

# 崑山科技大學

## 企業管理系

實務專題書面報告

### 熊貓外送行銷探討

指導老師:黃文進老師

學生:林志杰(4051L004)



中華民國 109 年 4 月 21 日

專題製作報告授權同意書  
Project Practice Report Authorization Letter

本授權書所授權之報告為本組在崑山科技大學 企管 系 組 108 學年度第 2 學期修習專題製作課程之報告。

I/We (the Principal), \_\_\_\_\_, hereby authorize Library and Information Center of KSU (the Agent) to gain access our project practice report at Department of \_\_\_\_\_ at KSU on the \_\_\_\_\_ (first/second) semester in Academic year of \_\_\_\_\_.

專題名稱(Report Title) : 熊貓外送行銷探討

本組就具有著作財產權之報告全文資料，同意提供本校圖書館典藏，並同意圖書館因典藏之目的就該資料進行必要之數位化重製，且依圖書館法、著作權法規定，提供讀者利用。

The Principle agrees with not only the Agent on digital reforming the full text for repository but also the users on having the access to the report according to Library Law and Copyright Law of R.O.C.

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。

The statement above is no need for making inalienable agreement and authorization contract. Copyright for the full text is non-exclusive license. The Principal would not get paid for any applications of the full text.

請勾選授權公開年限及範圍(請勾選一項)：

Date of scope for publication (select either and make a check in it):

- 立即公開 (Immediate open)
- 五年後公開 (Open for access after five years)
- 三年後公開 (Open for access after three years)
- 校園內公開 (Open for access within KSU)
- 館內典藏 (For repository within the library)

指導老師簽名(Instructor's Name) : 黃文進

學生簽名(Student's Name) :

林志杰

學號(Student Identity No.) :

4051004

(親筆正楷/Autograph in regular script)

(務必填寫/Required field)

日期(Date) : 西元 2020 年(Year) 6 月(Month) 4 日(Date)

# 目錄

表目錄	-i-
圖目錄	-ii-
第一章 前言	-1-
1.1 研究動機	-1-
1.2 研究目的	-1-
1.3 研究流程	-1-
第二章 文獻探討	-2-
2.1 外送平台的崛起	-2-
2.2 主流外送平台介紹	-2-
第三章 研究問題分析	-5-
3.1 研究問題分析	-5-
3.2 研究步驟	-6-
第四章 個案介紹	-7-
4.1 SWOT 分析	-7-
4.2 行銷 4P	-8-
4.3 外送特色	-8-
4.4 外送員行業的弱勢	-8-
4.5 雇傭跟承攬	-9-

第五章 結論與建議 .....	-12-
5.1 結論 .....	-12-
5.2 建議 .....	-12-
參考文獻 .....	-14-

# 第一章 前言

## 1.1 研究動機

Foodpanda 是一家總部位於德國柏林的餐飲外送服務公司，遍布全球 40 個國家和地區營運。Foodpanda 與當地的多家餐廳合作，並利用手機應用程式和網站提供訂餐服務。

隨著現在時代的進步，隨時隨地都可以透過網路的方式購買各種物品，現在透過網路也可以叫到美食，從以前的店家自行外送到現今的合網路平台合作，現在比較熱門的外送程式有 UberEats、foodpanda、honestbee、有無快送，民眾可以透過以上這些手機 APP，直接叫到現成的食物，以滿足現代人民不想出門就可以吃到好吃的食物的慾望。

## 1.2 研究目的

- (一) 瞭解外送平台的崛起由來
- (二) 瞭解傳統店家外送與網路平台配送的差異
- (三) 實際體驗外送平台的外送服務體驗
- (四) 實際比較各個外送平台的差異建立 SWOT 分析與 4P
- (五) 實際問卷調查民眾對外送平台的認知與服務觀感並給予建議

## 1.3 研究流程

本研究流程如圖 1-3 所示：

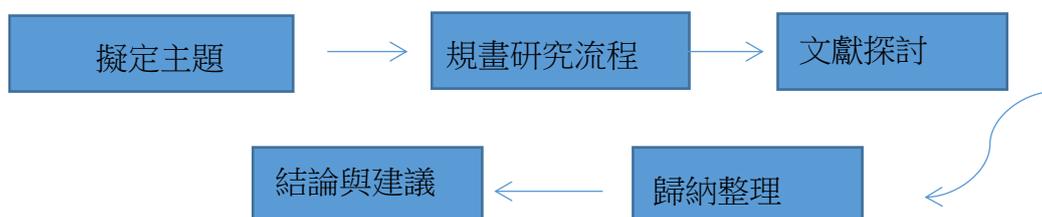


圖 1-3 研究流程圖

## 第二章 文獻探討

### 2.1 外送平台的崛起

外送平台的崛起來自於那些不提供店內外送的店家，而透過那第三方的平台進行選配，並透過其他員工進行配送，而店內外賣服務則來自於因為那些無法或是不方便出門的顧客，從中進行多一項買賣方式而獲取商機，而店內外送通常不會收取運費服務費，但是外送平台會從中進行收取服費。

