

中国外卖行业发展深度研究与投资前景分析报告 (2023-2030年)

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《中国外卖行业发展深度研究与投资前景分析报告（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/202311/671959.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

2023年9月，临沂大学文学院讲师邢斌，因写下做外卖员的体验，上了热搜，在这次体验中邢斌每天骑摩托210公里、爬110层楼，兼职1个月送了2000单外卖，毛收入7000多元，记录下了平台规则、工作流程、个体观察等内容。

在过去的两年，受当前就业环境问题的影响，不少高学历毕业生、裁员潮失业者都做起了骑手。根据美团企业社会责任报告显示，2018年到2022年美团骑手人数从270万人增长到了624万人，连续五年都为增长趋势，而在进入2023年，截止到现在美团骑手人数已经达到了700多万人，再加饿了么等其他平台，我国目前外卖骑手人数已经超过了1000多万人。

资料来源：美团企业社会责任报告、观研天下整理

政策方面，为促进外卖行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2022年国务院办公厅发布的《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》提出督促指导外卖平台企业完善平台规则，对平台内经营者提出外卖包装减量化要求。督促指导餐饮经营者对外卖包装依法明码标价。

我国外卖行业相关政策	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
	2020年1月	国家发展改革委、生态环境部	关于进一步加强塑料污染治理的意见	推动电商外卖平台、环卫部门、回收企业等开展多方合作，在重点区域投放快递包装、外卖餐盒等回收设施。
	2021年1月	市场监管总局、商务部、文化和旅游部	关于以标准化促进餐饮节约反对餐饮浪费的意见	研制外卖餐饮绿色加工和配送标准，推广实施绿色可降解餐饮具标准。
	2021年9月	国家发展改革委、生态环境部	“十四五”塑料污染治理行动方案	鼓励电子商务平台（含外卖平台）、快递企业与环卫单位、回收企业等开展多方合作，加大快递包装、外卖餐盒等塑料废弃物规范回收力度。
	2022年9月	国务院办公厅	国务院办公厅关于进一步加强商品过度包装治理的通知	督促指导外卖平台企业完善平台规则，对平台内经营者提出外卖包装减量化要求。督促指导餐饮经营者对外卖包装依法明码标价。
	2022年11月	工业和信息化部、教育部等部门	虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）	虚拟现实+商贸创意在智慧家装、虚拟看房、大型会展、时尚创意、视频会议、远程办公、智慧商圈、外卖零售等领域，落地推广一批虚拟现实技术支撑的典型案列，发展线上线下同步互动、有机融合的商贸活动体验新模式，打造商贸新场景、新业务。

资料来源：观研天下整理

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市外卖行业的发展做出了具体规划,支持当地外卖行业稳定发展,比如河南省发布的《河南省实施扩大内需战略三年行动方案（2023—2025年）》提出支持线上线下商品消费融合发展，加快传统线下业态数字化改造和转型升级，

支持行业龙头平台企业垂直整合餐饮、外卖、家政、超市、住宿等生活服务资源，大力发展在线定制、即时配送、社区服务等新消费业态，打造一批面向生活服务业的开放平台。

部分省市外卖行业相关政策 省市 发布时间 政策名称 主要内容 北京市 2022年7月 加快建设一刻钟便民生活圈促进生活服务业转型升级的若干措施 各区引导区域内房产中介、银行、外卖快递点等连锁门店提供多元化、规范化便民服务，丰富便民服务载体。

陕西省 2023年3月 陕西省进一步加强商品过度包装治理若干措施 对区域内外卖平台逐一检查，督促指导其完善平台规则，对平台内经营者提出外卖包装减量化要求。 天津市

2023年5月 天津市人民政府办公厅关于推动生活性服务领域平台经济健康发展的实施意见 支持行业龙头企业垂直整合餐饮、外卖、家政、商超、养老、育幼等生活服务资源，培育线上线下生活服务模式，培育或引进 2 个以上区域性总部、 5 个以上功能性总部。

宁夏回族自治区 2023年6月 加快推进预制菜产业高质量发展实施方案 鼓励预制菜企业与连锁餐饮、团餐、火锅、外卖、酒店、露营定制等中端供应链平台深度合作，培育发展电商物流快递等业态。 河南省 2023年6月

