

POLICY ANALYSIS REPORT

# 网络餐饮食品安全新规解读 与市场分析报告

国家市场监督管理总局令第123号 | 2026年6月1日起施行

Contents

# 报告目录

网络餐饮食品安全新规解读与市场分析

01 政策监管核心要求

---

02 市场规模与增长动力

---

03 细分市场结构分化

---

04 竞争格局三足鼎立

---

05 区域消费与主体诉求

---

06 合规指引与实操路径

---

CHAPTER 01

# 政策监管核心要求

第 123 号令构建的三维监管体系与硬性标准

# 新规核心：三大硬性标准与平台责任

第 123 号令构建起 " 标识强制公示 + 实地核验 + 信息一致 " 的三维监管体系，形成全链条闭环监管。纯外卖商户必须履行 " 无堂食 " 标识强制公示义务，所有入网商户需遵守名称、资质、地址三大硬性标准，平台承担每 6 个月实地核验与数据比对责任。

## 商户端硬性标准

**标识公示：**纯外卖商户须在店铺主页面显著位置设置清晰 " 无堂食 " 标识，外卖平台同步在商家列表页展示该标识，未按要求公示将面临监管处罚与平台清退约束措施。

**三大一致：**网店名称与实体经营门面招牌名称完全一致；店铺主页面持续展示食品经营许可证等资质或提供清晰查询链接；公示的实际经营地址与资质证书载明场所一致，且上传真实实体经营门面照片杜绝 " 假地址 " 。

## 平台端核心责任

**定期核验：**外卖平台每 6 个月至少对商户资质、地址、名称等信息开展一次实地核验更新，并与省级市场监管部门数据进行比对，确保商户信息真实持续显著展示。

**数据报送：**平台每年 1 月、7 月向省级市场监管部门报送本区域入网商户身份信息，对信息不符商户立即下线，推动建立跨平台失信黑名单联动管理机制，一处违法、处处受限。最高可处 20 万元罚款。

CHAPTER 02

# 市场规模与增长动力

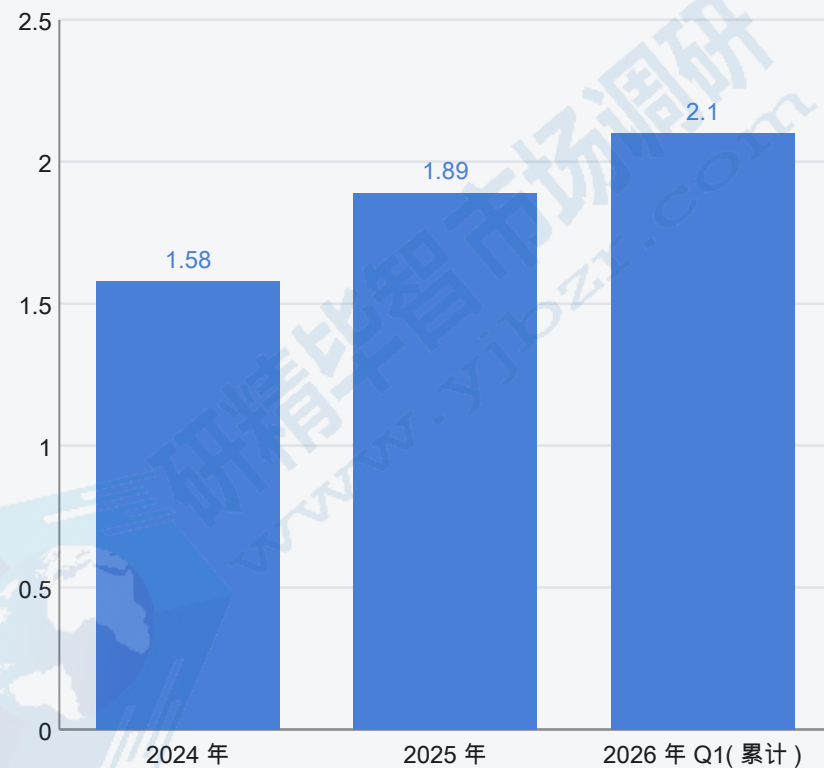
1.89 万亿交易规模与精细化增长模式转型

# 市场规模：1.89 万亿规模与精细化增长转型

2025 年外卖市场交易规模达 **1.89 万亿元**，同比增长 19.3%，2026 年 Q1 环比增 8.7% 展现强劲复苏。行业增长逻辑已从“用户数量野蛮扩张”转向“单用户消费频次与客单价双提升”的精细化运营。

