

外送平台服務費高昂 Eats365 低佣5%搶客

新冠肺炎疫情下，不少人被迫宅在家，外賣市場成了「疫市奇葩」。近期也多了不少生力軍進入市場分一杯羹，如上周才登場、聲稱以5%極低服務費為噱頭的科學園園區公司 Eats365，而多個商場亦推出自家外賣平台提升餐廳生意，連社交平台 Instagram 上月底都宣佈推出點餐新方法。今期數據生活將為大家介紹外賣市場的新趨勢，讓大家在叫外賣時可以嘗試更多新可能。

■香港文匯報記者 莊程敏

首階段只限外賣自取

目前現有的幾大外賣平台向餐廳所收取的服務費高一向都為人詬病，餐廳為了要有一定毛利都會將外賣餐目提價，原本為餐廳提供解決方案，例如 POS、點餐機等服務的初創公司 Eats365 推出主打外賣的「網上市集」，食客可在其平台上直接落單買外賣，首階段將會有約 100 間餐廳可供選擇，不過只限外賣自取，料每日訂單量可達 1,000 至 1,500 宗，計劃在 6 月中開始外送服務，目前已經與 CALL4VAN 聯乘，且正在與其他物流車隊洽商，共同推出外送服務。

餐廳料可慳 2/3 成本

Eats365 商務總監黃汝瀨指出，其平台僅收取 5% 服務費，相比其他平台的服務費可高達 26% 至 40%，冀可為餐廳減省開拓外賣市場的成本。以一宗 800 元的訂單估算，餐廳或可節省超過三分之二的成本，外賣餐目都不需加價，對消費者都是好事。而另一好處是，現時多間外賣平台都採用分區制外送服務，但 Eats365 是與客貨車合作運送外賣，跨區顧客都可以光顧，彌補了現有外賣平台的不足。

CALL4VAN 負責送單

CALL4VAN 創辦人符榮朝表示，目前有約 200 名車手可應付食物外送的訂單，佔車隊總規模的四分之一。據介紹，其外賣速遞服務的運費將由餐廳與物流公司自行釐定；餐廳可以自己決定承擔多少運費成本，或適時推出運費優惠。不過，值得注意的是，現時的外賣平台服務費雖然高，但餐廳已不需再承擔運費成本，相比 Eats365 的新外賣服務，服務費雖較平，但餐廳要再與物流公司共同承擔運費，總外送開支可能都便宜不了多少。

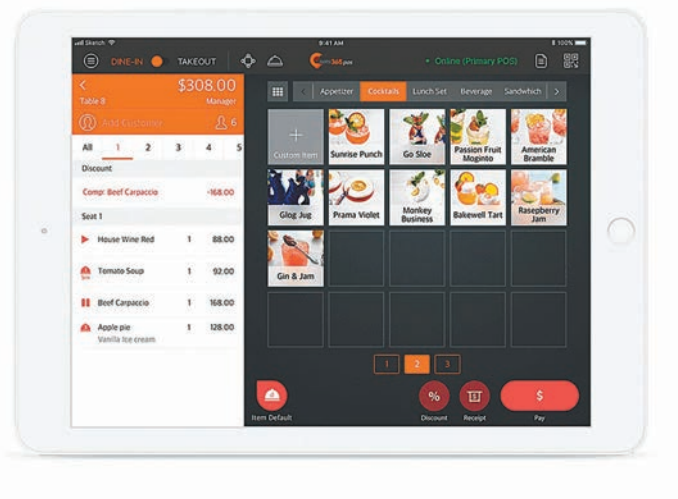
順豐「豐食」App 爭一席

今年以來內地外賣需求同樣大增，目前主要的外賣平台包括美團點評、阿里本地生活服務「餓了麼」、「口碑」等，近日物流一哥順豐亦低調進軍外賣市場，推出「豐食」的 App，主打企業市場的外賣服務。無論是企業團餐還是個人用戶，都可以在平台叫外賣。現已有近百家知名餐飲企業入駐，包括必勝客、德克士、真功夫、吉野家、達美樂、周黑鴨（1458）等。

據報道，雖然豐食運送費高，但主打低抽佣。早前廣東省餐飲服務行業協會控訴美團外賣佣金過高，讓很多餐飲商家不堪負荷，順豐因而以此作招徠。除了外賣業務，順豐旗下順豐同城已經在一二線城市開始佈局醫藥、生鮮服務等。為吸引餐廳加入，「豐食」設推薦企業制度，推薦的企業 6 月 30 日前在豐食消費滿 1,000 元，推薦人可另外獲得 500 元獎勵。

