

2018-2024年中国在线订餐行业市场评估分析及投资发展盈利预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国在线订餐行业市场评估分析及投资发展盈利预测报告》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/369493.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

截至2017年12月，我国网络购物用户规模达4.67亿，较2015年底增长12.9%。其中，手机网购用户规模达4.41亿。网上外卖市场形成饿了么、美团外卖、百度外卖三足鼎立格局，但市场和企业仍面临盈利的巨大挑战。截至2017年12月，我国网上外卖用户规模达到2.09亿，年增长率为83.7%，占网民比例达到28.5%。其中，手机网上外卖用户规模已达到1.94亿，使用比例由16.8%提升至27.9%。尽管网上外卖仍处于相对初级的发展阶段，但随着外卖平台商户资源趋同，平台开始意识到精细化运营的重要性，通过探索自营配送体系、使用快递众包、利用算法推荐附近接单等模式提高物流时效和用户体验。在营收增长和激烈竞争压力下，企业在商家资质及产品质量审核上投入有限，存在黑外卖在多家外卖平台上线并通过竞价排名获得平台推荐的情况，未来行业规范化水平仍有待提升。

在线订餐网站现阶段还属于野蛮增长的时期，相应也出现很多问题，其中食品安全问题尤为突出。在现阶段，虽然提供中高端餐饮占比较少，但其与中高端餐饮进行合作，可以在食品安全上有较为严格的保障，所以其来发展将成为在线餐饮的主流发展方向。另外，英、美逐步趋于稳定、成熟的订餐市场格局，而国内市场则处于给商户补贴、拼市场费用的初级培育期，需要经历向产品、技术、效率主导阶段的转变。而只有甩开纯粹低价、烧钱的市场手段之后，才谈得上真正给用户提供附加值。

外卖行业处于市场培育前期，拥有市场潜力和发展空间。随着城市人群互联网应用水平的不断提升，个体消费能力的显著增强，个性化配送服务消费习惯的逐步养成，以及中国城镇化进程的加快，网上外卖服务需求将急速扩张；而由餐饮服务切入构建起来的物流配送体系可以围绕“短距离”服务拓展至多种与生活紧密相关的外送业务，具有更广阔的发展前景。

