

2021年中国在线外卖行业分析报告- 产业深度研究与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国在线外卖行业分析报告-产业深度研究与发展潜力评估》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/544014544014.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

受益于线上支付技术的日益成熟以及国家鼓励就业政策，我国在线外卖行业应运而生，其产业链主要由在线外卖平台、消费者与外卖餐户三者组成。

在线外卖产业链 资料来源：观研天下整理

与传统外卖对比，在线外卖具有信息实时化、数据集成化等优势，随着消费升级与人民生活水平的日益提高，下游需求愈来愈旺盛，产业保持快速增长。

在线外卖与传统外卖对比 资料来源：观研天下整理

数据显示，截至2020年我国在线外卖用户规模逼近5亿人，已达4.56亿人，同比增长7.8%；行业市场规模已达6646.2亿元，同比增长15%。

2016-2020年我国在线外卖用户规模数据来源：观研天下整理

2016-2020年我国在线外卖行业市场规模 数据来源：观研天下整理

随着产业蓬勃发展，我国在线外卖进入企业也不断增多，目前我国在线外卖市场相关平台数量众多，主要代表平台有美团外卖、饿了么、饿了么星选、口碑、麦当劳Pro、肯德基、必胜客、海底捞、星巴克等。

2020我国在线外卖平台TOP10

平台

概况

美团外卖

美团外卖是美团网旗下的网上订餐平台，于2013年11月正式上线，总部位于北京，已覆盖北京、上海、广州、天津、西安、沈阳、厦门、宁波、武汉、昆明等城市。

饿了么

是中国较大的餐饮O2O平台，隶属于上海拉扎斯信息科技有限公司，

饿了么星选

饿了么旗下高端外卖及生活服务平台，由百度外卖更名而来，用大数据和严苛的标准甄选品质餐厅的餐饮外卖平台。

口碑

口碑是阿里巴巴集团与蚂蚁金服集团整合双方资源，联手打造的一家互联网本地生活服务平台，于2015年6月23日正式成立。公司以“生态模式”向线下扩张，平台开放支付、会员、营销、信用、社交关系链等九大接口，引入更多的系统商、服务商共同为线下商家提供价值。覆盖餐饮、超市、便利店、外卖、商圈、机场、美容美发、电影院等八大线下场景，遍及全国200多个城市和澳大利亚、亚洲及港澳台等12个国家与地区。

麦当劳Pro

麦当劳推出的外送服务品牌，提供汉堡及小食/甜点/饮品等配餐服务的网上订餐平台。麦当劳Pro是麦当劳的外送服务，让顾客在麦当劳餐厅外也能享受到高品质的麦当劳食品。除了

订餐热线之外，麦当劳Pro还推出了网上和手机订餐服务。

到家美食会

成立于2010年，2017年被百胜中国控股有限公司并购，通过自建物流提供一站式订餐送餐服务。到家美食会隶属于北京到家时代餐饮管理有限公司，成立于2010年4月，是品质外卖平台的品牌，通过自建物流提供一站式订餐送餐服务。

肯德基

隶属百胜中国，肯德基旗下外送服务品牌，提供KFC自营美食的网上订餐平台。肯德基宅急送是肯德基的外送服务，让顾客在肯德基餐厅外也能享受到高品质的肯德基食品。除了订餐热线之外，肯德基还推出了网上和手机订餐服务。

必胜客

必胜客的姊妹品牌，定位“大众化的西式美食外送餐饮”的专业美食外送专家，其披萨极为有名。必胜宅急送是专业美食外送专家，是必胜客的姊妹品牌。自2001年6月在上海古北开设以来，必胜宅急送已经全国40个城市设立284家美食外送店。

海底捞

海底捞推出的火锅类外送品牌，大型连锁餐饮企业，以经营川味火锅为主融汇各地火锅特色为一体。海底捞品牌创建于1994年，历经二十多年的发展，海底捞国际控股有限公司已经成长为国际的餐饮企业。

星巴克

星巴克官方线上订餐服务平台，由饿了么为星巴克提供定制专属配送，大型连锁特种咖啡零售商。资料来源：观研天下整理

虽然行业市场竞争激烈，但整体呈双寡头垄断态势。数据显示，目前我国在线外卖市场竞争格局中，美团外卖与饿了么占据九成以上市场，其中美团外卖占比高达64.6%，饿了么占比为33.9%。

我国在线外卖市场竞争格局 数据来源：观研天下整理

而通过对比饿了么和美团外卖的业务发展模式来看，二者在外卖服务场景、重点布局方向趋同，美团外卖因覆盖城市广、网络关注度高而占据较大市场份额。

饿了么、美团外卖两大平台在线外卖业务发展模式对比

对比

饿了么

美团外卖

背靠集团生态对抗

饿了么从起步发展到现在，在与阿里、蚂蚁金服达成战略合作开始，就已经成为阿里生态的一部分。

美团外卖从成立开始就得到美团点评品牌长期积累的餐饮资源作为支持。

服务场景趋同

综合外卖平台服务品类以及使用场景基本没有差异性，你方上线新品类，我方立马登场，难以见到服务场景差异性。

重点布局方向趋同：无人配送

2017年10月，饿了么开始推出智能送餐机器人“万小饿”，并试点智能送餐。

明确表示将在人工智能、无人配送等前沿科技研发上加大投入。

竞争优势

在用户份额、用户满意度、用户留存率方面稍领先。

在用户活化率、用户入口、网络关注度及覆盖城市方面略胜一筹。资料来源：观研天下整理（shz）

观研报告网发布的《2021年中国在线外卖行业分析报告-产业深度研究与发展潜力评估》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国在线外卖行业发展概述

