

2018-2023年中国在线外卖行业市场供需现状调研 及未来前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国在线外卖行业市场供需现状调研及未来前景趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/301429301429.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

一、在线外卖的形式

1.1 O2O模式

所谓O2O，即Online to Offl ine，是一种将线上支付与线下商品服务相结合的新型商业模式。随着移动科技的发展与移动支付方式的完善与普及，O2O利用其方便快捷的用户体验，已经成为大多数人日常生活中密不可分的一部分。尤其是近年来，支付宝、微信支付等移动支付服务向线下实体店，特别是商场、超市等人口流动较大的场所推广，O2O行业已经进入了高速发展阶段。

图：目前中国餐饮O2O主要模式及代表商家

图：2014-2015年中国在线外卖市场交易规模

1.2 外卖O2O

外卖O2O是一种利用网络平台，将用户线上订餐与商户线下提供外卖服务相结合的餐饮业新型商业模式。作为O2O的一种，外卖O2O解决了目前餐饮行业在互联网时代转型困难的问题，为实体商户提供了网络销售平台，拓宽了经营渠道，增加了实体商户的经营收入。

2 外卖O2O的发展现状

2.1 在年轻群体中，外卖平台的普及率较高

随着移动技术的发展，以及各大外卖平台的促销推广，年轻群体，特别是大学生群体、白领群体，已经成为各大平台主要的目标客户群。从笔者在南京市仙林大学城的调查分析来看，有过使用网络平台订餐经历的大学生已占大学生群体的80%以上。由此可见，外卖平台在年轻群体的普及率极高，在年轻群体中，使用外卖O2O平台订餐已经成为一种常见的饮食消费方式。

2.2 方便快捷是外卖平台的发展优势

与电话点餐等传统外卖方式不同，外卖O2O平台打破了传统的外卖单订餐方式，用户使用外卖O2O平台点餐的操作更简单，更方便快捷。在消费者的体验角度，用户不需要掌握各

家外卖的联系方式及菜单等具体信息，只需要打开外卖平台的软件，进行餐品点选，最终付款。平台方作为商户和消费者的中间方，会代替用户完成通知商户、下单等具体细节操作，并向用户提供订单处理的流程。

因此，方便快捷将成为它继续发展的主要优势，并且也将是它与传统商业竞争的重要优势。

2.3 价格优惠是吸引消费者最有效的促销方法

价格优势仍是现阶段外卖O2O平台吸引消费者的最有效、最直接的促销手段，也是各平台间抢占客户资源最有力的手段。但是，从长期看，各平台间一直利用低价方式相互竞争将导致整个行业的发展滞后。同时，对于资金不够雄厚的外卖O2O平台企业，长期的低价竞争更可能将导致企业的经营困难，甚至带来破产风险。

三、外卖O2O的未来趋势

1 由低价促销转向体验促销

从目前各大外卖O2O平台的表现看，由低价促销向体验促销的转型趋势已经非常明显。低价促销能够带来的新客户群已趋于饱和，当前拥有的客户群体需要提供稳定、高品质的服务来维系。

同时，随着外卖O2O行业的进一步发展，整个市场已经初步形成，继续补贴将导致整个行业的不良发展。因此，在目前的市场需求下，探索提高服务品质与消费者体验的办法，才是未来外卖O2O发展应该关注的重点。

2 差异化发展促进行业发展

就艾瑞咨询发布的2016年中国外卖O2O行业发展报告来看，百度外卖的主要客户群已经定位在了23~40岁较为注重品质的中青年群体，饿了么的主要客户群是22~45岁时尚享乐型的中青年，而美团外卖的主要客户群则是22岁以下的年轻人群体，并且以学生群体为主。由此看来，同质化竞争将逐步被差异化发展所取代，各家外卖O2O平台企业在未来应该做好市场定位，争取自己的目标客户群，这样才能促进整个行业的发展，尽快跳出低价竞争的怪圈。

3 平台管理的规范化

从2016年曝出的“黑作坊”事件来看，公众对于外卖食品的卫生安全极为重视。由此，我们可以得出这样的结论：提高外卖食品的卫生安全决定了外卖O2O企业的发展。外卖O2O平台企业作为商户与消费者之间的中间方，在未来发展中，将进一步规范平台的管理，对于商户的各项资质的审查也将更为严格。

4 专业配送提高用户体验

外卖O2O与其他社区O2O的一个不同点在于，它更加需要快速便捷的物流配送服务。就百度外卖、美团外卖、饿了么三家来说，都已经相继推出了自己的专业配送服务，并且从目前看，实施效果较好。

更高速便捷、更人性化的配送服务毫无疑问将成为未来外卖O2O企业提高用户体验、稳定已有客户群、吸引新客户群的一大优势。

5 相关法律法规的进一步完善

从2016年3月15日审议通过的《网络食品安全违法行为查处办法》来看，国家针对外卖O2O行业将出台更多、更为细致的法律、法规，以此促进整个行业的合理化、合法化发展。外卖O2O行业相关法律法规的进一步完善，不仅仅是国家食品安全法律的进一步完善，更是我国法律制度的进一步完善。

