同一餐廳與套餐 不同平台差價竟達七成

外賣平台競爭升級 下單前先格價

悠閒理財

隨着戶戶送（Deliveroo）將於4月7日結束在港營運，本港主要大型外賣平台餘下foodpanda和Keeta兩家公司對壘，短期勢必掀起新一輪的搶客攻勢。消費者在選擇外賣平台時，除了餐廳商戶的名單選擇，亦要多加留意運費、平台費、最低消費金額等細節，以免因小失大。

大公報記者　李潔儀

明天（4月7日）將是戶戶送香港平台最後運行的一天，下午2時59分後，將不再提供服務，由於部分資產出售予foodpanda，因此原有戶戶送客戶將被導向至foodpanda，部分用戶可獲得foodpanda的pandapro免費會籍6個月，亦有用戶獲foodpanda訂單4折的優惠碼。

未達最低消費須額外付費

pandapro是foodpanda的自家會員制，提供3個訂閱計劃，其中，一個月計劃收費99元，另有6個月及12個月，分別收費89元及70元。pandapro可享個別餐廳外賣75折，外賣滿120元或pandamart生活百貨外送滿200元，可享免運費。

至於美團（03690）旗下Keeta亦積極搶攻推出新優惠，毋須做會員便可享指定餐廳免運費，外賣送遞訂單金額滿200元或300元可獲半價折扣等。同時，指定餐廳在外賣堂食價的基礎上，可使用額外折扣，訂單金額80元即扣減40元，用戶首次使用自取服務，首張訂單額100元後可享半價、最多扣減50元優惠。

外賣平台推出各種優惠固然吸引，惟消費者亦要留意條款明細。以外賣麥當勞脆香雞翼一人餐為例，餐價63元，Keeta符合餐廳最低消費要求60元，原本運費為25元，可享20元運費優惠，加上劃一收取2元平台費，埋單合計70元。

至於foodpanda，雖然首單免運費，但由於餐價63元未能符合餐廳最低消費額80元的要求，因此追加細額訂單費用15元，還有按訂單原價2.5%的平台費，相等於1.6元，合計79.6元，稍貴於Keeta。

◀戶戶送現有客戶，將被導向至foodpanda。

送餐逾時有補償

另一例子，一份67元的鍋貼套餐，foodpanda提供八折優惠，計及平台費1.7元，合共55.3元。至於同樣套餐在Keeta平台上的單價一樣，惟需要額外25元運費，另加2元平台費，整單盛惠94元，明顯較foodpanda同類套餐貴七成。

由此可見，同一間餐廳、同一款套餐，不同平台的交易費用有所不同，因此消費者宜先行作出比較，避免單純只着眼於平台提供的優惠。

送餐速度方面，兩個平台每張訂單需時20至60分鐘不等，要視乎餐廳距離目的地有多遠，同時兩個平台設有準時補償，即是訂單送達時間超出預計最遲送達時間15分鐘或以上，將向消費者自動放發補償優惠券，並可於下一張訂單使用。

▲明天將是戶戶送香港平台最後運行的一天。

▲Keeta於去年五月進軍香港，先以旺角及大角咀作為首批試點。

▲foodpanda立足香港超過十年。

本港兩大外賣平台比拼

foodpanda	分項	Keeta
德國Delivery Hero	母公司	中國美團
2014年7月	來港年份	2023年5月
15元起	運費	20元起
按訂單原價的2.5%計算，上限為7元	平台費	2元
按不同餐廳商戶而定	最低消費金額	60元（未達標需支付差價）
20–40分鐘	送餐速度	20–40分鐘
訂單送達時間超出預計最遲送達時間15分鐘或以上，將自動發放補償優惠券	準時保	訂單送達時間超出預計最遲送達時間15分鐘或以上，將自動發放補償優惠券
pandapro月費計劃	自家會籍	不適用
• 新用戶首訂單滿80元，輸入優惠碼「FP100」可享半價優惠	最新優惠	• 0.1元享最高150元優惠券套裝，可與商戶折扣、運費優惠同時使用 • 外賣服務：新用戶首訂單可獲100元優惠，現有用戶快閃50元優惠 • 外賣自取：新用戶首訂單可享50元優惠，現有用戶可獲快閃20元優惠
44%	按訂單量計市佔率*	32%
37%	按交易額計市佔率*	43%

