

# 中国在线外卖行业运营模式发展态势与市场趋势 研究分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国在线外卖行业运营模式发展态势与市场趋势研究分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/226217226217.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

打包形式是最早出现的外卖形式，虽然古老，却延续至今。随着电话、手机、网络的普及，外卖行业得到迅速的发展。

广泛的词汇。大家一般的理解就是快餐的外送服务，说的就是中餐像一荤一素的那种，还有就是西式的。像麦当劳和肯德基那种。这个就是大家普遍理解外卖的含义。其实从广义来说一切卖家通过提供出外服务和商品的都可以说是外卖。像送水的、送花的、送气的、送商品的、上门修理东西的，其实这些都是属于外卖的。

中国报告网发布的《中国在线外卖行业运营模式发展态势与市场趋势研究分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

### 第一章在线外卖行业发展必然性分析

#### 1.1在线外卖是对传统外卖的革命

##### 1.1.1在线外卖与传统外卖对比

##### 1.1.2在线外卖：解决传统外卖痛点

##### 1.1.3在线外卖：餐饮O2O的细分价值诉求

#### 1.2在线外卖是对餐饮团购的升级

##### 1.2.1在线外卖取餐饮团购“之长”

##### 1.2.2在线外卖补餐饮团购“之短”

#### 1.3在线外卖发展环境已非常优越

##### 1.3.1在线外卖行业政策环境评估

###### (1) 网络食品交易日益规范

###### (2) 互联网+国家战略的形成

##### 1.3.2在线外卖行业经济环境评估

###### (1) 团购为在线外卖积累大量用户

###### (2) “宅经济”、“懒人经济”日益凸显

##### 1.3.3在线外卖行业社会环境评估

###### (1) 网络用户形成外卖消费习惯

###### (2) 资本市场看好在线外卖市场

##### 1.3.4在线外卖行业技术环境评估

###### (1) 在线外卖订单管理系统已经成熟

(2) 移动互联网助推在线外卖的发展

(3) 大数据技术提升在线外卖精准性

1.4 在线外卖市场已形成一定规模

1.4.1 在线外卖市场订单规模

1.4.2 在线外卖市场交易规模

1.5 中美在线外卖市场PK——中国完胜

1.5.1 中国在线外卖市场环境优于美国

1.5.2 中国在线外卖竞争环境优于美国

1.5.3 中国在线外卖：青出于蓝而胜于蓝

1.6 在线外卖的市场潜力令人期待

1.6.1 市场将步入高速发展期

1.6.2 在线外卖市场规模预测

第二章 在线外卖行业核心痛点的解析

2.1 核心痛点一：如何做到快速送达

2.1.1 快速送达难点解析

2.1.2 建立体系化、产业化的外卖物流标准

2.1.3 成功的物流运营模式及案例

(1) 餐户自建自营模式

1) 模式缩略图

2) 成功案例代表

(2) 第三方轻平台模式

1) 模式缩略图

2) 成功案例代表

(3) 第三方重平台模式

1) 模式缩略图

2) 成功案例代表

(4) 第三方轻重结合平台模式

1) 模式缩略图

2) 成功案例代表

2.2 核心痛点二：如何实现平台盈利

2.2.1 实现平台盈利难点解析

2.2.2 成功的盈利模式及案例

(1) 抽成模式

1) 模式简介

2) 模式盈利点

### 3) 成功案例代表

#### (2) 固定费用模式

##### 1) 模式简介

##### 2) 模式盈利点

### 3) 成功案例代表

#### (3) 打包收费模式

##### 1) 模式简介

##### 2) 模式盈利点

### 3) 成功案例代表

#### (4) 免费服务模式

##### 1) 模式简介

##### 2) 模式盈利点

### 3) 成功案例代表

## 2.3核心痛点三：如何提升服务质量

### 2.3.1高质量服务难点解析

### 2.3.2高质量服务提供策略

#### (1) 建立信息化管理系统

#### (2) 为用户提供增值服务

#### (3) 在线互动+在线奖励

#### (4) 优化平台忙闲管理

#### (5) 鼓励用户提前订餐

#### (6) 做到“稳、准、快、足”

#### (7) 不同时段提供不同服务

## 第三章在线外卖平台典型案例研究

### 3.1自建自营平台优秀案例

#### 3.1.1麦乐送

##### (1) 平台概况简介

##### (2) 覆盖城市数量

##### (3) 平台用户规模

##### (4) 平台运营模式

##### (5) 平台盈利模式

##### (6) 平台营销推广

##### (7) 平台融资成果

##### (8) 平台服务特色

#### 3.1.2Hi捞送

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