而現今有許多家餐飲業者受限人手不足的因素，因此不提供外送服務，這些外送平台便可以從中的得到利潤，而滿足那些不想出門又想吃到某些店家食物的顧客，據經濟部統計處的資料顯示，2017 年全台餐飲業營業額 5400 億，「外送」就佔了整體營業額的 5%，約 270 億元(取自網路文章)，在台灣較知名的外送服務平台有：foodpanda、honestbee、ubereats、有無快送等，台灣的懶人經濟也已成爲常態。

對現代人來說人手一台智慧型手機讓民眾更方便，而外送平台的理念就是透過手機平台或電腦網頁開起進行線上購餐，而外送平台的推出不但可以讓本身知名度提高，更能讓那些 商家的知名度也可以提高一些、也能藉此省下外送服務的費用。

### 2.2 主流外送平台介紹

#### 1. foodpanda

以台灣較為知名的 foodpanda 為例，foodpanda 公司 logo 如圖 2-3-1 所示，foodpanda 的合作店家數量佔了 7000 家以上，且運費較為低廉，但有低消 100 員方可運送，且外送平台的商品數量較多，且 foodpanda 在台灣發展的期間較久，且知名度 較高，並與多家餐廳進行合作也能讓許多餐廳知名度提高。



圖 2-3-1 foodpanda 公司 logo

## 2. honestbee

而相對而言在台灣有一個外送平台包含到生鮮食物的外送平台 honestbee，honestbee 公司 logo 如圖 2-3-2 所示，成為全球最大的生鮮食物和食品代購商涵蓋範圍目前在日本、香港、新加坡、馬來西亞、印尼、泰國、台灣、菲律賓等亞洲八個國家且其付款方式多元，不但可以買熟食也能買生鮮回來家裡自行烹飪食物。



圖 2-3-2 honestbee 公司 logo

## 3. UberEats

UberEats 公司 logo 如圖 2-3-3 所示，UberEats 是 Uber 推出的一項餐飲外送服務，Uber 第一個的延伸產品，於 2016 在台灣推出，因送餐速度快而聞名，雖然運費和其他外送平台相較之下偏貴，但是推出運費優惠活動次數頻繁，所以時常會有免運費之類的折扣優惠。



圖 2-3-3 UberEats 公司 logo

#### 4. 有無外送

有無快送公司 logo 如圖 2-3-4 所示，有無快送的運費計算有別於其他家 App，其運費計算是以商家跟自家的距離再估算，從 24 元起跳，雖然運費計算下來可能會比較高，但是菜單的價格和實際店面價格是一樣的，這樣看來不論是運費或是餐費，這樣的計算方式看起來相是比較公道的。



圖 2-3-4 有無快送公司 logo

## 第三章研究問題分析

### 3.1 研究問題分析

#### 1. 了解傳統店家外送與網路平台配送的差異

研究問題分析如圖 3-1-1 所示

持續使用美食外送服務的前五大原因				
	全體使用者	重度使用者	中度使用者	輕度使用者
1. 省去外出或排隊的時間	61%	56%	59%	72%
2. 天氣不好 / 不想出門	55%	44%	60%	49%
3. 平台提供促銷折扣活動	41%	50%	42%	31%
4. 合作餐廳、店家多	40%	53%	37%	33%
5. 送餐速度快	32%	38%	32%	23%

資料來源: Kantar 凱度洞察

圖 3-1-1 配送的差異

#### 2. 傳統外送與外送平台點餐流程

點餐流程如表 3-1-2 所示：

表 3-1-2 點餐流程表

傳統外送	打開 APP 或撥打號碼→店家製作完食品→由店內員工直接配送→消費者取餐
外送平台	消費者網頁或 APP 下單→由外送平台合作店家製作或專人購買→透過專人配送→消費者取餐

店內配送相比外送平台下由店內配送相比外送平台的服務費下店內配送的優勢顯然比較大，但都常有外送門檻的條件限制，而外送平台沒有門檻限制，但通常外送速度較無店家配送較為快速。