6 大数据助力用户服务的个性化发展

就当前互联网经济发展模式看，大数据在将来或许会助力外卖O2O行业的发展。在未来，大数据支持的外卖O2O平台，将根据用户所在的地区情况、平时的饮食习惯以及个人收入等信息，为用户提供更加个性化的外卖点餐信息，将整个点餐过程进一步简化，以此为用户提供更个性化的服务。

观研天下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】

第一章 2016-2017年中国在线外卖行业发展概述

第一节 2016-2017年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、2016-2017年在线外卖行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年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、2016-2017年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 2016-2017年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、2017年在线外卖行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年在线外卖行业经济指标分析

一、2016-2017年在线外卖行业的赢利性分析

二、2016-2017年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 2016-2017年中国在线外卖行业进入壁垒分析

一、在线外卖行业技术壁垒分析

二、在线外卖行业规模壁垒分析

三、在线外卖行业品牌壁垒分析

四、在线外卖行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017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 2016-2017年全球在线外卖行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲在线外卖行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲在线外卖行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲在线外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年亚洲在线外卖行业市场前景分析
- 四、2018-2023年亚洲在线外卖发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美在线外卖行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美在线外卖行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美在线外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年北美在线外卖行业市场前景分析
- 四、2018-2023年北美在线外卖行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟在线外卖行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟在线外卖行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟在线外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年欧盟在线外卖行业市场前景分析
- 四、2018-2023年欧盟在线外卖行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界在线外卖行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球在线外卖行业市场规模预测

- 一、2018-2023年亚洲在线外卖行业市场规模预测
- 二、2018-2023年北美在线外卖行业市场规模预测
- 三、2018-2023年欧盟在线外卖行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国在线外卖产业发展环境分析

第一节 2016-2017年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、全社会消费品零售总额
- 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 2016-2017年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

第四节 2016-2017年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 2015-2017年中国在线外卖产业运行情况

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、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国在线外卖行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国在线外卖行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国在线外卖行业产能情况分析

三、2015-2017年中国在线外卖行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国在线外卖行业需求情况分析

一、2015-2017年中国在线外卖行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国在线外卖行业行业需求区域分布

第五节 2018-2023年中国在线外卖行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国在线外卖市场格局分析

第一节 2016-2017年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 2016-2017年中国在线外卖行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国在线外卖行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国在线外卖行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国在线外卖行业竞争力分析

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

第六章 2016-2017年中国在线外卖市场价格走势分析

第一节 2016-2017年在线外卖行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国在线外卖行业价格现状分析

一、2016-2017年在线外卖行业平均价格走势回顾分析

二、2018年在线外卖行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国在线外卖行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国在线外卖行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国在线外卖行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国在线外卖行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国在线外卖行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年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、2015-2017年华东地区在线外卖市场规模分析

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、2015-2017年华中地区在线外卖市场规模分析

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、2015-2017年华南地区在线外卖市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区在线外卖市场规模分析

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、2015-2017年东北地区在线外卖市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、2015-2017年西部地区在线外卖市场规模分析

第八章 2016-2017年中国在线外卖行业竞争情况

第一节 2016-2017年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 2016-2017年中国在线外卖行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年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

第九章 中国在线外卖所属行业数据监测

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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国*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

第十章 我国在线外卖行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

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2

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

第三节 企业3

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

第四节 企业4

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

第五节 企业5

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

第六节 企业6

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

第七节 企业7

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

第八节 企业8

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

第九节 企业9

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

第十节 企业10

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

第十一章2018-2023年中国在线外卖行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国在线外卖行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国在线外卖行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国在线外卖行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国在线外卖行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国在线外卖行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国在线外卖行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国在线外卖行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国在线外卖行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国在线外卖行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国在线外卖行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国在线外卖行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国在线外卖行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国在线外卖行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年在线外卖行业投资风险分析

- 一、2018-2023年在线外卖行业政策风险分析
- 二、2018-2023年在线外卖行业技术风险分析
- 三、2018-2023年在线外卖行业竞争风险分析
- 四、2018-2023年在线外卖行业其他风险分析

第二节 2018-2023年在线外卖行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年在线外卖行业经营模式
- 二、2018-2023年在线外卖行业生产模式
- 三、2018-2023年在线外卖行业销售模式

第三节 2018-2023年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 2018-2023年中国在线外卖行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年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 2018-2023年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 2018-2023年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 2018-2023年中国在线外卖行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国在线外卖行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 2018-2023年中国在线外卖行业营销渠道策略

一、2018-2023年在线外卖行业营销模式

二、2018-2023年在线外卖行业营销策略

第三节 2018-2023年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、2018-2023年中国在线外卖行业投资区域分析
- 二、2018-2023年中国在线外卖行业投资产品分析

图表详见正文

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下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/301429301429.html>