- 规模新高**：2025 年交易规模达 1.89 万亿元创历史新高，同比增长 19.3%，成为拉动社会消费品零售总额增长的重要引擎
- 强劲复苏**：2026 年 Q1 市场规模攀升至 4920 亿元环比增长 8.7%，春节后订单量环比增幅达 15.2%，展现消费韧性
- 结构转换**：用户增速放缓至 8.5%，但单用户月均下单频次达 6.8 次增长 12.3%，月均消费金额 235 元增长 10.7%
- 全年预期**：2026 年全年市场规模预计突破 2.1 万亿元，增速维持在 16%-18% 区间，质效提升取代规模扩张成为核心驱动力

## 中国外卖市场交易规模趋势



单位：万亿元



# 细分市场结构分化

餐饮品类分化与非餐即时零售崛起

# 餐饮外卖：品类分化与预制菜爆发

**核心洞察：**餐饮外卖占 63.2% 份额但内部增速分化显著：快餐小吃占比 41% 但增速放缓至 15%，受同质化竞争与健康需求升级影响；健康轻食增速 42%、地域特色菜增速 38% 成为核心增长极，72% 消费者愿为健康溢价支付 10%-20% 费用；预制菜外卖订单量同比激增 150% 成为最亮眼增长点，占餐饮外卖份额 8% 较 2025 年提升 4.5 个百分点，预计 2027 年市场规模突破 500 亿元。

## Ψ1 传统餐食品类分化

- 01 快餐小吃以 41% 占比仍是第一大品类但增速放缓至 15%，受限于同质化竞争与用户健康需求升级的双重挤压
- 02 健康轻食增速达 42% 成为核心增长极，72% 的 Z 世代消费者表示愿意为健康溢价支付 10%-20% 额外费用
- 03 地域特色菜依托“家乡味”心智与差异化口味在一二线城市快速崛起，重庆小面、陕西油泼面等地方小吃全国化订单同比增长均超 50%

## 🔄 预制菜外卖爆发增长

- 01 预制菜外卖订单量同比激增 150% 成为餐饮赛道最亮眼增长点，占餐饮外卖整体份额 8% 较 2025 年提升 4.5 个百分点
- 02 爆发源于 68% 的 25-35 岁用户“懒宅经济”需求与预制菜企业渠道下沉产品升级，品类覆盖快手菜、宴席菜、养生汤品等多场景，客单价集中在 30-60 元区间
- 03 预计 2027 年预制菜外卖市场规模将突破 500 亿元，成为餐饮外卖核心细分赛道之一

# 非餐即时零售：第二曲线强劲崛起

非餐即时零售占整体份额 **36.8%**，增速高达 **55%** 成为行业增长 " 第二曲线 "。医药健康订单同比增长 **120%**，78% 用户急需药品时优先选择外卖平台。

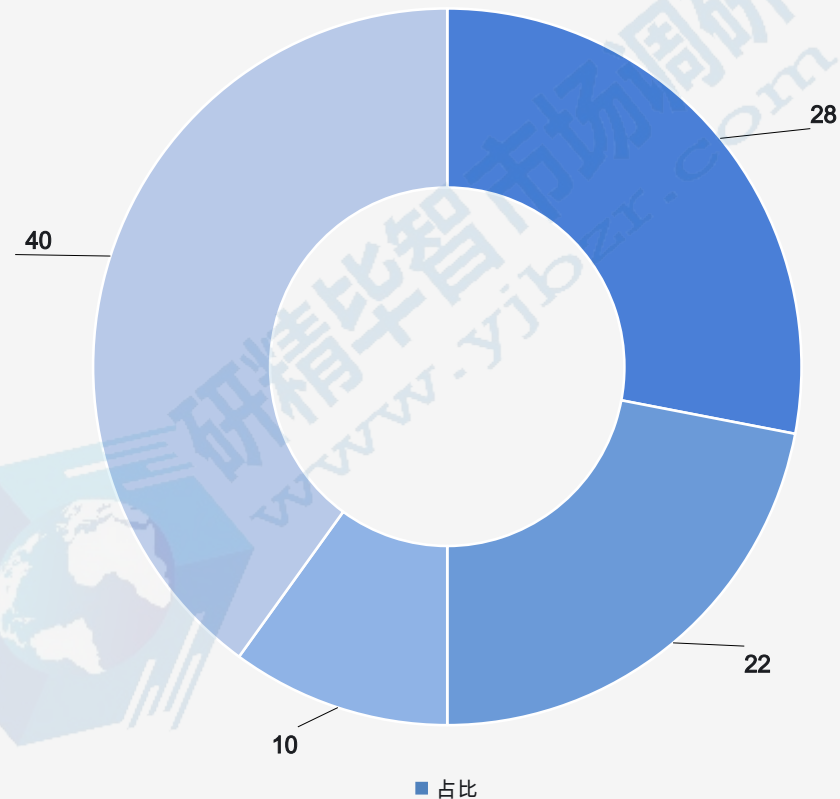
**整体份额**：非餐即时零售占整体外卖市场份额 36.8%，增速高达 55% 显著高于餐饮外卖增速，成为拉动行业增长的核心引擎

