

京东美团争夺的外卖业务，究竟有多赚钱？

近日，京东(9618.HK,JD.US)、美团(3690.HK)的外卖大战愈演愈烈。让外界好奇的是，两大巨头争夺的外卖业务到底有多赚钱？

京东先是在两个月前高调宣布进军外卖市场，推出“京东外卖”业务。此后，京东率先宣布为全职骑手缴纳社保，近期又因骑手“二选一”争议发酵，掀起了一轮外卖大战。与此同时，京东集团创始人刘强东亲自下场送外卖的照片近期也在社交媒体上广为流传。

在一系列热点事件发酵及刘强东的“强力带货”下，4月24日，京东对外宣布，截至4月22日，京东外卖日单量突破1000万单。美团外卖2023年全年单量为220亿单，平均日单量约为6027万单，按照这一数据，京东外卖日单量接近美团外卖的六分之一。

同时，京东也在加紧扩充外卖骑手队伍抢占市场，不少骑手还在社交媒体发布了更换成京东骑手的视频。4月27日，京东发文称未来三个月将招聘10万名骑手。而另一边，美团则针对近期“双开App被封号”“外卖柜排他”“买到缩水餐”等问题再次发布澄清声明，外卖大战持续升级。

由于市场担忧外卖业务竞争加剧影响未来格局，美团、京东港股股价近几个交易日双双大幅下跌，4月22日，美团股价下跌5.62%，京东股价下跌6.32%，其后一个交易日股价略有反弹后，4月24日股价再次下跌，其中美团下跌5.15%，京东下跌6.19%。三天时间，美团、京东市值合计蒸发超千亿港元。截至4月28日，年初以来美团、京东分别下跌约15.36%及4.25%，市值分别为7887亿港元和4032亿港元。

在京东、美团开启外卖大战时，“外卖行业到底有多赚钱”这一问题也引发市场关注。

京东在4月21日的公开信中罕见提到了外卖行业的相关数据：餐饮行业超60%门店处于亏损状态，部分平台外卖业务毛利率突破40%，“幽灵厨房”占比持续攀升。

4月15日晚，刘强东在京东内部的一段讲话曝光，其要求京东外卖净利润不允许超过5%。他提道：“听说现在(佣金费率)已经平均高达25%，再加上广告费，有的甚至到30%多。为什么变成今天这样子，对入口的东西没有点敬畏之心，本质还是由外卖平台垄断，导致外卖平台抽佣太多。”

那么，外卖业务抽佣比例是多

少？外卖业务到底有多赚钱？《财经》梳理美团财报发现，美团从2021年后不再单独披露外卖业务数据，而2021年时，美团外卖的经营利润率约为6.4%，同期，不需要配送的到店酒旅业务则更加赚钱，经营利润率达到了43.3%。2020年时美团外卖的经营利润率则为4.3%。2024年美团包括外卖和到店酒旅在内的核心本地商业业务的经营利润率约为20.9%。

那么，美团外卖的净利率是多少？因美团财报并未单独披露美团外卖业务的净利润，因此，难以根据财报计算美团外卖业务的净利率。

摩根大通(JP Morgan)4月15日发布的全球在线外卖行业报告(《Global Online Takeaway(2024)》)显示，2024年全球九家主流外卖平台预测净利率(调整后利息折旧及摊销前利润占交易总额的比例，Adj. EBITDA as a % of GTV)在1.5%-3.3%之间，算术平均值为2.2%。其中，美团外卖2024年预估净利率为2.8%。

此外，对于外界关心的佣金问题，美团和商户的说法有些出入。美团称，美团外卖实际向商户收取的佣金率为6%-8%。但不少商家表示，美团外卖收取的佣金率为25%左右。另据了解，美国外卖平台DoorDash收取的总佣金比例，按照服务项目不同，在36%-51%之间。

佣金费率有多少？

平台型公司收取的佣金费率，一直是市场关注的焦点。那么，美团外卖的佣金费率是多少？

2025年2月在京东宣布入局外卖业务后，市场曾传出“美团外卖收取商户30%高额佣金”的消息。对此，美团官方于2025年2月9日公开回应称，该数据严重失实，并强调其外卖平台实际收取的商户技术服务费(即佣金)仅为6%-8%，且仅在商家选择美团配送服务时才会产生额外的履约服务费。

