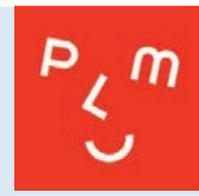




Plum 敗走 港三雄鼎立



foodpanda

「我是一個外賣 App」

在外賣 App 叫外賣有別於一般餐廳，外賣 App 不會直接提供食物，而是與各大小餐廳合作，依照消費者所下單的菜式，然後到餐廳取外賣，再送到消費者手上，此做法叫外賣，食物不再局限光顧某一間餐廳，或只有自設外賣車隊的大型連鎖餐廳，對消費者來說無異是提升叫外賣的頻率，以及有助提升餐廳的生意額和擴寬客路。

Deliveroo 市佔率最高

打開手機的 App Store 搜尋「外賣 App」，高踞榜首幾個 App 通常是 Deliveroo、Uber Eats 及 Foodpanda，這 3 個外賣 App 當中以 Deliveroo 市佔率最高，大約為 55% 至 60%，屬本港外賣 App 的龍頭，以 Android 系統的 App Store 為例，Deliveroo 的下載次數有逾 500 萬次。

Deliveroo 是於英國成立的外賣 App，現時在英國 100 多個城鎮營運，並於 2015 年底進軍香港。Deliveroo 合作食肆有逾 2,300 間，當中與較大型飲食集團合作，例如中環舖記燒鵝或米芝蓮餐廳，至平民化的吉野家或有自設外賣車隊的麥當勞也有合作。食物選擇方面，只要顯示在 App 上面的餐廳，餐廳會提供大部分菜式。

送餐時間方面，據 Deliveroo 的網站介紹，平均可於 32 分鐘內將美食送到消費者手上，以及在其外賣 App 上，只要確認了送餐地點後，會註明每間餐廳最快送餐時間，通常為 20 至 30 分鐘，以及註明每次交易的運費，大部分運費約每次 20 元，以及提供「即時跟蹤訂單」功能，會在地圖中顯示外賣員或外賣車的即時位置。

不過，Deliveroo 付款方式目前只接受以信用卡付款，未有提供其他的電子支付方式，或對消費者來說付款方式不夠多元化。此外，食物價錢略高於到餐廳堂食，此為大部分外賣 App 也一樣。同時，每單交易會設最低消費，為大約 85 元，如單次下單不足最低消費額會收取差價。

Foodpanda 可現金付款

另一個外賣 App Foodpanda 於 2014 年登陸香港，屬於最早進軍香港的外賣 App，目前有逾千間合作餐廳，以 Android 系統的 App Store 為例有 1,000 萬次下載，其外賣 App 部分餐廳的餐牌食物會提供相片，以及揀選食物後可以放大相片，增加消費者下單的興趣。同樣，Foodpanda 會註明每間餐廳最快送餐時間，通常為 20 至 30 分鐘，以及有最低消費 80 元及 20 元外運費。另外，Foodpanda 是三大平台中唯一提供現金付款，付款方式較其他兩個外賣 App 優勝。不過，Foodpanda 在地圖上設定送餐地點略為不方便，以及有機會未能定位到準確地址。

Uber Eats 不設最低消費

Uber Eats 乘著母公司 Uber 名氣為人熟悉，主打本土餐廳，例如大排檔等，當中有一些是獨家合作餐廳，食物上消費者可有更多選擇，目前有逾 2,500 間合作餐廳，以 Android 系統的 App Store 為例有 1,000 萬次下載，以及是該 App 唯一不設最低消費的外賣 App，而運費則為 20 元。

不過，Uber Eats 的 App 較難運用，需要先登記成為會員，再輸入手機號碼以及送餐地點，有別於其餘兩個外賣 App 是先選擇食物後入資料，此舉或會影響消費者的選擇意欲。此外，Uber Eats 在香港部分地區不設送餐服務，如香港仔田灣或粉嶺等，如送餐地點不屬範圍之內，系統未能確認地點便不能進入餐廳版面，操作上略為困難之餘，送餐地點也不及其餘兩個外賣 App。

港人 OT 變成常態，變相要在公司解決兩餐，即使是普通家庭，由於居住環境狹窄，無飯家庭大增，令到近年外賣 App 大行其道。市場資料顯示，目前本港外賣平台市場由 Deliveroo、Uber Eats 及 Foodpanda 三雄鼎立，近年跨區外賣自取平台 Plum 亦急速冒起，賣點是叫外賣不受地區局限，但日前就傳出 Plum 因管理不善需要大裁員，反映行業競爭激烈。本期《數據生活》就比較本港主要外賣 App 的優劣，讓大家食得放心又 Smart。

