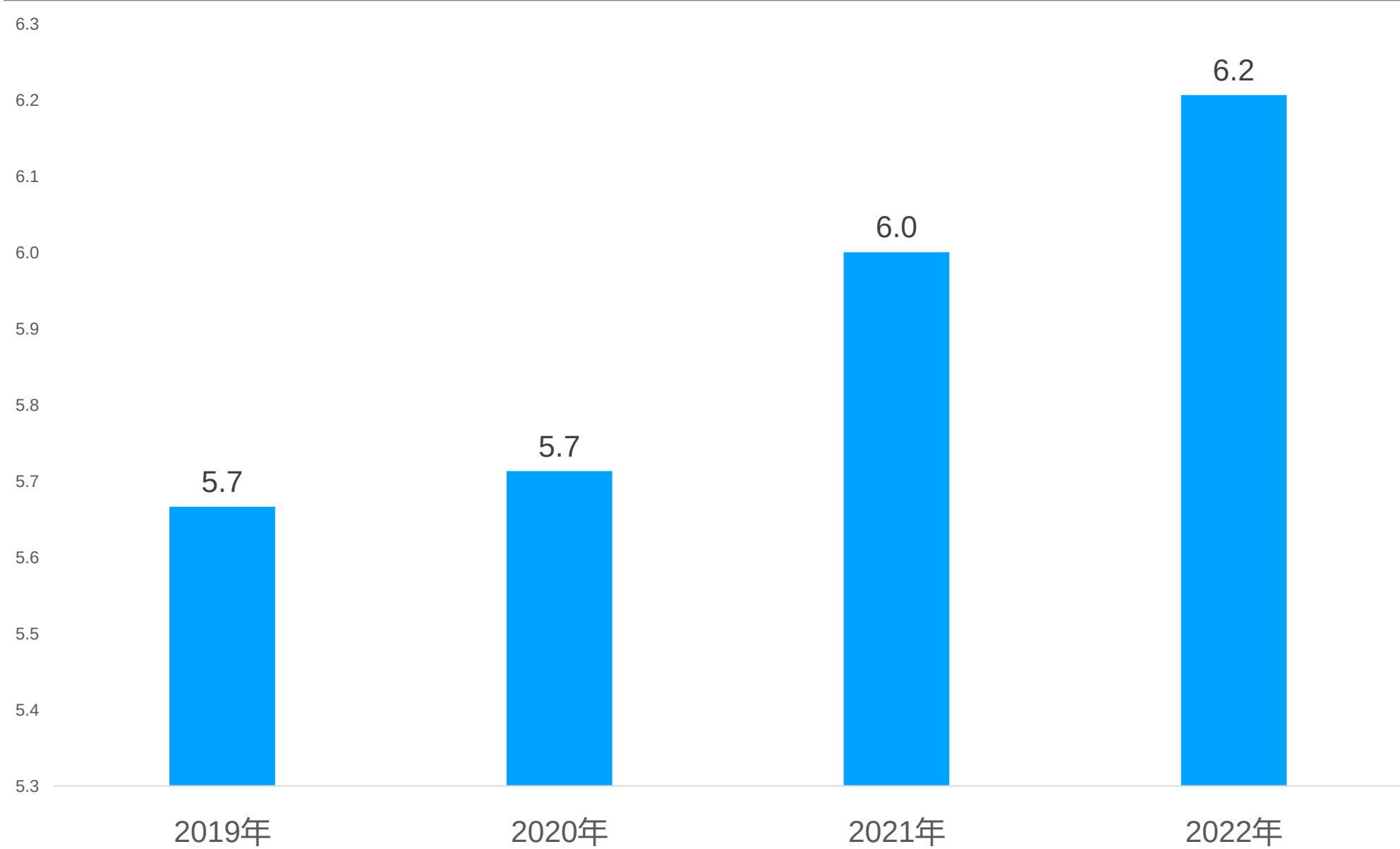
蜂鸟专送

30分钟 629m

推出品质一人食 让“一人吃好”

- 在外卖场景中，单人用餐订单占比高达70%，饿了么积极引导商家推出品质“一人食套餐”。
- 饿了么数据显示，2022年近80万家餐饮商户推出了近500万款“一人食套餐”，比2019年增加了近150万款，平均每家餐饮商户推出了6.2款“一人食套餐”。
- 为了做好“一人食”菜品，西贝、南京大排档、新白鹿等众多餐饮品牌纷纷推出了让“一人吃好”的品质“一人食套餐”。

图15：平均每家餐饮商户推出“品质一人食”套餐的菜品数



数据来源：饿了么 即时电商研究中心

新白鹿
一人食占订单20%
一人食占交易额16%

丰收日
一人食占午餐时段销量65%
带动销量提升30%



推动供给侧变革 为菜品定量计分评级

- 在新一代年轻人看来，吃外卖不仅仅是为了饱腹，更重要的是享受美食的体验和品质健康的生活。当消费者更注重健康品质饮食，希望挑选出**营养丰富、低脂低盐低热量**的餐品时，外卖平台饿了么也从需求侧的变化出发，引导推动供给侧创新。

- 饿了么与美食标准评价体系“食极星”合作，由“食极星”依据食材用料、营养价值、感官体验三个维度对菜品进行定性、定量的计分评级。评级结果以及具体的营养成分等都会在饿了么App上得到完整展现，帮助消费者更直观地选择**营养健康**的美食。



积极参与社区养老助餐

- 2023年10月，国务院常务会议审议通过了《积极发展老年助餐服务行动方案》。方案指出，发展老年助餐服务是重要民生工程，是支持居家社区养老、增进老年人福祉的重要举措。
- 饿了么重点投入社区服务，今年已在北京、上海、长沙等多地探索新的助老送餐模式。其中，与上海松江区新桥镇社区食堂的合作项目，首次打通了由街道发放的“惠老助餐红包”补贴。申请通过后，社区老人可每日在饿了么App领取补贴后在线下单，足不出户地享用社区食堂的饭菜。





----- 报告下载 -----