

# 中国外卖行业发展趋势分析与未来投资预测报告 (2023-2030年)

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《中国外卖行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202311/671940.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

### 一、外卖行业概述

餐饮外卖是为消费者提供食品下单、配送的服务。该服务主要由餐饮商家、外卖平台、外卖骑手三方合作完成，最终将食品送到消费者手中。其实餐饮外卖行业是起源于电话订餐，如今依托互联网的发展，网络订餐模式产生。

经过多年的发展，我国餐饮外卖已经形成了较为完整的产业链。其上游由餐饮商户和外卖骑手组成，外卖骑手又可分为uu跑腿、点我达等众包平台的外卖骑手，以及美团外卖、饿了么等的自营平台的外卖骑手；中游主要是餐饮外卖平台，主要包括饿了么、美团等综合性外卖平台，以及肯德基宅急送等垂直型外卖平台；其下游消费又可分为企业消费和个人消费，其中个人消费占据主导。

外卖行业产业链图解

资料来源：观研天下整理

### 二、外卖行业供给侧分析

#### 1、餐饮商家分散且竞争激烈是我国餐饮最大的特点

目前，我国餐饮行业供给侧分散且开店及关店的流动性很大，玩家众多且竞争激烈。根据数据显示，2022年中国餐饮总店数约为579万个，门店数量约为45312万个。而对比美国61%及日本53%的连锁化率水平，2021年中国餐饮行业连锁化率仅为18%，2020年百强企业营收占比仅为7.8%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

#### 2、餐饮店通常处于高毛利、低净利生存状态，外卖增加商户收入与利润

由于餐饮门店竞争激烈，在品类、品质同质化严重，大部分餐饮商户存在租金和人力成本上涨、客户需求多且不稳定、科学运营能力缺乏等痛点，通常处于高毛利、低净利生存状态。互联网平台则通过多维度向B端赋能的方式，针对不同类型的商户推出不同类型的产品及服务。

外卖则是更好的销售渠道。在商场、超市等繁华阶段，餐饮门店租金高，虽然可以给门店带来更多流量，但是相对于外卖而言，客流量不再完全依赖于商户付出租金溢价而带来的优势，同时可以从线上获取用户，外卖是基于商户菜品、口碑等变量的基础上对空间的改造，让商户更多聚焦在菜品品质与服务质量上，同时通过数字化的运营能力提高经营效率。

此外，对于门店同质化而言，一般在二线城市普通中小正餐商家，通常是夫妻老婆店，一般日订单量大概70单，客单价约21元，原料成本占比35%，人力成本占比27%，房租成本占

比14%，最终门店净利只有4%，通常门店净利只有2000元左右。假设这类门店开通外卖及门店新增30单外卖订单，即外卖订单占比30%，在外卖技术服务费率及履约服务费率总计24%的情况下，门店净利能超过4000元及以上，门店净利提升至8.6%。

### 3、外卖霸王餐刷单等乱象出现，搅乱市场秩序

不过，随着外卖行业快速发展，霸王餐刷单、恶意点评等乱象相继出现，对商户、消费者及市场本身都造成极大的不良影响。以外卖店铺刷单为例，在社交平台上出现推荐外卖“霸王餐”APP等相关视频和文章，通过“满25减20”“满12减10”“满10减10”等活动，吸引了不少消费者青睐。

外卖霸王餐指的是有人专门组织消费者点外卖，让他们通过小程序去指定的餐饮店下单，吃完外卖后，给予店铺正向留言和五星好评，就可以获取高额的返现。虽然这让消费者吃到“免费的午餐”，商家赢得了好评和销量，但组织刷单公司赚走了差价，而且仔细算账，其实发现商家并没有得到更大优势。某位经营者表示，虽然外卖霸王餐带来订单提升，但并没有赚到钱，比如，假设一份35元的套餐，加上返现、返点、配送费等费用，一个月刷单一两万，但基本上是赔本赚吆喝，赚到的钱都被刷单组织赚走。

而且从法律程度来看，该等行为违背诚实信用原则和公认的商业道德，客观上导致平台的相关数据丧失真实性和客观性，直接影响、破坏其他竞争对手构建的数据体系和评价体系的公信力，从而损害其他竞争对手的竞争力，构成不正当竞争的违法；从《消费者权益保护法》的层面，该等行为通过刷单大大提高了其销量、增加了好评，以此形成的虚假表象来进行宣传，对社会正常经营秩序也造成混乱，也属于对消费者知情权的遣返，可能会对消费者合法权益造成损害，也涉嫌虚假宣传。

不过，当下有不少平台已经严厉打击刷单行为，对于违法刷单商家，平台一经发现，会对涉事商家采取降权、置休，甚至是下线等处罚，对于黑灰产行为也会联动公安机关进行立案打击，最终为商家营造公平竞争的市场环境，维护健康的外卖生态。

