

# 2018-2023年中国餐饮外卖行业市场运营现状调查 与未来发展趋势预测报告

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《2018-2023年中国餐饮外卖行业市场运营现状调查与未来发展趋势预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/297740297740.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

2016年，外卖行业累计入驻商家245万，商家总覆盖率约18%，整体交易额约1300亿，占餐饮总收入的4%，对比美国外卖业务15%的占比还有较大的空间。此外，2016年互联网餐饮增速高达300%，到2018年有望能够将占餐饮总收入的比重提高到10%。目前，外卖业务从月度覆盖率、商家覆盖率或对标团购业务等方面来看，发展空间都较大。中国外卖市场在2017上半年同比增长超过34%，但外卖月度覆盖率仅为团购的不到30%。一线城市的商家覆盖率远超其他城市，是二线城市的1.4倍，三线及以下城市的1.7倍。

图：中国外卖市场规模

图：外卖市场对比团购市场

图：外卖商家覆盖率

图：不同城市级别商家覆盖率

外卖业务不需要投入大量的租金、装潢、人力等店面支出，能利用非高峰时段拉长盈利时间，资金周转快，降低人员管理和餐厅服务难度，本身具有很强的吸引力。但需要开发新的产品形式，及时性、短半径等特点增大了管理难度，属于传统餐饮企业较不熟悉的领域，新进入这一业务板块的企业需要摸索和培育期。

图：外卖业务的优劣分析

当前外卖业务主要依赖于美团、饿了么等大型互联网平台，数据透明，有利于企业进行研究并及时调整自身战略。例如，当前配送服务已经有了可观的基础，外卖骑手日活在过去一年增长了80%，十分有利于餐饮企业短时间、低成本建立起自己的外卖业务。

图：外卖骑手DAU

外卖业务具有时空错配的特点。在一般时间区间，一线城市在商家、用户活跃数或平均每商家服务用户数上都大幅领先于二线城市、三线及以下城市，消费者习惯培育完成度较高。但在春节等特殊时段，外卖用户返乡带来大量外卖业务收入，叠加二三线城市相对更大的市场空间、较弱的市场竞争强度，餐饮企业向二三线及以下城市下沉能够获得红利。

图：各级别城市平均每商户服务用户数

外卖业务不再仅仅是自己做饭和堂食的补充，即将成为第三种常规就餐方式。最直接的证据是外卖日单量最高的两天出现在周六日，周末的订单占比超过总订单的30%，符合外卖主要消费群体（年轻人）的生活习惯。

政策面对外卖业务也有利好。2016年12月，财政部、税务总局下发《关于明确金融、房地产开发、教育辅助服务等增值税政策的通知》，将“提供餐饮服务的纳税人销售的外卖物品”按照“餐饮服务”缴纳增值税，税率从“销售货物”的17%直接下调到6%。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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、市场前景、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。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。

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

##### 三、城镇人员从业状况

#### 四、恩格尔系数分析

#### 五、2018-2023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、2018-2023年中国餐饮外卖市场规模分析

##### 二、2018-2023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、2018-2023年中国餐饮外卖发展规模分析

##### 二、2018-2023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、2018-2023年中国餐饮外卖供给规模分析

##### 二、2018-2023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、2018-2023年中国餐饮外卖市场需求规模分析

##### 二、2018-2023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 2017年我国餐饮外卖O2O行业发展分析

#### 第二节 2017年我国餐饮外卖O2O行业发展规模

### 第三节 2017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 2018-2023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 2017年国内餐饮外卖产品的需求地域分布结构

### 第二节 2018-2023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 2017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 2017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、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第二节 北京三快科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第三节 浙江淘宝网络有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 第四节 北京到家时代餐饮管理有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

## 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 2018-2023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、2018-2023年国内餐饮外卖行业盈利能力分析
- 二、2018-2023年国内餐饮外卖行业偿债能力分析
- 三、2018-2023年国内餐饮外卖行业成长能力预测
- 四、2018-2023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 2018-2023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 2018-2023年国内餐饮外卖行业未来市场发展前景预测
  - 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 2018-2023年餐饮外卖行业投资战略研究

### 第一节 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 对餐饮外卖行业的投资建议

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：2015-2017年我国GDP总量及增长情况

图表：2018-2023年社会固定资产投资

图表：2017年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2017年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2018-2023年城镇新增就业人数

图表：2018-2023年我国城乡恩格尔系数情况

图表：2017年以来餐饮外卖行业相关政策汇总

图表：2018-2023年末人口数及其构成

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/297740297740.html>