據艾媒諮詢數據統計，2019 年中國團餐市場規模高達 1.5 萬億元，佔整個中國餐飲市場 33.23%。預計今年中國團餐市場規模將增長 12.67%，屆時中國團餐市場總規模將達到 1.69 萬億元，餐飲市場的佔比將提升到 35.65%。疫情下，今年 2 月，順豐快遞經營數據卻逆勢而上，速遞業務量同比上升 1.18 倍。同時，順豐今年 1 月和 2 月的累計市場份額五年來首次超越韻達、圓通和申通。

外賣有機會減價



Instagram 也可叫外賣

外賣商機之大，吸引到社交平台 Instagram 都「踩過界」，Instagram 於上月底推出點餐新方法，以支持用戶喜愛的企業。企業現在可在 Instagram 限時動態中分享食物訂單，並在個人檔案加上按鈕。通過點擊限時動態內的貼圖或個人檔案上的按鈕，用戶將被帶到外賣平台完成購買。IG 也強調平台對於交易不收取佣金，此項服務將完全免費。

IG 這項全新的服務於 2020 年 4 月 16 日率先在美國、加拿大推出，並在 4 月 24 日進一步拓展到英國。Instagram 用戶看到食物送遞選項時，可以點擊並通過 Instagram 合作夥伴的網站進行購買。同時，用戶又可以在 Instagram 限時動態中與他們的追蹤者分享該貼圖，讓更多人知道。

商場推自家平台 平價鼓勵自取

外賣自取對於餐廳而言會較外送服務的毛利高，所以不少餐廳都寧願減價推出外賣自取套餐。近月不少商場都推出綜合的外賣自取平台，希望提升自家商戶的生意。合和上周推出三大商場 E-Max、The East 及悅來坊的餐廳外賣自取平台，合共提供 27 間餐廳的外賣自取服務，當中多間餐廳都推出不少折扣，部分午市套餐更低至半價優惠。顧客只要要在平台揀選心水菜式，收到餐廳確認訂單後再到餐廳付款及提取美食，簡單方便即可在家或辦公室享受美食，預早訂購又可省卻等外賣的時間。

新地亦推出全新網上平台，集美食、購物、優惠等多個功能於一身，讓顧客感受線上線下升級購物新體驗，並分階段陸續推出。首階段推出「新地美食一站通」網上平台，最新優惠消費滿 80 元，即時減 20 元，消費滿 100 元更可獲睇戲通行證。新地美食一站通涵蓋 4 大商場包括新地旗艦商場 apm、世貿中心、新鴻基中心及海港中心，合共約 20 間食肆提供線上單外賣自取服務，參與食肆超過 500 多款餐單及獨家餐飲優惠。

物流平台 Zeek 搶攻餐廳外賣

現時坊間餐飲外賣或自取平台，多以第三方形式合作，店主亦難以即時掌握數據。香港智慧物流平台 Zeek 則推出專為餐平台及中小餐廳等企業而設的「ZeekSolutions」方案，推出餐廳專屬外賣或自取網店的早鳥優惠，凡於 5 月 31 日前成功登記加入，即可以 1,500 元設立網店，以及首 100 宗交易免手續費優惠，助餐飲業在線上推廣品牌和開拓新客戶群。須留意經平台落的外賣單，都會經 Zeek 運送，100 宗交易後，Zeek 會按單收取費用。

據介紹，餐廳最快可於兩星期內建立專屬網站，引流外賣自取、連結 Zeek 配送團隊、分析客戶或會員消費習慣和提升品牌忠誠度等都能全面掌握，餐廳搖身一變成線上線下通吃的堂食、外賣自取或配送的全能餐飲企業。Zeek 營運總監范俊彥表示，目前與第三方合作外賣的入門門檻對中小型餐廳食店來說都比較高，店主亦難以即時掌握數據，但 ZeekSolutions 由餐廳營運層面出發，店主擁有高度的自主性，可因應食材供求靈活調整餐牌及種類。而顧客落單習慣及屬性，則有完善操作後台實時呈現，有助分析數據。

團隊多元化 步兵電單車都有

Zeek 現時正為麥當勞、肯德基、星巴克等大型企業提供全方位解決方案，短期內希望協助更多餐飲及快銷品企業轉型線上業務。公司物流團隊種類越趨多元化，有步兵、電單車、客貨車、噸車等配合不同需要。現時已登記的各類型配送員數目超過 10,000 名，創立至今，配送業務的累計總數已超過 500 萬張訂單量；電商及生活類貨運、餐飲外賣配送業務相關收入約超過 3,000 萬美元，預計今年更會增長至超過 1 億美元；訂單總量預計跳升至超過 1,500 萬張，同比增幅達 264%。