此前的2024年12月25日，美团曾在其官网上发布一篇文章《美团外卖的真实佣金比例究竟是多少？》，对其佣金比例进行了详细分析。其表示，美团外卖实际商户佣金率为6%-8%。

其进一步解释了佣金的概念：2021年外卖费率改革前，美团外卖按照与商户约定的固定费率，以订单金额为计算单位向商户收取费用，主要包括平台佣金和外卖订单履约配送服务费。

2021年费率改革后，美团外卖

将外卖固定费率拆分为技术服务费和履约服务费两部分，其中技术服务费是商家在外卖平台进行经营并达成交易时，美团基于向商家提供的信息展示、技术服务、流量支持及运营保障等服务所收取的费用，即实际佣金。履约服务费在商家选择美团配送时产生，用于支付订单的配送费、配送站及运力调度等运营成本。

但不少商家表示，美团外卖收取的佣金率为25%左右。对此，有业内人士表示，6%-8%为商家在美团平台上架收取的费用，25%则可能包括佣金、配送费、广告推广费等商户的综合成本。

从多家餐饮商家处了解到，商家端对佣金收取多少的说法不一。不少商家表示，美团外卖会抽成20%以上，有的表示加上配送费会达到30%。其中包括抽走的佣金、推广费、保险费等。

“有时候做活动的优惠券也是我们商户出，就相当于交‘房租’了，为此，有时候也会将外卖的价格稍微向上浮动一些，比店里的价格高一些。”一位餐饮商户对《财经》表示。

另据美国外卖平台DoorDash公布的信息显示，其在2021年后进行了费率调整，将外卖佣金分为基础通道费和配送类佣金，基础通道费是6%，配送类佣金分为三个等级：普通Basic15%、优选Plus25%、精选Premier30%。此外，平台还会向顾客收取订单金额的15%作为服务费。可见，按照服务项目不同，DoorDash收取的总佣金比例在36%-51%之间。

美团财报中是否披露了相关数据？

2025年3月21日，美团公布了其2024年全年业绩，实现营业收入3376亿元，同比增长22%；实现归母净利润358亿元，同比增长158.4%。

从业务划分来看，美团在2022年前将旗下业务划分为餐饮外卖、到店酒旅以及新业务。2022年开始，将餐饮外卖和到店酒旅合并成了核心本地商业业务。至此，美团的业务划分为核心本地商业和新业务。

其中，核心本地商业包括到家的餐饮外卖和闪购、到店酒旅等美团主要业务，2024年该业务实现营收2502亿元，同比增长20.9%。新业务则包括美团优选、小象超市、快驴(B2B餐饮服务)、共享单车、

充电宝等近年来新发力的业务，2024年新业务实现营收873亿元，同比增长25.1%。

在财报中，美团又将营收划分为配送服务、佣金、在线营销服务、其他服务及销售(包括利息收入)四项。2024年，这四项业务分别实现收入980.7亿元、953.4亿元、492.4亿元以及949.4亿元，分别占比29.05%、28.24%、14.59%以及28.12%。其中，核心本地商业中，配送服务、佣金、在线营销、其他服务及销售分别实现营收980.7亿元、922.9亿元、488.4亿元、110.6亿元。配送服务主要为履约外卖配送的费用，佣金主要为美团从商家抽取的费用，在线营销主要为商家在美团上投的广告费用，也就是说，2024年，美团从商家收取的佣金近千亿元，加上在线营销的广告费，二者合计超过1400亿元。

不过，由于美团并未披露美团外卖2024年的交易金额，所以无法计算其当年的佣金费率。

外卖业务有多赚钱？

从财报来看，美团外卖的收入主要来自三大部分，即配送服务、佣金和广告收入。

从2021年美团将餐饮外卖单独披露时的财报来看，公司2021年外卖业务共计实现营收963亿元，其中，配送服务收入为542亿元，通过商家获得的佣金收入(技术服务费)为285亿元；在线营销广告收入则为114亿元。上述三项业务收入合计为941亿元，约占当年美团外卖业务收入的98%。