### 3.2 研究步驟

研究步驟如圖 3-2-1 所示：

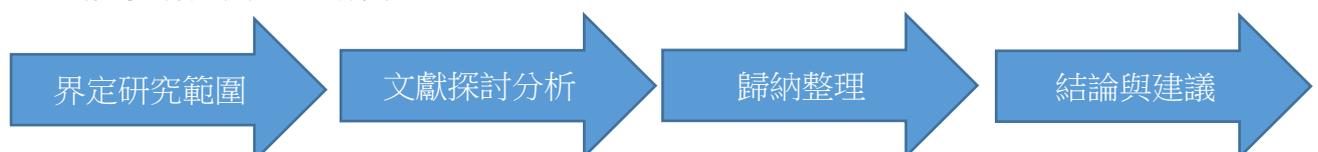


圖 3-2-1 研究步驟

## 第四章 個案介紹

### 4.1 SWOT 分析

個案 SWOT 分析如表 4-1 所示。

表 4-1 個案 SWOT 分析表

優勢	劣勢
1.外送無門檻可選單一商品 2.外送店面較多 3.外送平台有促銷活動 4.多為貨到付款也支援線上付費	1.沒辦法提供用餐氣氛 2.外送出問題無法即時回饋 3. 傭金抽成太高，有些店家無法負荷
機會	威脅
1.利用與店家合作方式來增加顧客福利 2.近年外送平台在台發展較為普遍 3.利用合作店家來提升知名度	1.近年較多外送平台崛起競爭力增加 2.因店家外送無服務較無法吸引單一店家忠誠顧客

### 4.2 行銷 4P

個案行銷 4P 分析如表 4-2-1 所示。

表 4-2-1 個案行銷 4P 表

產品 product	價格 price
1.商品較多為各大店家知名商品 2.在單一主餐外含飲品及飯後甜點	1.商品價位多為 100 左右或以上 2.服務費或運費多為 20 以上
通路 place	促銷 promotion
1.與知名餐廳合作 2.有線上付款方式	1.免費 APP 進行會員申辦 2.有付費方可享優惠 3.消費後有折價券 4.特定時段免運費

## 4.3 外送特色

### 1. 好奇、嘗鮮、讓消費者好奇，進而認識

消費者對於此類的服務感到新奇，多數因為平台折扣的關係開始嘗試使用，辦公室、朋友間的揪團，或是呼朋引伴也成為在初期嘗試使用此類平台服務的關鍵因素。

### 2. 克服消費痛點，解決消費者不便利性

當消費者面對外出購買餐點的不便利性浮現，就成為此類服務展現其特色的重要時機，如下雨天、炎熱的天氣、距離、排隊等等，都是消費者在面對購買餐點時的消費旅程痛點。

### 3. 提供甜蜜點，以「逛美食」的快樂帶來更多元選擇

然而，面對台灣餐飲市場的需求，單單處理消費上的不便利處（痛點），仍對於美食外送市場的開拓性助益有限。消費者在日常餐飲的需求上，更追求口味選擇與類型的多元化。

也因此，這些美食外送平台若想擴大市場經營的廣度與深度，就必須讓消費者不僅僅在不便利、天氣不佳的消費情境上願意使用，還能提供消費者更多元的選擇，享受「逛美食」的消費選擇性，也多了些樂趣。

## 4.4 外送員行業的弱勢

當外送員最主要的缺點就是「車禍」，因這行業沒有這項保障，而外送員若急著要送餐給客人之時會騎車快或逆向等行為導致容易造成交通事故，近年來，外送員的車禍事件不斷增加，也造成很大的爭議，嚴重者更慎重死亡。

