

2017-2022年中国网上订餐行业市场供需预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国网上订餐行业市场供需预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/303343.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

随着互联网技术的快速发展，网络早已经成为现代人日常生活中不可或缺的部分，网上订餐由于其独有的便捷性和直观性，更能够轻而易举地被现代人认同和接受。互联网上诞生出这种便捷的订餐形式，也是电子商务应用的全新体现；从另一个侧面来看，网上订餐还起到了帮助推进电子商务的普及和应用进程的作用，网上订餐的形式，同时也在帮助加速电子商务应用的步伐。

2015年第4季度中国互联网餐饮外卖市场规模达到190.8亿元人民币，环比增长33.1%。2015年中国互联网餐饮外卖市场规模达到457.8亿元人民币。从2015年全年来看，餐饮外卖市场保持稳定增长态势，并且目前而言餐饮外卖的互联网渗透率仍然较低，随着送餐物流的不断完善、技术进步、城市扩展等因素驱动，预计互联网餐饮外卖市场在未来5年内仍将维持高速增长的态势。

2014Q1-2015Q4中国互联网餐饮外卖市场交易规模

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 网上订餐行业发展概述

第一节 网上订餐的定义及分类

一、网上订餐的定义

二、网上订餐的分类

三、网上订餐的特性

第二节 网上订餐产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 网上订餐行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球网上订餐市场发展分析

第一节 2015年全球网上订餐市场分析

- 一、2015年全球网上订餐市场回顾
- 二、2015年全球网上订餐市场环境
- 三、2015年全球网上订餐需求分析
- 四、2015年全球网上订餐市场规模

第二节 2016年全球网上订餐市场分析

- 一、2016年全球网上订餐需求分析
- 二、2016年全球网上订餐市场规模
- 三、2016年全球网上订餐品牌分析
- 四、2016年中外网上订餐市场对比

第三节 主要国家地区网上订餐市场分析

- 一、2015-2016年美国网上订餐市场分析
- 二、2015-2016年欧洲网上订餐市场分析
- 三、2015-2016年日本网上订餐市场分析
- 四、2015-2016年韩国网上订餐市场分析
- 五、2015-2016年其他国家网上订餐市场

第三章 我国网上订餐行业发展现状

第一节 我国网上订餐行业发展现状

- 一、网上订餐行业品牌发展现状
- 二、网上订餐行业消费市场现状
- 三、网上订餐市场消费层次分析

全国以及各大重点城市外卖订单价格在30元以内的均超过五成以上占比，其中，杭州市民30元以内订单占比最高，达72.27%，吃得最经济实惠。此外，深圳市民在51元以上占比最高，达25.83%，吃得最贵；武汉市民20元以内订单占比达45.02%，吃得相对最便宜。

全国及重点城市餐饮外卖订单客单价分布占比

四、我国网上订餐市场走向分析

第二节 2013-2016年网上订餐业发展情况分析

- 一、2013年网上订餐行业发展情况分析
- 二、2014年网上订餐行业发展情况分析
- 三、2015年网上订餐行业发展特点分析
- 四、2016年网上订餐行业发展情况

第四章 我国网上订餐市场发展研究

第一节 2013-2016年我国网上订餐市场发展研究

- 一、2013年我国网上订餐市场研究
- 二、2014年我国网上订餐市场研究
- 三、2015年我国网上订餐市场研究
- 四、2016年我国网上订餐市场研究

第二节 2016年我国网上订餐市场情况

- 一、2016年我国网上订餐市场需求情况
- 二、2016年我国网上订餐市场价格情况
- 三、2016年重点城市网上订餐市场分析
- 四、2016年我国网上订餐市场发展情况

第三节 2016年我国网上订餐业市场发展特点分析

- 一、2016年我国网上订餐市场格局特点
- 二、2016年我国网上订餐产品创新特点
- 三、2016年我国网上订餐市场服务特点
- 四、2016年我国网上订餐市场品牌特点

第五章 网上订餐关联产业分析

第一节 旅游业发展分析

- 一、欧债危机对旅游市场的影响分析
- 二、我国旅游资源开发分析
- 三、我国旅游规划现状特征分析
- 四、我国旅游市场需求预测分析
- 五、我国旅游市场网络营销创新与管理分析
- 六、2016年中国游客数量预测
- 七、中国有望成为世界第一入境游目的国
- 八、中国旅游收入将逾3000亿美元