### 3.1.3 吉食送

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

## 3.2 第三方轻平台优秀案例

### 3.2.1 美团外卖

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

### 3.2.2 口碑外卖

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

### 3.3第三方重平台优秀案例

#### 3.3.1零号线

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 3.3.2来一火

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 3.3.3生活半径

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 3.3.4到家美食会

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

### 3.4 第三方轻重结合平台优秀案例

#### 3.4.1 饿了么

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 3.4.2 百度外卖

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

### 3.5 在线外卖平台失败案例

#### 3.5.1 失败案例概述

#### 3.5.2 失败原因总结

## 第四章 在线外卖行业竞争策略规划

### 4.1 在线外卖行业竞争格局剖析

#### 4.1.1 整体格局：呈三级阶梯状

#### 4.1.2 在线外卖细分市场格局

(1) 家庭市场竞争格局

(2) 白领市场竞争格局

(3) 校园市场竞争格局

#### 4.1.3 在线外卖移动端竞争格局

### 4.2 在线外卖行业竞争策略规划

#### 4.2.1 多维度保障在线外卖质量与安全



- (1) 外卖卫生的环节与难度
  - (2) 让外卖食品卫生更透明
  - (3) 建立行业规约，规范配送流程
  - (4) 健全平台制度，推出外卖保险
- 4.2.2深挖不断垂直细分的目标用户群体
- (1) 细分市场用户特点比较
  - (2) 细分市场运营特征分析
  - (3) 细分市场发展空间比较
  - (4) 细分市场竞争策略制定
- 4.2.3快速促进线上与线下资源有机融合
- (1) 加强与餐饮企业的信息共享
  - (2) 快速提升凭条互联化程度
- 4.2.4抢摊移动端市场——深耕餐饮APP
- (1) 餐饮移动互联网普及率最高
  - (2) 外卖APP优化策略
- 4.2.5建立类淘宝-天猫产业层级拓展战略
- 第五章在线外卖行业投资策略规划
- 5.1在线外卖地域投资策略
- 5.1.1在线外卖用户地域属性
- (1) 一二线城市市场占有率
  - (2) 三四线及以下城市市场占有率
  - (3) 海外及其他区域市场占有率
- 5.1.2投资策略：从一二线城市切入市场
- 5.2在线外卖用户投资策略
- 5.2.1在线外卖是网民刚性需求
- (1) 外卖用户性别结构
  - (2) 女性用户就餐方式结构
  - (3) 男性用户就餐方式结构
  - (4) 男女用餐方式对比分析
- 5.2.235岁以下群体为核心受众群
- (1) 在线外卖用户年龄分布结构
  - (2) 注重35岁以下用户的拓展与维护
- 5.2.3单身用户在线外卖诉求高
- (1) 在线外卖用户婚姻属性
  - (2) 为单身用户提供个性化服务

#### 5.2.4中高端收入人群需求较强烈

(1) 不同职业人群使用外卖情况

(2) 不同收入人群使用外卖情况

#### 5.3在线外卖价格投资策略

##### 5.3.116-25元外卖产品需求高

(1) 不同外卖渠道消费金额结构

(2) 不同职业人群外卖消费结构

##### 5.3.226-50元价位开发空间大

(1) 用户外卖消费诉求情况

(2) 主要外卖平台客单价情况

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/226217226217.html>