外送員行業弱勢如圖 4-4-1 與 4-4-2 所示：



圖 4-4-1 外送行業弱勢圖

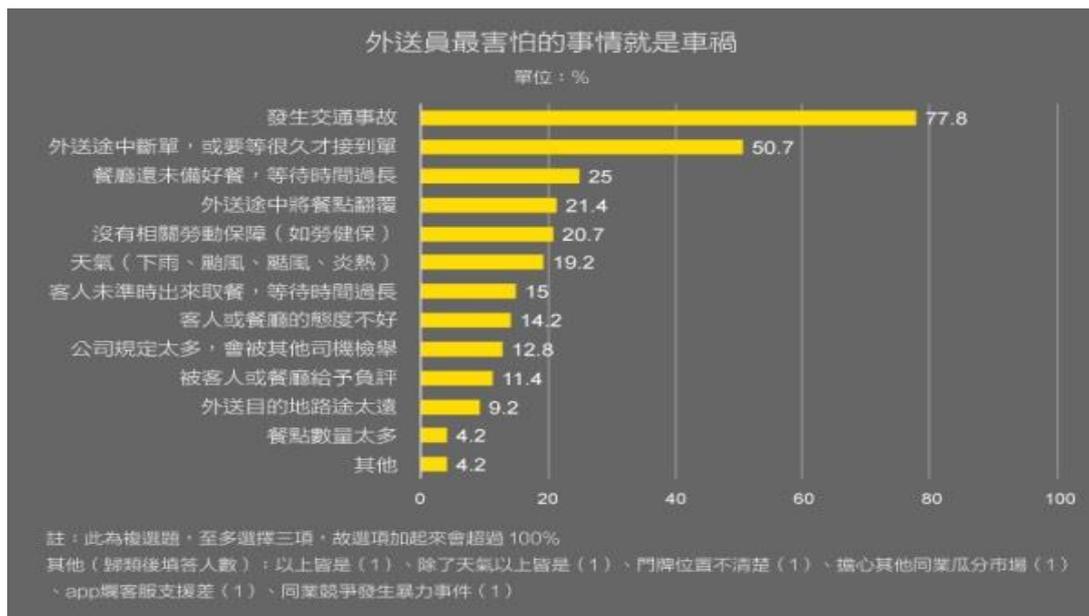


圖 4-4-2 外送員行業弱勢分析圖

## 4.5 僱傭與承攬

僱傭是指有固定的老闆在聘請、並會定時發薪水給員工，也有勞保的保障。承攬是指工作時間不固定，但能配合各人的時間，薪水較不穩定。相對很多工作上的風險需自己承擔。

僱傭與承攬比較分析如圖 4-5-1 與 4-5-2 所示：

	僱傭	承攬
勞保	事業單位若屬5人以上員工，必須強制加保	必須自行到職業工會加保
勞退新制提撥	雇主要提撥薪資6%到勞工退休帳戶	雇主不用提撥，但自己可自提
工時	受勞基法規範	沒有規定
休假	受勞基法規範	沒有規定
職災保險	加勞保時就有職災保險	如果沒到職業工會加勞保，就沒有職災保險；也可自行參加商業保險
工資	受勞基法基本工資規範	沒有規定

資料來源 / 採訪整理 製表 / 陳素玲 ■ 聯合晚報

圖 4-5-1 僱傭與承攬的比較

# 僱傭、承攬比一比

整理、製表：記者李雅雯

僱傭		承攬
<p>「僱傭」契約是由受僱人提供勞務，且接受雇主的指揮監督，對於雇主有從屬性。</p>	<p>廣義界定</p>	<p>「承攬」契約指雙方當事人約定後，由其中一方為他方完成工作，工作完成後給付報酬的契約，承攬人需要提供場所、設備或材料等。</p>
<p>符合「人格從屬性」、「經濟從屬性」、「組織從屬性」其中一項就是僱傭關係；滿足其中一項大多就會滿足另二項。</p>	<p>如何判定</p>	<p>未符合「人格從屬性」、「經濟從屬性」、「組織從屬性」任何一項。</p>
<p>受僱人接受雇主的指揮、監督，從屬於雇主的指令，自主性相對較低。</p>	<p>指揮監督</p>	<p>不受直接的指揮監督，自主性相對僱傭較高，以完成某項工作為承攬契約的目的。</p>
<p>滿5人以上的事業單位需強制加保勞保；雇主僱用1人就要加保就業保險、健保。</p>	<p>勞保、就保和健保</p>	<p>雇主沒有加保義務，承攬人可自行加入職業工會加保勞健保。</p>
<p>超商店員受僱於雇主，付出勞務，在工作中接受指揮、監督；雇主需為其加保勞、就保和健保，亦需提撥勞退。</p>	<p>舉例</p>	<p>出版社將某本國外原文圖書的翻譯案件交給某譯者進行翻譯，譯者在談好的時間內完成作品、交件。</p>
<p>資料來源：勞動部、台北市政府勞動局、桃園市政府勞動局</p>		

僱傭與承攬的比較如圖 4-5-2

## 第五章 結論與建議

### 5.1 結論

#### (一) 外送平台提供了什麼樣服務

近年外送平台在台灣快速發展後，以台灣最為有名的 foodpanda 合作店面有 7000 家或 以上，合作店面就有包括主食、飲品、甜點，而 honest bee 也有生鮮代購，在各項多樣化的 服務下能提供顧客更種需求。