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 行业发展环境

第一章 在线订餐行业概述

第一节 在线订餐行业简介

一、在线订餐行业的界定

二、在线订餐行业的分类

三、在线订餐行业范围界定

第二节 在线订餐行业特征

第三节 中国在线订餐行业进入壁垒/退出机制分析

一、中国在线订餐行业进入壁垒分析

二、中国在线订餐行业退出机制分析

第二章 2018年在线订餐行业发展环境分析

第一节 2018年中国经济环境分析

一、全球经济形势

二、国内经济运行

第二节 2018年中国在线订餐行业发展政策环境分析

一、在线订餐行业政策

二、在线订餐行业规划

第三节 2018年中国在线订餐行业发展社会环境分析

一、人口环境

二、教育环境

三、生态环境

四、城镇化率

五、消费环境

第四节 2018年中国在线订餐行业发展技术环境分析

第二部分 行业运行分析

第三章 中国在线订餐行业发展现状

第一节 中国在线订餐行业市场分析

一、中国在线订餐行业市场发展特点

二、中国在线订餐行业市场规模

三、中国在线订餐行业市场需求

第二节 2018年中国在线订餐行业竞争分析

一、中国在线订餐行业竞争格局

二、中国在线订餐行业市场竞争聚焦

第三节 2018-2024年中国在线订餐行业发展建议

一、中国在线订餐行业发展存在的问题

二、中国在线订餐行业发展建议

第四章 中国在线订餐市场发展分析

第一节 2018年中国在线订餐行业市场结构分析

一、2018年中国在线订餐行业市场主体结构

二、2018年中国在线订餐行业市场品牌结构

第二节 2018年中国在线订餐市场重点产品分析

一、中国在线订餐市场重点产品供应

二、中国在线订餐市场重点产品消费

第三节 2018年中国在线订餐行业发展影响因素

一、市场环境

二、供需

三、价格

四、竞争

五、其他

第四节 2018年中国在线订餐品牌动态

第三部分 行业深度分析

第五章 中国在线订餐行业消费市场分析

第一节 在线订餐行业的消费者调查

一、在线订餐行业的消费者结构分布

二、在线订餐行业的消费者区域分布

第二节 在线订餐市场消费体验调查

一、在线订餐市场的消费体验满意度

二、在线订餐市场的消费体验渠道

三、在线订餐市场的消费体验产品偏好

四、在线订餐市场的消费体验原因研究

四、在线订餐市场的消费体验的结果调查

第三节 在线订餐市场消费心理调查

一、在线订餐市场的消费心理

二、在线订餐市场的消费心理预期

第四节 在线订餐行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、在线订餐行业品牌忠诚度调查

六、在线订餐行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 在线订餐行业市场营销策略研究

第一节 在线订餐行业市场营销研究

一、在线订餐的市场定位

二、在线订餐的产品策略

三、在线订餐的价格策略

四、在线订餐的渠道策略

五、在线订餐的促销策略

第二节 在线订餐行业广告与促销方式

第三节 在线订餐行业渠道分析

一、在线订餐行业现有渠道分析

二、在线订餐行业渠道创新

第四节 在线订餐行业价格分析

一、在线订餐行业重点产品价格分布

二、在线订餐行业重点企业价格策略

第五节 在线订餐行业产品分析

一、产品结构

二、在线订餐行业产品特色

三、在线订餐行业产品优势

第七章 在线订餐行业上下游产业链发展环境分析

第一节 在线订餐行业上下游产业链

第二节 在线订餐行业上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势预测

三、上游行业对在线订餐行业的影响

第三节 在线订餐行业下游行业分析

一、下游行业发展现状

二、下游行业发展趋势预测

三、下游行业对在线订餐行业的影响

第四部分 行业及竞争格局

第八章 中国在线订餐竞争格局分析

第一节 2018年中国在线订餐竞争格局分析

一、2018年中国在线订餐企业竞争格局

二、2018年中国在线订餐竞争市场集中度

三、2018年中国在线订餐品牌集中度

第二节 在线订餐行业的波特五力模型分析

- 一、在线订餐行业现有竞争者分析
- 二、在线订餐行业上游议价能力分析
- 三、在线订餐行业下游议价能力分析
- 四、在线订餐行业替代者威胁分析
- 五、在线订餐行业潜在进入者威胁分析
- 第三节 在线订餐行业国际竞争力分析
- 一、在线订餐行业国内外竞争
- 二、在线订餐行业国际竞争力分析
- 第四节 在线订餐行业竞争策略分析
- 一、2018-2024年我国在线订餐市场竞争趋势
- 二、2018-2024年在线订餐行业竞争格局展望
- 三、2018-2024年在线订餐行业竞争策略分析

第九章 中国在线订餐行业重点企业分析

第一节 美餐网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第二节 饿了么

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第三节 百度外卖

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第四节 支付宝——口碑

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第五节 外卖网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第六节 餐急送

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第七节 麦当劳

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第八节 永和大王

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第九节 俏江南

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第十节 棒约翰

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争力及发展战略

第十一节 肯德基

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第十二节 必胜客

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第五部分 行业发展预测

第十章 2018-2024年中国在线订餐行业投资前景预测

第一节 在线订餐行业投资风险与壁垒

- 一、在线订餐行业投资风险
 - 1、政策风险
 - 2、市场竞争风险
 - 3、技术研发风险
 - 4、人力资源风险
 - 5、其他投资风险

二、在线订餐行业进入壁垒

三、在线订餐行业商业模式

第二节 在线订餐行业发展策略

一、在线订餐行业发展机遇

二、在线订餐行业发展面临的挑战

三、在线订餐行业发展策略

第三节 中国在线订餐行业投资建议

一、在线订餐行业热点投资区域

二、在线订餐行业热点投资方向

三、在线订餐行业资本运作建议

第十一章 2018-2024年中国在线订餐行业发展趋势及展望

第一节 2018-2024年中国在线订餐行业发展趋势

一、2018-2024年中国在线订餐行业发展趋势及预测

二、2018-2024年中国在线订餐行业细分市场趋势预测

三、2018-2024年中国在线订餐行业发展方向

第二节 2018-2024年中国在线订餐市场发展前景

一、2018-2024年中国在线订餐市场发展潜力

二、2018-2024年中国在线订餐市场发展展望

三、2018-2024年中国在线订餐细分市场发展潜力

第三节 2018-2024年中国在线订餐行业运营预测

一、2018-2024年中国在线订餐行业规模预测

二、2018-2024年中国在线订餐行业供需预测

三、2018-2024年中国在线订餐行业产值预测

第十二章 中国在线订餐行业发展总结

第一节 中国在线订餐行业研究结论

第二节 中国在线订餐行业发展的建议

图表目录：

图表：2018年GDP及增长变化图

图表：2018年工业形势

图表：2018年国内固定资产投资及增长变化图

图表：2018年居民消费价格指数（CPI）

图表：在线订餐行业生命周期

图表：在线订餐行业产业链结构

图表：2016-2018年中国在线订餐行业市场规模

图表：2016-2018年在线订餐行业产能分析

图表：2016-2018年在线订餐行业产量分析

图表：2016-2018年在线订餐行业需求分析

图表：2016-2018年在线订餐行业进口数据

图表：2016-2018年在线订餐行业出口数据

图表：2016-2018年在线订餐行业竞争力分析

图表：2016-2018年在线订餐市场价格走势

图表：2016-2018年在线订餐行业主营业务收入

图表：2018-2024年在线订餐市场容量预测

图表：2018-2024年在线订餐行业产量预测

图表：2018-2024年在线订餐行业供给预测

图表：2018-2024年在线订餐行业需求预测

图表：2018-2024年在线订餐行业供需格局预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/369493.html>