## 三、外卖行业用户侧分析

### 1、吃饭是高频且刚需的场景

在用户侧方面，与其他零售商品购买相比，“吃饭”是高频且刚需的场景，总体而言用户满足方式分为“在家吃饭”及“在外吃饭”。根据相关资料可知，2021年在家吃饭市场空间约5.4万亿，包括3.2万亿的粮油、食品饮料及酒水零售，以及2.2万亿的生鲜零售；在外吃饭2021年市场空间约为4.7万亿，其中包括2.27万亿的堂食、9300亿的外卖及1.5万亿的团餐。

### 2、我国外卖行业发展迅猛，用户规模超过5亿人

近年来，随着外卖服务场景持续扩大和用户需求深化以及居民消费的提升，我国外卖行业发展迅猛。根据中国互联网络信息中心数据，2022年中国外卖市场规模达到1.1万亿元，2018-2022年复合增长率超过20%；外卖用户规模达到5.2亿人，较2018年增长26.83%。

数据来源：观研天下整理

#### 四、外卖行业骑手侧分析

##### 1、配送是外卖行业核心竞争力，外卖人员数量增长迅速

随着外卖行业竞争如火如荼，D端配送服务体验是核心竞争力，而骑手是保障用户及商户体验最重要环节。根据数据显示，2019年我国外卖骑手数量突破700万人；到2021年更是达到约1300万人。同时，根据美团外卖近两年发布的数据显示,2021年美团骑手的数量为527万,2022年美团骑手的数量则变成了624万人。此外，饿了么公布的2022年蓝骑士显示，短短2年多时间，国内外卖骑手数量至少增加300多万人，总数达到738万人。

数据来源：观研天下整理

那么为什么外卖员数量增长速度如此之快呢？一是外卖利润高，越来越多企业开设外卖平台，这就导致对外卖数量需求增加；二是外卖员进入门槛低。

##### 2、外卖骑手内卷愈演愈烈，外挂软件泛滥

然而，外卖员职业也存在一些问题。一是安全性问题较大，外卖员在路上风险较高，易受到交通事故的影响。

二是外卖骑手的内卷战争越来越大，在饱和的外卖人员数量之下，越来越多的人开始使用外卖抢单外挂，来争取更多订单，如天使、死神、雷神、战神、天神、蝙蝠侠……2023年3至6月，美团连发四次外挂警示公告，对2909名骑手做出\*限制接单/注册的处罚，意味着这批骑手在美团职业生涯将彻底结束。

外挂分外置和内置软件两种。外置不易被系统监测，会模拟人在手机屏幕上的操作思路、控制按钮来抢单，价格昂贵；内置软件的价格更低，种类更多，可灵活设置抢单范围、距离和顺风订单，但其高频率刷新动作易被系统监测认定为违规，。

虽然外挂为骑手带来更多订单及收益，但是破坏市场公平竞争秩序，让抢单市场变成恶性内卷，不仅损害众多骑手权益，也破坏外卖系统的资源分配平衡，造成外卖服务行业质量的整体下降。而且，这种属于违法，很有可能让自己深陷囹圄。

#### 五、外卖行业总结

综上所述，我国外卖行业虽然规模已经达到万亿，但是市场乱象丛生，这不仅需要企业加强平台监管，也需要国家出台相关法律法规来规范外卖行业市场发展秩序。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国外卖行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2023-2030年）》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，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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国外卖行业发展概述

#### 第一节 外卖行业发展情况概述

- 一、外卖行业相关定义
- 二、外卖特点分析
- 三、外卖行业基本情况介绍
- 四、外卖行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、外卖行业需求主体分析

#### 第二节 中国外卖行业生命周期分析

- 一、外卖行业生命周期理论概述
- 二、外卖行业所属的生命周期分析

#### 第三节 外卖行业经济指标分析

- 一、外卖行业的赢利性分析
- 二、外卖行业的经济周期分析
- 三、外卖行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球外卖行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球外卖行业发展历程回顾

#### 第二节 全球外卖行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节 亚洲外卖行业地区市场分析

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

#### 第四节 北美外卖行业地区市场分析

- 一、北美外卖行业市场现状分析
- 二、北美外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美外卖行业市场前景分析
- 第五节 欧洲外卖行业地区市场分析
  - 一、欧洲外卖行业市场现状分析
  - 二、欧洲外卖行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲外卖行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界外卖行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球外卖行业市场规模预测

### 第三章 中国外卖行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对外卖行业的影响分析
- 第三节 中国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
  - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对外卖行业的影响分析
- 第五节 中国外卖行业产业社会环境分析

### 第四章 中国外卖行业运行情况

- 第一节 中国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
  - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国外卖行业市场规模分析
  - 一、影响中国外卖行业市场规模的因素
  - 二、中国外卖行业市场规模
  - 三、中国外卖行业市场规模解析
- 第三节 中国外卖行业供应情况分析
  - 一、中国外卖行业供应规模
  - 二、中国外卖行业供应特点
- 第四节 中国外卖行业需求情况分析
  - 一、中国外卖行业需求规模
  - 二、中国外卖行业需求特点