河南省实施扩大内需战略三年行动方案（2023—2025年） 支持线上线下商品消费融合发展，加快传统线下业态数字化改造和转型升级，支持行业龙头平台企业垂直整合餐饮、外卖、家政、超市、住宿等生活服务资源，大力发展在线定制、即时配送、社区服务等新消费业态，打造一批面向生活服务业的开放平台。

资料来源：观研天下整理

市场竞争方面，当前我国外卖行业龙头品牌主要有美团外卖、饿了么、KFC宅急送等品牌，其中美团外卖于2013年11月正式上线，美团旗下的网上订餐平台，覆盖全国多个城市优质外卖商家/快餐和特色美食，为用户提供快速、便捷的线上订外卖服务，还提供送药上门、美团传送、跑腿代购等多种服务。而饿了么创立于2008年，国内前沿的专业在线外卖订餐平台，主营在线外卖、新零售、即时配送和餐饮供应链等业务，为用户提供极致体验的到家服务,2018年阿里巴巴集团宣布正式成立本地生活服务公司，饿了么和口碑合并组成本地生活服务平台。

我国外卖市场知名品牌 品牌 成立/上线时间 简介 美团外卖 2013年 美团外卖于2013年11月正式上线，美团旗下的网上订餐平台，覆盖全国多个城市优质外卖商家/快餐和特色美食，为用户提供快速、便捷的线上订外卖服务，还提供送药上门、美团传送、跑腿代购等多种服务。 饿了么 2008年 饿了么创立于2008年，国内前沿的专业在线外卖订餐平台，主营在线外卖、新零售、即时配送和餐饮供应链等业务，为用户提供极致体验的到家服务,2018年阿里巴巴集团宣布正式成立本地生活服务公司，饿了么和口碑合并组成本地生活服务平台。

KFC宅急送 - 肯德基专属外送服务，主打方便、快捷、流程完善的餐饮配送服务，食客可以通过订餐热线、訪APP、微信支付宝小程序等方式订餐，坐享美食送到家。 麦乐送 - 知名美食外送专家,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. 海底捞外送 - 海底捞推出的火锅类外送品牌,集送锅、送菜、配料齐全等于一体的贴心

外送服务让消费者如同到店吃火锅，以火锅的味美与特色周到的服务闻名全国。

必胜客宅急送 2001年 必胜客旗下外卖品牌,定位“大众化的西式美食外送餐饮”的专业美食外送专家,致力于保持餐品的新鲜度，力求为食客提供更好的服务体验,配送餐品涵盖比萨、意面、沙拉、米线等系列。

资料来源：公开资料、观研天下整理

从企业收入来看，从2020年到2022年美团和饿了么营业收入都为增长趋势，2022年美团营业收入为2199.55亿元，同比增长22.79%，归属母公司净亏损 66.86 亿元，亏损同比减少71.59%；饿了么营业收入509亿元。

资料来源：公司资料、观研天下整理

投融资方面，自2018年之后我国外卖服务投融资数量和投资金额逐年减少，2023年1-11月1日，我国外卖服务行业投融资数量共9起，投资金额为0.09亿元。

资料来源：IT桔子

2022年我国外卖服务行业共发生投融资事件7起，其中投融资金额最高为1月，投资金额为14亿元。

资料来源：IT桔子

2023年1-11月1日我国外卖服务行业共发生投融资事件5起，并且都为天使轮投资。

时间	公司简称	轮次	投资金额
2023-10-27	龙合凤	天使轮	数百万人民币
2023-03-13	林堡堡	天使轮	数百万人民币
2023-03-03	每食宝	天使轮	未透露
2023-02-16	聚美味	天使轮	100万人民币
2023-01-03	虎伴麻辣烫	天使轮	100万人民币

资料来源：IT桔子（XD）

整体来看，外卖平台的快速发展，也让很多人都获得了就业机会。根据中国互联网信息中心的数据显示，2022年我国外卖市场规模达到1.1万亿元，而外卖用户规模达到了5.2亿元，这也都让外卖骑手的需求量增长，而随着骑手的增长，行业“内卷”现象也越来越严重，并且人数增加，也让外卖骑手薪资不断下降。（XD）

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《中国外卖行业发展深度研究与投资前景分析报告（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/202311/671959.html>