熱點透視

成份股調整在即 阿里有望染藍

香港的主要股票指數正在進行久違的調整。恒生指數編制者改寫了規則，歡迎進行第二上市以及採取雙層股權結構的公司來港上市，為阿里巴巴（9988）等公司敞開了大門。這將有助於金融機構過多的狀況變得更多樣化，同時也凸顯香港交易所所在吸引更多初創企業方面的困境。

金融股佔恒指近半

1969 年創立的恒生指數最近一直努力與時俱進。1992 年，它添加了國企公司中信股份（0267），這是該指數中的第一家中國內地公司。現在，此類個股已佔 2.1 萬億美元市值的一半以上。然而，指數方面的調整落後於港交所放鬆上市標準的步伐，並使得追蹤藍籌股的恒生指數無法恰當反映新的技術經濟。

儘管市值約 5,350 億美元的騰訊控股（0700）是恒生指數中的最大成份股，但在前十大成份股中，它身邊卻坐着七個金融巨頭，包括建設銀行（0939）和匯豐控股（0005）。在上周的指數調整之前，送餐公司美團點評（3690）和智能手機製造商小米（1810）均未被考慮納入恒指。如果不調整，最近通過在香港二次上市籌資 130 億美元的電子商務巨頭阿里巴巴，也沒有資格被納入恒指。

集中風險是危險的，但這並非香港獨有。今年早些時候，Alphabet、亞馬遜、蘋果、Facebook 和微軟這五家科技公司，就佔到標普 500 指數市值的近五分之一，而該股指理應廣泛代表美國經濟。據摩根士丹利的分析師

估計，金融股幾乎佔恒生指數的 48%，但隨著新成份股的加入，該比例就會降到 42% 以下。

更好的平衡將有助於恒指與 MSCI 中國等各種指標競爭。這對於追蹤恒生指數的被動型基金是一個可喜的變化，高盛估計這類基金規模達 260 億美元。這樣的調整也可能有助於吸引新的投資者，也會給香港施加更大的壓力去吸引大型股票發行者，其中許多發行者仍在不斷湧向紐約。China Renaissance 的分析師還確定，大約 36 家擁有美國存託憑證（ADR）的中國企業有資格進行第二上市，其中包括在線零售商家京東和拼多多。情況至少似乎是處於正確軌道。

路透熱點透視專欄作家 Alec Macfarlane

中美緊張關係左右股市

恒生銀行投資顧問服務主管 梁君猷



科技企業將需要獲得其許可證方可將使用美國相關科技技術生產之半導體/晶片等供應給內地龍頭電訊設備及手機生產商。中方立即表示對此舉或作出相應報復行動，令市場憂慮中美緊張關係升級。

近日美方以疫情理由表示不希望負責管理聯邦僱員退休金的「節儉儲蓄計劃」（TSP 計劃）投資於中資股。其後，美方要求科技企業將需要獲得其許可證方可將使用美國相關科技技術生產之半導體/晶片等供應給內地龍頭電訊設備及手機生產商。中方立即表示對此舉或作出相應報復行動，令市場憂慮中美緊張關係升級。

高端科技供應鏈或洗牌

事實上，今年 1 月份中美簽訂首階段貿易協議，雙方關係曾轉向緩和。惟特朗普及後將新冠病毒疫情怪罪中國，令市場揣測特朗普可能希望藉此挽救其支持率。若中國採購更多美國商品，的確有助美國縮減經常帳赤字，但美國似乎同時希望限制對中國的投資，尤其是科技企業。因此，可以預見的是今年美國大選年期間中美關係惡化或會再度成為市場的一大不明朗因素。

回顧 2018 年 3 月中美貿易爭議出現時，恒生

指數所受影響出現較早而且跌幅較深。雖美股初時跌幅不明顯，但爭議在同年 9 月份進一步升溫，最終亦有拖累美股表現。眼見先前雙方加徵之商品進口關稅未有撤回，而本輪中美摩擦主要聚焦高科技業，預期全球高科技製造供應鏈或將受較大程度的影響並可能令供應鏈出現洗牌或改變。

美國疫情發展影響重大

留意過去兩年中美貿易爭議不斷，對美股影響似乎相對較有限，反而是本輪新冠肺炎疫情對美國經濟及美國股市造成巨大傷害。筆者認為未來美國國內疫情發展仍會是影響美股的最主要因素之一，假如出現第二波疫情，或病毒疫苗遲遲未能面世，料會為近兩個月來已大幅反彈的美股後市帶來風險。至於環球經濟能否盡快復甦，各國疫情能否有效受控等問題，筆者認為需多國互相配合，否則難以成事。

（以上資料只供參考，並不構成任何投資建議）