## 第五节中国外卖行业供需平衡分析

### 第五章 中国外卖行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国外卖行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、外卖行业产业链图解

#### 第二节中国外卖行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对外卖行业的影响分析

##### 三、下游产业发展现状

##### 四、下游产业对外卖行业的影响分析

#### 第三节我国外卖行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

### 第六章 2019-2023年中国外卖行业市场竞争分析

#### 第一节中国外卖行业竞争现状分析

##### 一、中国外卖行业竞争格局分析

##### 二、中国外卖行业主要品牌分析

#### 第二节中国外卖行业集中度分析

##### 一、中国外卖行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国外卖行业市场集中度分析

#### 第三节中国外卖行业竞争特征分析

##### 一、企业区域分布特征

##### 二、企业规模分布特征

##### 三、企业所有制分布特征

### 第七章 2019-2023年中国外卖行业模型分析

#### 第一节中国外卖行业竞争结构分析（波特五力模型）

##### 一、波特五力模型原理

##### 二、供应商议价能力

##### 三、购买者议价能力

##### 四、新进入者威胁

##### 五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国外卖行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国外卖行业SWOT分析结论

第三节中国外卖行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国外卖行业需求特点与动态分析

第一节中国外卖行业市场动态情况

第二节中国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

第三节外卖行业成本结构分析

第四节外卖行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国外卖行业价格现状分析

第六节中国外卖行业平均价格走势预测

一、中国外卖行业平均价格趋势分析

二、中国外卖行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国外卖行业所属行业运行数据监测

## 第一节中国外卖行业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

## 第二节中国外卖行业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

## 第三节中国外卖行业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 2019-2023年中国外卖行业区域市场现状分析

### 第一节中国外卖行业区域市场规模分析

#### 一、影响外卖行业区域市场分布的因素

#### 二、中国外卖行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区外卖行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区外卖行业市场分析

##### (1) 华东地区外卖行业市场规模

##### (2) 华南地区外卖行业市场现状

##### (3) 华东地区外卖行业市场规模预测

### 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、华中地区外卖行业市场分析

##### (1) 华中地区外卖行业市场规模

##### (2) 华中地区外卖行业市场现状

##### (3) 华中地区外卖行业市场规模预测

### 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、华南地区外卖行业市场分析

- (1) 华南地区外卖行业市场规模
- (2) 华南地区外卖行业市场现状
- (3) 华南地区外卖行业市场规模预测

## 第五节华北地区外卖行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区外卖行业市场分析

- (1) 华北地区外卖行业市场规模
- (2) 华北地区外卖行业市场现状
- (3) 华北地区外卖行业市场规模预测

## 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、东北地区外卖行业市场分析

- (1) 东北地区外卖行业市场规模
- (2) 东北地区外卖行业市场现状
- (3) 东北地区外卖行业市场规模预测

## 第七节西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区外卖行业市场分析

- (1) 西南地区外卖行业市场规模
- (2) 西南地区外卖行业市场现状
- (3) 西南地区外卖行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

### 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区外卖行业市场分析

- (1) 西北地区外卖行业市场规模
- (2) 西北地区外卖行业市场现状
- (3) 西北地区外卖行业市场规模预测

## 第十一章 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、公司优势分析

## 第六节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优势分析

## 第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第十二章 2023-2030年中国外卖行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国外卖行业未来发展前景分析

- 一、外卖行业国内投资环境分析
- 二、中国外卖行业市场机会分析
- 三、中国外卖行业投资增速预测

### 第二节 中国外卖行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国外卖行业规模发展预测

- 一、中国外卖行业市场规模预测
- 二、中国外卖行业市场规模增速预测
- 三、中国外卖行业产值规模预测
- 四、中国外卖行业产值增速预测
- 五、中国外卖行业供需情况预测

### 第四节 中国外卖行业盈利走势预测

## 第十三章 2023-2030年中国外卖行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国外卖行业进入壁垒分析

- 一、外卖行业资金壁垒分析
- 二、外卖行业技术壁垒分析
- 三、外卖行业人才壁垒分析
- 四、外卖行业品牌壁垒分析
- 五、外卖行业其他壁垒分析

### 第二节外卖行业风险分析

- 一、外卖行业宏观环境风险
- 二、外卖行业技术风险
- 三、外卖行业竞争风险
- 四、外卖行业其他风险

### 第三节中国外卖行业存在的问题

### 第四节中国外卖行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2023-2030年中国外卖行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国外卖行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节中国外卖行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节 外卖行业营销策略分析

- 一、外卖行业产品策略
- 二、外卖行业定价策略
- 三、外卖行业渠道策略
- 四、外卖行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/671940.html>