

# 外卖到底要不要做 | 再惠科技

产品名称	外卖到底要不要做   再惠科技
公司名称	再惠（上海）网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市普陀区中江路118弄22号海亮大厦A座11楼
联系电话	暂无

## 产品详情

“ 外卖到底要不要做？ ”

这好像是不少餐饮人都会问的，这里其实存在一个认知误区。

外卖从来都不是区别于堂食的独立存在，不能将外卖和堂食完全分开看待。

更不能说，因为感觉外卖难做、不赚钱，就干脆放弃这部分业务。

当不利因素和负面影响越严重的时候，其实是更加需要我们去做些什么来改变和突破的关键期，需要根据实际情况进行更加科学的落实和部署，在如何提升效益上也就更需要讲究方式方法。

只要市场还在，那外卖本身就不会没有意义。

美团、饿了么都曾请相关的咨询公司调研分析国内外卖行业的未来，结论指出，“ 外卖业务，在国内至少还有15年的高速成长期。 ”

这个数据代表了什么？外卖行业的潜力究竟有多大？

外卖，早期就是快餐打包、外送，人们不出门就能吃饭的需求开始出现，订餐方式也就是电话、网站订餐。手机、网络的普及之后，才让外卖开始向线上转移。

近两年疫情的出现导致对线下经营的限制，反而加速了消费者对于线上订餐、团餐的大量需求，促活了线上的餐饮市场，倒逼商家重新重视并加入外卖的队伍中。

因此，需要思考的从来不是“ 要不要做 ”，而应该是“ 怎么做好？ ”在当下普遍认为“ 难做 ”的环境下，依然能把外卖做好，才应该是摸索的原动力和前行的真正目标。

区别于早期平台提供大量补贴、折扣的阶段，当平台的整体数据趋于稳定后，平台为了自身盈利，必定压缩各种优惠；此时，没了价格优势之后，消费者对于服务质量和消费体验的要求直线上升。

需求的多元化，使得竞争白热化，促使外卖精细化，都是必然趋势。

而外卖的精细化趋势，又会拉动起一大波商户对于这方面的需求和痛点，因而带动起专门满足这部分需求的新兴垂直服务商。

其实堂食也好，外卖也好，都只是经营决策中的一环。餐企则需要在不断变化的环境和市场下，洞悉和预判出足量的信息，并在充分调动所有可利用渠道下，通过产品和服务将自己展示给市场，预制菜零售化、线上外卖精细化、堂食餐品多样化等，都是如何展示的方式之一。

尽可能打通所有业务和渠道资源，可能会是更优的解法。

挖掘和发挥外卖行业的潜力，不止是在于做好外卖本身，更在于如何将外卖更有效地赋能品牌，如何将其与企业的其他决策点串联，从而产生更多的火花。