備註：「*」Measurable　AI數據、截至2024年首季　大公報記者整理

「熊貓」與「袋鼠」鬥足十年

無奈之舉

本港餐飲外賣平台過去十年出現多番變遷，由foodpanda及戶戶送（Deliveroo）（右圖）兩強對撼，到Uber Eats加入戰團5年後黯然離場，內地企業美團（03690）旗下Keeta成為後起之秀，以不足兩年時間，攪動本港外賣市場，最終戶戶送不敵競爭而退出，餘下foodpanda與Keeta直面交鋒。

Uber插足五年敗走

本港店舖租金高企，為餐廳帶來沉重的營運壓力，以德國為基地的網上外賣平台foodpanda看準機會，於2014年7月進軍香港市場，當年僅以4個月時間，夥拍超過350家本地餐廳提供外賣服務。

foodpanda在港營運一年多之後，於2015年7月迎來第一位競爭對手戶戶送，當時掀起「熊貓鬥袋鼠」的熱話，皆因兩家機構的標誌是熊貓和袋鼠。戶戶送最初主攻高檔餐飲外賣，最低消費約120元，另收取20元服務費，以及定額每單收30元運費。

2016年10月，輪到美國Uber在港開拓外賣業務Uber Eats，不過經營5年後，在疫情期間結業，打破香港外賣市場「三足鼎立」的狀態。

正當香港外賣平台回復只有foodpanda及戶戶送的天下之際，美團已有所部署，設立新品牌Keeta攻港，於2023年5月率先在旺角及大角咀進行首批試點，攻港一年訂單量市佔率達44%，力壓foodpanda及戶戶送。在Keeta燒錢攻勢浪接浪之下，戶戶送決定引退，明天（4月7日）將成為戶戶送在港最後營業的一天。

本港餐飲外賣平台發展

日期	細節
2025年3月10日	戶戶送宣布將於4月7日起結束香港業務
2023年5月	美團旗下外賣品牌Keeta以旺角及大角咀成首批試點
2022年10月	美團部署來港發展外賣業務
2021年12月31日	Uber Eats在香港業務正式停運
2018年11月	成立僅一年的本地初創外賣平台Plum裁員逾百名員工
2016年10月	美國Uber在港開拓外賣業務Uber Eats
2015年11月	總部位於英國倫敦的Deliveroo進軍香港
2014年7月	德國Delivery Hero旗下foodpanda進軍香港

大公報記者整理

市場增長有限 精細化營運定勝負

新聞分析

李潔儀

香港是美食天堂，作為彈丸之地，要覓「食」並不難，不論連鎖餐飲還是小店食肆，總有一間在附近，外出用餐早已成為港人的習慣。不過，早年的疫情改變大眾的消費模式，一定程度激活了本地外賣市場。

據市場估計，疫情期間餐廳的外賣訂單佔50%至60%，較疫情前不足兩成顯著增長。就在疫情期間，外賣平台卻出現「一雞死、一雞鳴」的現象，這邊廂，美資Uber Eats鳴金收兵，結束經營5年的香港業務；那邊廂中資美團摩拳擦掌，以Keeta品牌入局香港市場，攻城略地，越戰越勇，最終逼退戶戶送（Deliveroo）。

Keeta燒錢搶客 foodpanda吸納戶戶送

根據市場粗略統計，香港的外賣市場整體每日訂單不足百萬宗，相比內地餐飲外賣，日均訂單峰值高達7800萬宗，僅看數字可謂差天共地。雖則兩個市場截然不同，然而Keeta仍以後來者姿態搶攻香港，不難發現香港正是美團作為海外布局的重鎮之一。

對於入局香港市場不足兩年的Keeta，為要快速破局，燒錢搶客在所難免。至於苦守市場逾十年的foodpanda，未有絲毫鬆懈，直接把戶戶送的香港資產收購過來，壯大規模。