第二节 餐饮业发展分析

- 一、欧债危机冲击下我国餐饮业发展分析

2015年全国餐饮收入达到32310亿元，同比增长11.7%；其中线上餐饮收入8667亿元，占全国餐饮收入26.8%，同比增长7%。而截止12月份，我国共有餐厅5074852家。

2015年中国餐饮收入统计

- 二、餐饮业连续18年保持两位数增长

三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示

四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速

五、餐饮业集体“用功”吸引资本

六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析

七、未来餐饮业发展前景分析

第三节 会展业发展分析

一、会展与酒店业互动发展模式

二、2016年会展经济迎来新的发展机遇

自2008年以来，无论是中国会展总产值还是中国会展相关业总产值都保持稳定的增长，相关系数（相关产业总值/总市值）均保持在1:9左右。其中2014年的会展业总产值达到了3.5亿元，会展相关业总产值达到了0.38亿元。

2008-2014年中国会展业总产值及相关产业总产值

随着外贸增长鼓励政策的不断实施，出国办展的规模及未来的需求也逐步增加，得益于各级政府的直接推动和市场需求的稳定表现以及各组展单位的积极努力，2012年出国展览各项主要指标包括展出面积和参展企业数的同比增速已基本回复到2008年金融危机前的水平。2013年度受欧美国家经济发展趋缓、发达国家不断采取量化宽松货币政策以及贸易和投资保护主义加剧等因素影响，出国展览同比略有下降。2015年受世界经济增长放缓、国际市场需求萎缩等多重因素影响，整体规模有所下滑。

2011-2015年中国出国展览项目数量变化趋势图

2011-2015年中国出国展览面积变化趋势图

2011-2015年中国出国展览参展公司数量变化趋势图

三、会展业对唐山文化名城建设的促进作用

四、提升成都会展业竞争力路径分析

五、会展业在经济发展中的地位作用

六、我国实现会展与酒店互动发展的对策

七、未来中国会展业发展趋势预测

第六章 网上订餐区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场需求情况分析

三、2015-2016年市场规模情况分析

四、2015-2016年行业竞争格局分析

五、2015-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第七章 中国网上订餐行业消费市场分析

第一节 中国网上订餐消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2015-2016年消费者收入水平

三、2016年消费者信心指数分析

第二节 网上订餐行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 网上订餐市场消费需求分析

一、网上订餐市场的消费需求变化

二、网上订餐行业的需求情况分析

三、2016年网上订餐品牌市场消费需求分析

第四节 网上订餐消费市场状况分析

一、网上订餐行业消费特点

二、网上订餐消费者分析

三、网上订餐消费结构分析

四、网上订餐消费的市场变化

五、网上订餐市场的消费方向

第二部分 行业竞争格局

第八章 网上订餐行业竞争分析

第一节 旅游网上订餐业竞争力分析

- 一、潜在竞争对手的威胁
- 二、替代竞争对手的威胁
- 三、来自买方(顾客)的压力
- 四、来自供应厂商的压力
- 五、现有网上订餐之间的争夺

第二节 2016年网上订餐竞争分析

- 一、2016年网上订餐市场竞争情况分析
- 二、2016年网上订餐市场竞争形势分析

第三节 2015-2016年中国网上订餐行业竞争分析及预测

- 一、2015-2016年集中度分析及预测
- 二、2015-2016年SWOT分析及预测
- 三、2015-2016年进入退出状况分析及预测
- 四、2015-2016年生命周期分析及预测

第九章 网上订餐企业竞争策略分析

第一节 网上订餐市场竞争策略分析

- 一、2016年网上订餐市场增长潜力分析
- 二、2016年网上订餐主要潜力项目分析
- 三、现有网上订餐竞争策略分析
- 四、网上订餐潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 网上订餐企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对网上订餐行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后网上订餐行业竞争格局的变化
- 三、2017-2022年我国网上订餐市场竞争趋势
- 四、2017-2022年网上订餐行业竞争格局展望
- 五、2017-2022年网上订餐行业竞争策略分析
- 六、2017-2022年网上订餐企业竞争策略分析

第十章 网上订餐重点企业竞争分析

第一节 飞饭网

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第二节 肯德基

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第三节 必胜客

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第四节 真功夫

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第五节 德克士

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第六节 速递网

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第七节 丽华快餐网

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第八节 129T网上订餐网

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第九节 51跑堂网

- 一、饭店简介
- 二、竞争优势
- 三、2015-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 网上订餐行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年网上订餐市场趋势分析

