

2017-2022年中国餐饮外卖行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国餐饮外卖行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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/298316.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

2015 年中国互联网餐饮外卖市场规模达到457
亿元人民币，同比增长201.1%。餐饮外卖核心载体就是即时配送，外卖也在即
时配送中占据较大比重，餐饮外卖市场 的不断快速发展要求即时配送物流的发展
同步递进，餐饮外卖市场的快速发展 促进着即时配送物流的发展成熟。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，这同时也为即时配送物流的发展
提供流量、配送订单等强有力的保障

2016-2018年中国互联网餐饮外卖市场交易规模及预测

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 餐饮外卖行业发展概况

第一章 餐饮外卖行业概述

第一节 行业定义

第二节 行业分类

第三节 餐饮外卖市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、主要竞争因素

第四节 行业发展周期特征分析

第五节 行业在国民经济中的地位

第二章 餐饮外卖行业环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

2016年上半年，全国固定资产投资（不含农户）258360亿元，同比名义增长9.0%（扣除价格因素实际增长11.0%），增速比一季度回落1.7个百分点。其中，国有控股投资91089亿元，增长23.5%；民间投资158797亿元，增长2.8%，占全部投资的比重为61.5%。分产业

看，第一产业投资7460亿元，同比增长21.1%；第二产业投资101702亿元，增长4.4%；第三产业投资149198亿元，增长11.7%，其中，基础设施投资（不含电力、热力、燃气及水生产和供应业）49085亿元，增长20.9%。从到位资金情况看，上半年到位资金282443亿元，同比增长8.0%。其中，国家预算资金增长21.8%，国内贷款增长12.4%，自筹资金增长1.4%，利用外资下降7.2%。上半年，新开工项目计划总投资240202亿元，同比增长25.1%。从环比看，6月份固定资产投资（不含农户）增长0.45%。

2011-2016年中国固定资产投资及增长速度

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2017-2022年中国宏观经济发展预测

第二节 中国餐饮外卖行业政策环境分析

一、行业政策环境分析

二、主要相关政策动向

三、相关产业政策影响分析

第三节 中国餐饮外卖行业社会环境分析

一、餐饮配送服务产业社会环境

二、社会发展对行业的影响分析

第四节 中国餐饮外卖行业技术环境分析

一、餐饮外卖行业技术发展现状

二、餐饮外卖行业技术发展方向

三、技术发展对行业的影响分析

第五节 中国餐饮外卖行业发展环境分析

一、餐饮外卖行业社会环境

二、餐饮外卖行业社会基础

第二部分 餐饮外卖行业运行现状

第三章 中国餐饮外卖市场分析

第一节 餐饮外卖市场现状分析及预测

一、2016年中国餐饮外卖市场规模分析

二、2017-2022年中国餐饮外卖市场规模预测

第二节 餐饮外卖产品发展规模分析及预测

一、2016年中国餐饮外卖发展规模分析

二、2017-2022年中国餐饮外卖发展规模预测

第三节 餐饮外卖产品产量分析及预测

一、2016年中国餐饮外卖供给规模分析

二、2017-2022年中国餐饮外卖轨迹规模预测

第四节 餐饮外卖市场需求分析及预测

一、2016年中国餐饮外卖市场需求规模分析

二、2017-2022年中国餐饮外卖市场需求规模预测

第四章 餐饮外卖细分行业分析

第一节 2016年我国餐饮外卖O2O行业发展分析

第二节 2016年我国餐饮外卖O2O行业发展规模

第三节 2016年国内外典型餐饮外卖O2O企业分析

一、美国上市企业—GrubHub

二、“野蛮”生长的平台—美团外卖

三、轻重结合的先行者—饿了么

四、中高端外卖平台—到家美食会

五、多元化外送平台—生活半径

六、专注外卖服务的小而美餐户

第四节 现阶段中国第三方餐饮外卖平台SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第五节 现阶段中国主要餐饮外卖平台模式对比

第六节 2017-2022年我国餐饮外卖O2O行业发展趋势

一、外卖O2O的垂直化、多元化发展

二、外卖O2O服务助推餐饮企业信息化建设

三、轻平台与重平台将呈现竞合关系

四、独立品牌+标准化餐品——正餐企业的外卖方向

五、餐饮外卖的社会化库存即将释放

第五章 餐饮外卖产业渠道分析

第一节 2016年国内餐饮外卖产品的需求地域分布结构

第二节 2016年中国餐饮外卖产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第三节 2016年国内餐饮外卖行业用户分析

第四节 渠道格局

第五节 渠道形式

第六节 渠道要素对比

第七节 2016年我国外卖O2O外卖平台分析

第三部分 餐饮外卖行业竞争格局

第六章 企业分析

第一节 上海拉扎斯信息科技有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第二节 北京三快科技有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第三节 浙江淘宝网络有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第四节 北京到家时代餐饮管理有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第五节 上海爱餐商务咨询有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第六节 易淘星空网络科技(北京)有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第七节 南京零号线电子商务有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第八节 北京百度网讯科技有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第七章 餐饮外卖行业相关产业分析