第一节 在线外卖行业发展情况概述

- 一、在线外卖行业相关定义
 - 二、在线外卖行业基本情况介绍
 - 三、在线外卖行业发展特点分析
 - 四、在线外卖行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
 - 五、在线外卖行业需求主体分析
- 第二节 中国在线外卖行业上下游产业链分析
- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、在线外卖行业产业链条分析
 - 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
 - 四、中国在线外卖行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国在线外卖行业生命周期分析
- 一、在线外卖行业生命周期理论概述
 - 二、在线外卖行业所属的生命周期分析
- 第四节 在线外卖行业经济指标分析
- 一、在线外卖行业的赢利性分析
 - 二、在线外卖行业的经济周期分析
 - 三、在线外卖行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国在线外卖行业进入壁垒分析
- 一、在线外卖行业资金壁垒分析
 - 二、在线外卖行业技术壁垒分析
 - 三、在线外卖行业人才壁垒分析
 - 四、在线外卖行业品牌壁垒分析
 - 五、在线外卖行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球在线外卖行业市场发展现状分析

第一节 全球在线外卖行业发展历程回顾

第二节 全球在线外卖行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线外卖行业地区市场分析

- 一、亚洲在线外卖行业市场现状分析
- 二、亚洲在线外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲在线外卖行业市场前景分析

第四节 北美在线外卖行业地区市场分析

- 一、北美在线外卖行业市场现状分析
- 二、北美在线外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美在线外卖行业市场前景分析

第五节 欧洲在线外卖行业地区市场分析

- 一、欧洲在线外卖行业市场现状分析
- 二、欧洲在线外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲在线外卖行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界在线外卖行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球在线外卖行业市场规模预测

第三章 中国在线外卖产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品在线外卖总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国在线外卖行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国在线外卖产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国在线外卖行业运行情况

第一节 中国在线外卖行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国在线外卖行业市场规模分析

第三节 中国在线外卖行业供应情况分析

第四节 中国在线外卖行业需求情况分析

第五节 我国在线外卖行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国在线外卖行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国在线外卖行业供需平衡分析

第八节 中国在线外卖行业发展趋势分析

第五章 中国在线外卖所属行业运行数据监测

第一节 中国在线外卖所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国在线外卖所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国在线外卖所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国在线外卖市场格局分析

第一节 中国在线外卖行业竞争现状分析

一、中国在线外卖行业竞争情况分析

二、中国在线外卖行业主要品牌分析

第二节 中国在线外卖行业集中度分析

一、中国在线外卖行业市场集中度影响因素分析

二、中国在线外卖行业市场集中度分析

第三节 中国在线外卖行业存在的问题

第四节 中国在线外卖行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线外卖行业钻石模型分析

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

第七章 2017-2021年中国在线外卖行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线外卖行业消费市场动态情况

第二节 中国在线外卖行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 在线外卖行业成本结构分析

第四节 在线外卖行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国在线外卖行业价格现状分析

第六节 中国在线外卖行业平均价格走势预测

一、中国在线外卖行业价格影响因素

二、中国在线外卖行业平均价格走势预测

三、中国在线外卖行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国在线外卖行业区域市场现状分析

第一节 中国在线外卖行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区在线外卖市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线外卖市场规模分析

四、华东地区在线外卖市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区在线外卖市场规模分析

四、华中地区在线外卖市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区在线外卖市场规模分析

四、华南地区在线外卖市场规模预测

第九章 2017-2021年中国在线外卖行业竞争情况

第一节 中国在线外卖行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国在线外卖行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国在线外卖行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 在线外卖行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国在线外卖行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线外卖行业未来发展前景分析

一、在线外卖行业国内投资环境分析

二、中国在线外卖行业市场机会分析

三、中国在线外卖行业投资增速预测

第二节 中国在线外卖行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线外卖行业市场发展预测

一、中国在线外卖行业市场规模预测

二、中国在线外卖行业市场规模增速预测

三、中国在线外卖行业产值规模预测

四、中国在线外卖行业产值增速预测

五、中国在线外卖行业供需情况预测

第四节 中国在线外卖行业盈利走势预测

一、中国在线外卖行业毛利润同比增速预测

二、中国在线外卖行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国在线外卖行业投资风险与营销分析

第一节 在线外卖行业投资风险分析

一、在线外卖行业政策风险分析

二、在线外卖行业技术风险分析

三、在线外卖行业竞争风险分析

四、在线外卖行业其他风险分析

第二节 在线外卖行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国在线外卖行业发展战略及规划建议

第一节 中国在线外卖行业品牌战略分析

一、在线外卖企业品牌的重要性

二、在线外卖企业实施品牌战略的意义

三、在线外卖企业品牌的现状分析

四、在线外卖企业的品牌战略

五、在线外卖品牌战略管理的策略

第二节 中国在线外卖行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国在线外卖行业战略综合规划分析
 - 一、战略综合规划
 - 二、技术开发战略
 - 三、业务组合战略
 - 四、区域战略规划
 - 五、产业战略规划
 - 六、营销品牌战略
 - 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国在线外卖行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国在线外卖行业产品策略分析
 - 一、服务产品开发策略
 - 二、市场细分策略
 - 三、目标市场的选择
- 第二节 中国在线外卖行业营销渠道策略
 - 一、在线外卖行业渠道选择策略
 - 二、在线外卖行业营销策略
- 第三节 中国在线外卖行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国在线外卖行业重点投资区域分析
 - 二、中国在线外卖行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/544014544014.html>