■ 香港文匯報記者 殷考玲



Deliveroo 現時在香港市佔率最高，更與很多知名食肆合作。

四大外賣 App 比較

外賣 App	合作餐廳數目	平均送餐時間	最低消費	運費	付款方式
Deliveroo	逾 2,300 間	32 分鐘	85 元	20 元	只接受信用卡
Foodpanda	逾 1,000 間	30 至 40 分鐘	80 元	20 元	現金、信用卡、PayPal
Uber Eats	逾 2,500 間	30 至 40 分鐘	沒有	20 元	只接受信用卡
Plum Food	逾 600 間	在取餐點派餐	沒有	加 28 元送上樓	信用卡、Google Pay

製表：記者 殷考玲

Plum Food 主攻 OL 午餐

本港外賣 App 平台競爭激烈，由 Deliveroo、Uber Eats 及 Foodpanda 三雄鼎立，不過近年亦有生力軍突圍而出，專攻跨區外賣自取平台 Plum，近年大受 OL 歡迎，Plum 有別於其他外賣 App，它主攻跨區外賣自取，午飯時由打工仔自行到指定地點取餐，已擴展至全港 15 個區域，不設運費及沒有最低消費。不過，Plum 早前確認裁員消息，香港區近裁減所有全職員工，但仍會聘請兼職員工維持有限度的送餐服務，根據 Plum 的外賣 App 通知顯示，今天(3日)起部分取餐地點可能暫時關閉，或與其他取餐地點合併。

不設運費 指定點取餐

以 Android 系統的 App Store 為例，Plum 已有 5 萬次下載。至於 Plum 的外賣形式，是與合作餐廳列出數款指定的菜式，供消費者下單，有別與其他外賣 App 會提供合作餐廳大部分菜式，以及外賣不是送到消費者府上，如要訂午餐每天早 10 時 40 分之前下單，Plum 主攻午餐於中環、金鐘或九龍區某些寫字樓地區的大廈樓下，在寫字樓樓下設取餐點，然後集中在取餐點派餐，如要送上樓則需收取運費。Plum 集中派餐的模式受白領歡迎，唯缺點是在菜式選擇上相對較少，以及需要親身落樓取外賣。

從事證券業的 Karen，於中環花園道三號上班，是外賣 App 的常客，「我通常會用 Plum 來訂午餐，大約一星期一至兩次，Plum 每天早上 10 時 40 分截該天午餐的訂單，我和同事通常早上先看有何菜式再決定下單，午餐價格大約在 45 元至 60 元，此價錢在中環大概只買到一杯咖啡和三文治，所以相比起中環可以吃到的東西好太多了。」

此外，Karen 說 Plum 固定的取餐時間，「中午有兩個取飯時間段分別為 12:10 至 12:40、12:40 至 13:10，在 App 下單時要決定哪個時間取餐。不過，現在訂的人比較多，到公司樓下通常排隊等 5 至 10 分鐘才取到餐，不過有保溫箱存放，飯盒拿上公司還是熱的。」Karen 稱最近有個新服務，加 28 元可送餐上寫字樓，不過她說仍然會到公司樓下取餐，因為也不是很遠。至於晚餐，Karen 表示有時會用 Deliveroo，貪其餐廳選擇多。

美團雄霸內地 餓了麼急起直追

相比起香港，內地的外賣 App 已經發展得很蓬勃，競爭更加激烈。內地民眾最常用的外賣 App 普遍為以下幾個，大眾點評、美團、百度外賣、餓了麼、下廚房等。當中以餓了麼、美團和百度外賣三分天下，其中美團(3690)在今年 9 月中來港上市，惟暫時在香港未有拓展業務，餓了麼則於今年 4 月被阿里巴巴聯同螞蟻金服以 95 億美元全資收購，勢要挑戰美團在內地網上外賣的龍頭地位。

據美團於今年 9 月的上市文件顯示，美團於中國外賣市場的市佔率連續 3 年第一，今年首季升至近 60%，拋離第二的

36% 及第三的 3.8%。事實上，去年內地外賣市場規模達 3,050 億元人民幣，佔總體互聯網食品消費份額 26.2%，用戶規模達到 3 億人，預計未來餐飲外賣仍以 31% 的年複合增長率穩步增長。

內地外賣市場增長力驚人，3 大外賣 App 競爭已去到白熱化的階段，幾間市佔率高的企業有不同程度的整合，以擴大市場佔有率。去年 8 月，餓了麼正式收購百度外賣，百度外賣成為餓了麼的全資子公司，內地外賣市場的局面就由餓了麼、美團外賣和百度外賣三雄鼎立，逐步發展為美團外賣及餓了麼的兩雄相爭。