第一节 餐饮外卖行业产业链概述

第二节 餐饮外卖上游行业发展状况分析

一、上游行业发展现状分析

二、上游行业发展趋势分析

第三节 餐饮外卖下游行业发展情况分析

一、下游行业发展现状分析

二、下游行业发展趋势分析

第四节 餐饮外卖行业发展形式分析

第五节 未来几年内中国餐饮外卖行业竞争格局发展趋势分析

第四部分 餐饮外卖行业前景展望

第八章 2017-2022年餐饮外卖行业前景展望与趋势预测

第一节 餐饮外卖行业投资价值分析

- 一、2017-2022年国内餐饮外卖行业盈利能力分析
- 二、2017-2022年国内餐饮外卖行业偿债能力分析
- 三、2017-2022年国内餐饮外卖行业成长能力预测
- 四、2017-2022年国内餐饮外卖行业运营效率分析

第二节 中国餐饮配送服务行业存在的问题及对策

- 一、中国餐饮配送服务行业存在的问题
- 二、餐饮配送服务行业发展的建议对策

第三节 2017-2022年国内餐饮外卖行业投资机会分析

- 一、国内强劲的经济增长对餐饮外卖行业的支撑因素分析
- 二、下游行业的需求对餐饮外卖行业的推动因素分析
- 三、餐饮外卖相关产业的发展对餐饮外卖行业的带动因素分析

第四节 2017-2022年国内餐饮外卖行业未来市场前景预测

- 一、行业竞争趋势分析
- 二、市场结构预测分析
- 三、市场供需情况预测

第九章 2017-2022年餐饮外卖行业投资战略研究

第一节 2017-2022年中国餐饮外卖行业发展的关键要素

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第二节 餐饮外卖行业转型升级策略分析

- 一、产品升级转型
- 二、服务创新升级转型
- 三、管理转型升级

第三节 2017-2022年中国餐饮外卖投资机会分析

- 一、餐饮外卖行业投资前景
- 二、餐饮外卖行业投资热点
- 三、餐饮外卖行业投资区域
- 四、餐饮外卖行业投资吸引力分析

第四节 2017-2022年中国餐饮外卖投资风险分析

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第五节 对餐饮外卖项目的投资建议

一、目标群体建议（应用领域）

二、产品分类与定位建议

三、价格定位建议

四、技术应用建议

五、投资区域建议

六、销售渠道建议

七、资本并购重组运作模式建议

八、企业经营管理建议

九、重点客户建设建议

图表目录：

图表：行业生命周期的判断

图表：2000-2016年我国GDP总量及增长情况

图表：2012-2016年社会固定资产投资

图表：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2016年城镇新增就业人数

图表：2012-2016年我国城乡恩格尔系数情况

图表：2016年以来餐饮外卖行业相关政策汇总

图表：2013年人口数及其构成

图表：2012-2016年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2016年我国整体网民及移动网民规模

图表：2010-2016年我国本地生活服务O2O市场规模及渗透率

图表：2010-2016年我国餐饮O2O市场规模及渗透率

图表：2016年中国网民使用过的就餐方式

图表：2014-2016年中国部分餐饮O2O企业融资事件

图表：2010-2016年我国餐饮收入及同比增长率情况

图表：2010-2016年我国餐饮外卖市场规模及占餐饮行业比重情况

图表：2017-2022年我国餐饮外卖市场规模及占餐饮行业比重预测

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业发展规模情况

图表：2017-2022年我国餐饮外卖行业发展规模预测

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业供给规模情况

图表：2017-2022年我国餐饮外卖行业供给规模预测

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业需求规模情况

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业需求规模预测

图表：餐饮外卖行业产业链图

图表：餐饮企业或个人自营外卖O2O

图表：餐饮外卖流程图

图表：主要线下餐饮商户的外卖O2O模式

图表：2016年中国主要第三方外卖平台移动端美食类应用日均覆盖率

图表：2011-2016年GrubHub营收规模及增速

图表：2011-2016年GrubHub净利润及利润率情况

图表：“饿了么”快速发展原因

图表：生活半径运营情况

图表：现阶段中国主要餐饮外卖平台模式对比

图表：轻模式与重模式外卖平台

图表：食堂品牌与外卖品牌关系

图表：餐饮社会化库存

图表：2016年国内餐饮外卖产品的需求地域分布结构

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业华东地区市场规模情况

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业中南地区市场规模情况

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业华北地区市场规模情况

图表：2010-2016年我国餐饮外卖行业西部地区市场规模情况

图表：2016年中国男女网民在就餐方式上的对比

图表：2016年中国各年龄段网民在就餐方式上的对比

图表：2016年中国不同居住情况的网民在就餐方式上的对比

图表：2016年中国不同就业情况&收入水平网民在就餐方式上的对比

图表：餐饮外卖渠道格局

图表：2016年中国网民叫外卖的渠道选择

图表：2016年中国网民主要外卖叫餐场景的渠道选择及其留存率

图表：2016年我国网名外卖叫餐时段分布情况

图表：2016年我国网民主要时段叫餐的主要使用渠道

图表：2016年网络&电话外卖渠道在主要外卖时段急需改进的方面

图表：2016年中国网民人均外卖消费金额分布情况

图表：2016年中国网民平均每月外卖消费频次分布情况

图表：2016年中国外卖服务需要改进的方面以及主要人群主要诉求

图表：2016年中国网民主要使用网络外卖的原因

图表：2016年中国网民主要使用网络外卖的原因

图表：2016年我国订餐渠道外卖服务网站类别

图表：2016年我国订餐主要人群订餐渠道

图表：2016年我国餐户预订分布

图表：轻模式不重模式对比

图表：选择餐户的原因

图表：选择餐户数量分布

图表：2016年轻模式不重模式外卖平台用户满意度情况

图表：餐饮外卖行业产业链结构

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/298316.html>