将上述三项业务拆分来看，美团外卖真正赚钱的并不是配送服务，而是由此延伸的向商家收取的佣金和广告收入。

从配送服务收入来看，美团从2024年四季度不再公布即时配送订单量，按2023年数据来看，美团配送订单量为220亿单，配送服务收入822亿元，由此计算，单均配送收入约为3.7元/单。根据其在2023年财报中披露的配送相关成本为907亿元，按照2023年220亿单单量计算，配送每单成本约为4.1元，相当于每单配送费约亏损0.4元。

据美团2024年12月披露，美团外卖从商户和用户端获得的配送费收入，大部分用于覆盖骑手薪资，即配送成本。以美团财报2024年上半年为例，彼时，美团配送服务收入441亿元，配送相关成本480亿元。由此可见，美团配送服务处于小幅亏损的状态。

因此，其他两项收入——向商家收取的佣金和广告收入才是支撑美团外卖盈利的业务。

从2021年美团将餐饮外卖单独披露时的财报来看，2021年，美团外卖平台的交易金额为7021亿元，交易笔数达144亿笔，单均金额为48.8元。其外卖业务共计实现营收963亿元，其中，配送服务收入为542亿元，配送费率(配送服务收入/交易金额)约为7.72%；通过商家获得的佣金收入(技术服务费)为285亿元，佣金率(佣金收入/交易金额)约为4.06%；在线营销广告收入则为114亿元，变现率(在线营销收入/交易金额)约为1.63%。上述三项业务收入合计为941亿元，约占当年美团外卖业务收入的98%。

以此估算，2021年时美团外卖配送+佣金+在线营销广告合计的费用率约为13.41%，而2021年美团外卖的经营利润为62亿元，经营利润率约为6.4%，同期，美团旗下不需要配送的到店酒旅则更加赚钱，经营利润率达到了43.3%。而2020年时美团外卖的经营利润率则为4.3%。

2022年起，美团不再单独披露餐饮外卖业务的财务数据，而是将餐饮外卖、到店酒旅合并为核心本地商业业务，从2024年财报来看，核心本地商业实现营收2502亿元，同比增长20.9%，实现经营利润524亿元，同比增长35.4%，经营利润率约为20.9%。

相比之下，国内外卖行业排名第二的饿了么则仍处于亏损状态。根据阿里巴巴(9988.HK, BABA.US)披露的2025财年三季报(2024年4月1日-2024年12月31日)显示，包括饿了么和高德在内的本地生活集团实现累计营收509.42亿元，同比增长13%，实现累计亏损13.73亿元，同比收窄79%。在随后的财报电话会中，阿里巴巴管理层表示，高德地图首次实现盈利，而大多数亏损业务将在未来一到两年内实现盈亏平衡并逐渐开始贡献盈利。

摩根大通4月15日发布的全球在线外卖行业报告显示，2024年全球九家主流外卖平台预测净利率在1.5%-3.3%之间，算术平均值为2.2%。其中，优步旗下的Uber Eats以3.3%的净利率率暂居榜首，美国外卖平台DoorDash为2.4%，东南亚打车平台Grab旗下外卖业务为1.6%。而据摩根大通测算，美团外卖2024年净利率率约为2.8%，略高于均值。



爱心老人活动中心

Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

● 照顾日常生活需求

● 每天专车接送至日间活动中心

● 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐

● 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩

● 提供日间、居家双重护理

● 提供日常翻译、预约看病等服务

● 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理

● 拥有爱心专属药房

联系电话：

571-409-3345 (海伦)

571-599-2570 (丽莎)

703-354-2323 (传真)

703-354-6767 转 112

(办公室李小姐)

急聘 RN, PCA: 男女护工多名(有 PCA 证书优先)、全职/兼职护士(RN)



6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312





3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151

维州最完善的活动中心

本报社址: P.O. Box 10302, Rockville, MD 20849, USA 电话: 240-453-9808 新闻稿 Email: news@newworldtimes.us 广告稿 Email: ad@newworldtimes.us