

foodpanda－將電子商務推向新高度

德商快遞英雄集團(Delivery Hero Group)旗下的foodpanda，是台灣最大的美食外送平台。台灣擁有高密度的餐廳和大量的機車騎士，這為發展美食外送服務提供了理想的條件。foodpanda營運總監秦宇表示，此項成功可歸功於foodpanda的大眾市場驅動策略以及為增加品牌知名度所投入的行銷預算。儘管在美食外送市場中佔據了主導地位，秦總監透露foodpanda仍在尋求進一步的成長，同時面臨永續發展等挑戰。

德經處：您如何評估foodpanda在台灣的現況？

秦宇總監：台灣是foodpanda在亞太地區最大的市場，我們也創造了許多工作機會。我們提供包括食品和雜貨等各種外送服務，並與全台21個縣市，超過10萬家餐廳合作，其中包括許多大型連鎖品牌。我們的外送夥伴每年共行駛500萬公里，大大縮短了商家和消費者之間的距離。

德經處：foodpanda採用哪種商業模式營運？

秦宇總監：我們採用破壞式創新的營運模式，運用平台為商家、外送夥伴和消費者建立三方皆獲利的局面。我們注重平台上的內容，且透過流量提升店家的能見度，同時也為客戶提供除了美食外送以外的多元服務。而外送夥伴則可以藉由外送服務獲得額外的報酬。這三個環節相互作用，創造出一個互惠的良性循環。我們試圖打破店家和消費者之間的物理障礙，建立「快商務」商業模式，將成為下一代的電子商務。

德經處：foodpanda如何應對環境永續和ESG等議題？

秦宇總監：響應聯合國2050淨零碳排目標，foodpanda將ESG概念導入商業模式中，並成為第一個連結永續行動的外送品牌。我們的「5G行動」已吸引了台灣各地上千家的餐廳加入，且更與環保團體和品牌合作，為餐廳和外送夥伴提供環境永續措施。例如為了提高電動車普及率，我們已為外送夥伴打造電動車訂閱方案，並且將加速推動綠運輸的過程。

關於秦宇總監：

- 曾在管理顧問公司擔任策略顧問，並曾於網路直播公司擔任企業戰略總監
- 由於對電子商務感興趣，故轉職至foodpanda
- 曾隨著台灣在地交響樂團一同造訪德國



德經處：foodpanda和其商業模式面臨的最大挑戰是什麼？

秦宇總監：幸運的是，我們現在仍能維持與疫情其間相同水平的訂單量。所以下一步便是要達成穩定的成長，要實現目標的主要方法之一，便是讓獲利來源多元化。對此foodpanda希望多元化其內用服務，開發預訂功能等。簡而言之，我們目標進軍餐飲領域，優化消費者的整體用餐體驗，但需要付出大量的努力。

德經處：foodpanda如何應對資訊科技和網路安全？

秦宇總監：我們遵循歐盟的《一般資料保護規則》(GDPR)，與母公司快遞英雄共享相同的IT系統，並加入了一些特定功能。我們的技術團隊透過分析消費者的訂單記錄和偏好，我們不但會幫助商家根據消費者喜好來優化菜單，也利用數據來為外送夥伴安排最佳路線，提升整體外送效率。而在網路安全方面，為防止任何網路攻擊，我們始終努力採用遠超同業水準、最先進的技術。作為一家擁有德國背景的公司，保護客戶的數據安全始終是foodpanda的首要任務之一。

有興趣成為德經處企業聯盟的成員之一嗎？請前往本處官網 www.taiwan.ahk.de



foodpanda大眾市場驅動策略，擴大品牌知名度



foodpanda將ESG導入成為第一個連結永續行動的外送品牌



foodpanda首創「環境友善店家」計畫，吸引上千家餐廳加入



foodpanda與Ionex光陽電動車首創電動機車訂閱方案，加速推動綠運輸