**医药健康**：订单同比增长 120%，78% 用户在急需药品时优先选择外卖平台，平均配送时效 15-30 分钟是核心优势

**生鲜果蔬**：占比 28% 为非餐最大品类，与医药健康共同构成非餐即时零售的两大支柱

**宠物用品**：增速达 85%，45% 养宠用户表示宠物用品耗尽时会通过外卖平台紧急采购

非餐即时零售品类结构分布



数据来源：北京研精毕智信息咨询

CHAPTER 04

# 竞争格局三足鼎立

美团、淘宝闪购、京东外卖差异化生态博弈

# 2026 年 Q1 市场格局：份额分布与合规投入

**核心洞察：**2026 年 Q1 外卖市场形成 "美团 51.3%、淘宝闪购 40.7%、京东外卖 8%" 的三足鼎立格局。竞争已从单一佣金战转向生态资源整合与合规能力比拼，三平台分别投入 10 亿、8 亿、5 亿元用于合规建设。

## 51.3%

### 美团外卖

龙头地位与合规投入

- ✓ 283 万骑手配送网络，一线城市 28 分钟、县域 42 分钟领先行业
- ✓ "合规商家流量扶持计划" 投入 **10 亿元**，3000 人核查团队，15%-20% 曝光倾斜
- ✓ 89% 亮标完成率，明厨亮灶 76% 覆盖，2026 年合规成本预计 12 亿元

## 40.7%

### 淘宝闪购

流量优势与下沉深耕

- ✓ 支付宝 + 淘宝双端日均 8 亿活跃用户，下沉市场订单占比 52%
- ✓ "资质核验绿色通道" 投入 **8 亿元**，免费门店实拍与资质代办
- ✓ 82% 亮标完成率，县域资质联网核验 65%，200 个县域合规站点

## 8.0%

### 京东外卖

低佣金与高品质配送

- ✓ 6%-8% 低佣金（较行业低 5-8 个百分点），份额较 2025 年增长 **3.2 个百分点**
- ✓ 合规推进速度第一，91% 亮标完成率，投入 **5 亿元**，明厨亮灶 50% 补贴
- ✓ 肯德基麦当劳等 200+ 连锁品牌合作，部分区域 "分钟级配送"，满意度 92%

## 分析师声明

负责本研究报告的分析师在本报告中所采用的数据均来自合规渠道，报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

## 公司声明

本报告的著作权归北京精毕智信息咨询有限公司（简称为“研精毕智”）所有。本报告是研精毕智研究与统计成果，所载的观点、结论

和建议仅代表行业基本状况，仅为市场及客户提供基本参考。  
本报告调研方法主要是桌面研究、行业访谈等，结合公司内部逻辑算法，通过定量和定性分析分析，客观阐述行业的现状，科学预测

行业未来的发展趋势。  
我们力求报告内容客观、公正，但受到调研方法及调查资料收集范围的局限，本报告所述的观点、数据并不一定完全准确。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式篡改、复制和发布。如引用、转载需注明出处，且不得

对本报告进行有悖原意的引用和修改。  
本研究报告仅供北京研精毕智信息咨询有限公司客户和经本公司授权机构的客户使用，未经授权私自刊载的机构以及其阅读和使用

应慎重使用报告，本公司不承担由此所产生的相关风险和责任。