無疑，戶戶送退出香港市場，反映該集團的戰略調整，亦是香港外賣市場由增量競爭轉向存量博弈的體現。隨着市場競爭的日益激烈，平台間的差異化競爭尤為重要，精細化的營運能力勢將成為決定勝負的關鍵，外賣平台的真正考驗才剛剛開始。

關稅風暴衝擊全球市場 中國資產避險功能顯現

滄海桑田

倪相仁

周四，全球市場無一不籠罩在美股關稅大棒的淫威之下。相比之下，A股、港股只出現小跌，美股自身的反噬卻來得更加地動山搖。是次關稅「解放日」的總指揮、美國總統特朗普在上一任競選時曾豪言：如果有一天道瓊斯指數單日下跌超過1000點，那麼時任美國總統就應該被裝進加農炮裏，以極快的速度射向太陽，不能有任何藉口。當晚美股收市，道瓊斯指數下跌1679點，不知這位時任總統作何感想。隨着周五市場的進一步下挫，愈來愈多的投資者，擔心上個世紀大蕭條時代重臨。

從周四全球主要市場的表現來看，美股三大指數首當其衝，納指、標普500和道瓊斯指數分別下跌5.98%、4.84%和3.98%，其中納指在所有主要指數跌幅最大，這或可理解為市場擔憂納指七雄最受是次關稅大戲衝擊。歐洲市場中，意法德股市跌幅均超過3%，其中意大利以3.6%的跌幅居首。有點意外的是，被美國關稅新政重點「照顧」的亞洲地區，跌幅最大的是日經的2.27%，中國台灣股市因休市的關係逃過一劫，但下周復市後恐補跌。

中國出財政政策更值得期待

最令人意外的是中國市場，無論是股市，還是人民幣匯率表現，面對迭加54%關稅稅率的重壓，反而跌幅較少。雖然這中間，或有國家力量的介入，但市場情緒說明一切，從A股、港股市場仍有一定比例的個股上升來看，市場對關稅風險的敏感度已有所減少，或許代表着投資者對中國政府推出財政政策更有期待。

美股大跌，市場有一種敘事是關稅政策帶來的「糊塗賬」觀感有關。越南、柬埔寨，這次額外關稅高達40%以上，他們都是美國大型運動品公司耐克的海外生產基地，關稅消息令耐克公司的股價暴挫近15%。七雄之一的蘋果，因與中國產業鏈深度綁定，周四一夜之間，市值蒸發了275億美元，成為蘋果有史以來最大的單天市值下跌。

此外，這次人民幣匯率並沒有受到超預期關稅的衝擊，相反保持了穩定，對中資股帶來更有力的支持。關稅短期肯定會給中資股市場帶來更多的波動，尤其是在情緒和估值方面，這是不可避免的。但另一方面，只要中國繼續專注自身的健康發展，以內地市場為導向的行業仍具抗跌能力，比如消費行業、周期性行業，這些行業可能受益於政策寬鬆。美資大行高盛認為，如果關稅增加，從國內層面來看，預計會有更多的財政刺激措施來促進消費。同時在其他方面比如基礎設施投資等，也會有政策相助。所以如果投資者仍考慮投資中國資產，這些領域或帶來相對較好的表現。

事實上，經過過去幾年的努力，港股結構已發生質的變化，外資的力量減弱。當市場受外圍因素衝擊時，紅利股為資金提供避險功能；當外圍擾動因素減弱，流動性環境改善時，代表未來產業趨勢的AI產業鏈尤其是在應用方面的細分龍頭（智能汽車、機器人等），則提供更高回報的選擇。

東南亞是美關稅大棒重災區

從本質上看，美國所做的一切，就是與中國斷鉤斷鏈。過去幾年，東南亞是中國製造業轉移的重鎮，而恰恰是美國這次關稅大棒的重災區，越南、柬埔寨被徵收比中國更高的稅率可見一斑。美國要傳統製造業回流，中國則在新興產業如新能源、智能機器人、無人駕駛捷足先登，並且在一些供應鏈的關鍵要素（稀土、電池等）掌握主導權。短期來看，AI等成長板塊會受到業績不確定擾動，儘管目前AI產業鏈的利潤兌現仍然不確定，但長期看，AI產業趨勢仍然很強，技術進步的速度仍然很快，大廠資本開支增加帶來的機會較多。