- 一、2015-2016年网上订餐市场趋势总结
- 二、2017-2022年网上订餐发展趋势分析
- 三、2017-2022年网上订餐市场发展空间
- 四、2017-2022年网上订餐产业政策趋向
- 五、2017-2022年网上订餐价格走势分析

第二节 2017-2022年网上订餐市场预测

- 一、2017-2022年网上订餐市场结构预测
- 二、2017-2022年网上订餐市场需求前景
- 三、2017-2022年网上订餐市场价格预测
- 四、2017-2022年网上订餐行业集中度预测

第四部分 投资价值评估

第十二章 网上订餐行业投资现状分析

第一节 2015年网上订餐行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资及结构
- 二、2015年投资规模情况
- 三、2015年投资增速情况
- 四、2015年分行业投资分析
- 五、2015年分地区投资分析
- 六、2015年外商投资情况

第二节 2016年网上订餐行业投资情况分析

- 一、2016年总体投资及结构
- 二、2016年投资规模情况
- 三、2016年投资增速情况
- 四、2016年分行业投资分析
- 五、2016年分地区投资分析

六、2016年外商投资情况

第十三章 网上订餐行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2016年我国宏观经济运行情况
- 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2016年网上订餐行业政策环境
- 二、2016年国内宏观政策对其影响
- 三、2016年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2016年社会环境发展分析
- 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析

第十四章 网上订餐行业投资机会与风险

第一节 网上订餐行业投资效益分析

- 一、2015-2016年网上订餐行业投资状况分析
- 二、2017-2022年网上订餐行业投资效益分析
- 三、2017-2022年网上订餐行业投资趋势预测
- 四、2017-2022年网上订餐行业的投资方向
- 五、2017-2022年网上订餐行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响网上订餐行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响网上订餐行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响网上订餐行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响网上订餐行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国网上订餐行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国网上订餐行业发展面临的机遇分析

第三节 网上订餐行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年网上订餐行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年网上订餐行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年网上订餐行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年网上订餐同业竞争风险及控制策略

五、2017-2022年网上订餐行业其他风险及控制策略

第十五章 网上订餐行业投资战略研究

第一节 网上订餐行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对网上订餐品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、网上订餐实施品牌战略的意义

三、网上订餐企业品牌的现状分析

四、网上订餐企业的品牌战略

五、网上订餐品牌战略管理的策略

第三节 网上订餐行业投资战略研究

一、2016年饭店行业投资战略

二、2016年网上订餐行业投资战略

三、2017-2022年网上订餐行业投资战略

四、2017-2022年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表：2014-2016年10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图

图表：2012-2016年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表

图表：2003-2016年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值

图表：2016年31省市4A景点数

图表：2016年31省市单位面积机场数

图表：1993-2016中国出境旅游入次数

图表：1995-2016年中国入境旅游入次数及分布

图表：1980-2016年我国旅游市场需求研究文献统计图

图表：2004-2016年中国星级酒店市场规模

图表：2016年中国五大地区酒店数量分布

图表：2016年中国酒店级别市场结构

图表：2016年中国经济型酒店各类住客比例图

图表：2000-2016年中国经济型连锁酒店数量增长情况

图表：2000-2016年中国经济型连锁酒店客房数增长情况

图表：2016年七大经济型酒店开业酒店数及客房数比较

图表：2016年七大经济型酒店平均房价比较

图表：1997-2016年锦江之星历年开店数

图表：2005年-2016年星级酒店供应结构图

图表：2003-2016年北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表：2016年三星级（含）以上酒店价格情况表

图表：2016年万豪国际酒店集团经营业绩

图表：中国入境旅游市场分布

图表：中国入境旅游欧洲市场结构变化

图表：边际社会收益

图表：福利最大的游客规模或俱乐部成员规模

图表：旅游产品开发过程

图表：旅游资源适度开发指标示意图

图表：旅游资源开发的利益关系

图表：文献按照研究方法分类统计

图表：主要研究方法载文量的分时段统计（1984-2016）

图表：广义的酒店业集群业概念

图表：狭义的酒店业集群概念

图表：中国经济型酒店各类设施和服务比例情况

图表：消费者对经济型酒店的满意度

图表：经济型酒店消费者最满意及最关注的因素

图表：消费者了解酒店信息的途径

图表：酒店服务于商务客人的项目表

图表：消费行为因素分析图

图表：至2016年全国星级网上订餐数量

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303343.html>