#### (二) 店家增加翻桌率，增加商品觸及度

有了外送平台的商品外送提供服務下，有了讓更多消費者有更多接觸商店的機會和更 多的消費行為，讓店家的知名度伴隨著外送平台的提升，也能一定程度地增加，讓合作商家 可以有一定程度的受惠，也能增加彼此的利益。

#### (三) 店家可以省下外送店員的人事支出

因為跟店家合作並派遣人手外送，可以讓那些原本想要推出外送服務的商家將成本減 少下來，讓商家有更多成本去進行經營，使合作的雙方也能因為商家的人事成本減少，將成 本投入其他地方藉此吸引消費者讓雙方的顧客數量提高。

#### (四) 降低點餐的認知落差與錯誤率

因為網路以及手機的技術進步，也讓我們訂外送的方式和以前不一樣了，從以前的打 電話過去，店家接到電話在用手把餐點寫下來，但是這樣容易衍伸許多的問題，例如客人表達的不清楚或是店家聽取顧客點單時發生錯誤，透過平台點餐的話可以幫雙方留下點單資訊 作為憑據。在訂餐的人的立場會希望可以有更多家的餐點可以選擇，有了外送平台以後可以 訂的餐點更多了，而且店家接單的方式也更方便。

## 5.2 建議

### **(一) 提供多樣化服務吸引更多會員加入**

目前有一個外送平台 honest bee 有運送生鮮食品功能，為目前最大的生鮮食品代購商，而 UBER 的公司也有 UBER 司機的存在，這也意味著在未來可能會有更多的附加價值可以增加商機，滿足消費者更多的需求，例如：外送一些民生用品、以更便宜的價格提供短距離的行李運送和家具搬運或是提供一些民眾急需送洗的衣服服務和提供一些家具代購。

### **(二) 尋求合作夥伴增加服務據點**

利用合作的方式將自己的規模擴大，讓能接獲的訂單數增加，而使處理效率變快，藉此吸引消費者上門前來使用自身 APP，再透過增加一些廣告的方式讓合作廠商更加願意與自身合作，進行長久經營。

### **(三) 定位自己在外送平台的身分**

了解自身的顧客群數量，在進行多元化的擴張下也增加廣告的規模，讓願意合作的廠商增加，在得到更多的獲益下便能進行更多的優惠價格藉此留住消費者。

### **(四) 提高自身服務品質**

進行更多的員工訓練與進行更多外送訓練，讓自身員工在運送商品時，較不會出問題，減少出錯率和增加自身員工服務的品質，讓顧客更加願意上門購買和使用 APP。

### **(五) 尋求店家做為合作夥伴，成立中央廚房**

能透過與一些店家進行合作成立中央廚房處理顧客的商品，由自身員工進行專門的外送，並且增加訂單承接的數量，便能減少店家的成本也能增加收益更能增加完成訂單的效率。

## 參考文獻

[https://today.line.me/tw/article/%E5%A4%96%E9%80%81%E5%B9%B3%E5%8F%B0%E8%BC%BF%E6%83%85%E5%88%86%E6%9E%90+1+%E2%80%933+%E5%BE%9E%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%9C%8B%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%BE%8E%E9%A3%9F%E5%A4%96%E9%80%81%E5%B8%82%E5%A0%B4-](https://today.line.me/tw/article/%E5%A4%96%E9%80%81%E5%B9%B3%E5%8F%B0%E8%BC%BF%E6%83%85%E5%88%86%E6%9E%90+1+%E2%80%933+%E5%BE%9E%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%9C%8B%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%BE%8E%E9%A3%9F%E5%A4%96%E9%80%81%E5%B8%82%E5%A0%B4-80XYZq)

[80XYZq](#)

[https://tw.news.yahoo.com/%E5%A4%96%E9%80%81%E4%B8%89%E5%B7%A8%E9%A0%AD%E7%AB%9F%E7%8B%B9%E8%B7%AF%E7%9B%B8%E9%80%A2-%E6%9B%9D%E5%8C%97-%E5%A5%B3%E6%9C%80%E6%84%9B-](https://tw.news.yahoo.com/%E5%A4%96%E9%80%81%E4%B8%89%E5%B7%A8%E9%A0%AD%E7%AB%9F%E7%8B%B9%E8%B7%AF%E7%9B%B8%E9%80%A2-%E6%9B%9D%E5%8C%97-%E5%A5%B3%E6%9C%80%E6%84%9B-141023798.html)

[141023798.html](#)