競爭背後 阿里 vs 騰訊

餓了麼背靠阿里巴巴，而美團來港上市時其中一個基礎投資者就是騰訊，說到底內地兩大外賣 App 龍頭，就是阿里巴巴和騰訊對決。



美團於內地外賣市場的市佔率連續 3 年第一。資料圖片

保險解碼

港海事保險具發展空間

香港航運業發展蓬勃，根據最新一份施政報告的資料，香港船舶註冊的總噸位排行全球第四，而經水路運送進出香港的貨運量仍超過九成。可是，香港的海事保險正面對國際市場的競爭，包括上海、新加坡等地；而且在香港購買的海事保險保費僅佔全球總額的 1.7%，反映該市場有進步的空間。

寬減稅務 鼓勵擴展

海事保險大致分為船舶及貨運保險兩大類，分別承保船體、機器設施、船舶法律責任以及貨物運輸的損失、損壞及責任。政府在今年的施政報告提出多項支持和提升高增值海運服務的方針，包括為合資格的海事保險業務提供 50% 的利得稅寬免(即稅率會減至 8.25%)，並

希望透過簡化規管，吸引船東互保協會落戶香港和擴展業務。隨著「一帶一路」倡議促進沿線國家的基建和貿易發展，加上港珠澳大橋的開通及粵港澳大灣區的建設，屆時作為中國重要的轉口港的香港定能受惠，同時亦會帶動市場對海事保險的需求。

從業員需專業培訓

香港的貿易及貨運保險市場有傳統優勢，近年發展不俗。作為全港最大之貨運保險公司，AXA 安盛預計今年整體市場都會有輕微增長。拓展海事保險有盡天時地利因素，唯獨人材稍遜。海事保險涉及的範疇及知識較專業，也要熟讀國際條約，但坊間保險業課程大多只與保險投資有關，海事保險的相關課程並不普遍。

有見及此，香港保險業聯會今年開始已透過與大專院校合辦海事保險進修課程，多個業界代表包括 AXA 安盛亦有就課程內容給予意見，讓學員吸收專業海事保險理論。

加上政府今年為「海運及空運人才培訓基金」注資二億元，相信能吸引更多專業人士加入，並提升業內從業員的整體專業水平。

香港保險市場發展成熟，規管制度健全，只要政府及業界共同努力並培育人才，定能為本港的海事保險市場注入新動力。

AXA 安盛董事總經理 - 一般保險業務胡奕銘

註：保險產品須受有關保單的條款及細則約束。

財技解碼

美聯儲放鴿 利好全球

美國聯儲局主席鮑威爾發表講話，指政策路徑沒有預設模式，利率剛好低於中性利率區間。此番言論有別於月前他指利率遠低於中性水平的口風，市場預期本輪加息周期提前結束。聯儲局加息進程放緩，對全球金融市場來說是一大利好。恒指上週累升 579 點或 2.2%。

聯儲局加息進程放緩已有端倪。10 月中旬以來，多名聯儲局高官陸續釋放鴿派信號。聯儲局公佈的本月議息會議紀要稱，進一步加息「可能很快」，但提到或需要修改有關「進一步漸進式」加息的措辭，使到市場偏向認為加息步伐或放慢。

加息滯後影響漸顯現

美國和全球經濟放緩、加息滯後影響開始顯現助推了這一變化。稍早前，聯儲局公佈了首份金融穩定報告。報告認為，在資產價格高企的形勢下，如果來自貿易、地緣政治等方面影響金融穩定的風險發生，市場的跌幅可能會「特別大」，甚至聯儲局正常的加息等貨幣政策也可能加劇市場波動。

總體來看，一旦聯儲局暫停加息，對已經多年習慣了低利率環境的全球金融市場來說是一大利好。鮑威爾講話後美股、黃金皆快速上漲，本地地產股亦領漲大市。

中國貨幣政策轉圜空間變大。聯儲局轉鴿，加息結束為時不遠，緩解了中國貨幣政策的外部壓力，有利於中國貨幣政策專注於解決國內經濟問題。近年來，中美兩國貨幣政策「分道揚鑣」使得中美利差收窄至歷史低點。目前看，短期強美元的環境仍會延續。從中期來看，美國加息進入尾聲，中國宏觀經濟存在企穩的預期，將會繼續支撐人民幣實際有效匯率的基本穩定。

助對沖人幣貶值影響

內地對外開放背景下，流入股市的外資逐漸增多，可以有效對沖人民幣貶值帶來的負面影響。此外，除了貨幣政策變化外，環球局勢，如貿易戰的談判結果，也同時反映在股市的變動中。

■ 太平金控、太平証券(香港)研究部主管 陳羨明