

2020年中国外卖行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2020年中国外卖行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/469797469797.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

随着电话、手机、网络在生活中的普及，现如今外卖行业在我国得到迅速的发展。外卖即是将货品从商户通过外卖平台的调配，经过配送达到消费者手中，外卖行业发展到现在，除了经典的餐饮美食、生活超市、甜点饮品外，鲜花绿植、生鲜果蔬与医疗健康等品类也逐渐加入外卖行业。

外卖平台全方位满足各类需求

数据来源：公开资料整理

我国外卖行业自从诞生以来，大致经历了三个发展阶段，分别为开拓混乱期（2008年-2016年）、精耕期（2017年-2018年）以及精细化运营期（2019年至今）。

中国外卖行业的发展历程

数据来源：公开资料整理

我国外卖行业飞速发展，市场规模从2016年的1662.5亿元增长至2019年的5779.3亿元，复合年增长率达到36.55%；初步预计到2020年我国外卖行业市场规模将达到6646.2亿元。

2016-2020年中国外卖行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

中国外卖行业的市场渗透率也随着市场规模的快速增长而持续提升。2015年中国外卖行业的渗透率仅为4.2%；到2018年，外卖行业的渗透率达到10.8%，较上年提高3.3个百分点；2019年外卖行业渗透率达到13%，相较2018年提高了2.2个百分点。

2015-2019年中国外卖行业市场渗透率 数据来源：公开资料整理

从2015年以来，我国外卖用户规模快速增长，2019年6月用户规模为42118万人，较2018年底增长了1657万人，占整体网民的49.3%；截至2020年6月，我国在线外卖用户规模达到40903万人，较2019年底增加4867万人，使用率达到43.5%。

2015-2020年6月中国在线外卖用户规模及使用率 数据来源：公开资料整理

同时，我国外卖产业交易额也在逐年增长，近年来增速加快，占全国餐饮收入比重也逐渐提高。2017年中国外卖产业交易额为2969亿元，较上年增长66%，占全国餐饮收入比重的8%；到2018年，外卖产业交易额达到4614亿元，同比增长55.4%，占全国餐饮收入比重的11%。

2015-2019年中国外卖行业交易额、占全国餐饮收入比重 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，在我国外卖行业品类中，正餐仍占主导地位，占行业整体产品份额的75.4%；其次为甜点饮品，占比为14.2%；其他产品占比为10.4%。

2019年中国外卖用户外卖品类分布占比 数据来源：公开资料整理

据统计，在中国外卖行业中，不同年龄用户用餐人数相差较大。其中00后、90后消费人群主要为单人用餐，占比分别为73.7%、65.4%；80后与70后主要为单人（占比分别为44.5%、40.9%）、双人用餐（占比分别为35.6%、39.6%）；60后主要为双人用餐，占比为5

2.8%。

中国外卖行业不同年龄用户用餐人数分布 数据来源：公开资料整理

在我国主要外卖厂商中，美团外卖市场份额中稳居第一，2019年第三季度占比达到65.8%；饿了么排名第二，市场份额占比27%；然后是饿了么星选，占比5.2%；其他外卖品牌市场份额占比较少。

2019年Q3中国主流外卖品牌市场份额 数据来源：公开资料整理

2020年6月，中国在线外卖平台用户活跃人数最高的为美团外卖，达到5953.52万人，较上月增加4.5%；饿了么排名第二，用户活跃人数为5881.43万人，较上月下降4.37%；第三至五名依次为百度外卖、美团众包、蜂鸟众包，月活跃人数分别为819.87万人、100.27万人、67.1万人。

2020年6月中国在线外卖互联网产品用户活跃人数TOP5排行榜

排名

应用名

行业

活跃人数(万)

环比增幅 (%)

1

美团外卖

在线外卖

5953.52

4.50%

2

饿了么

在线外卖

5881.43

-4.37%

3

百度外卖

在线外卖

819.87

3.44%

4

美团众包

在线外卖

100.27

0.20%

5

蜂鸟众包

在线外卖

67.1

0.71%数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国外卖行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

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。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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、外卖行业基本情况介绍
- 三、外卖行业发展特点分析

第二节 中国外卖行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、外卖行业产业链条分析

三、中国外卖行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2020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 欧盟外卖行业地区市场分析

一、欧盟外卖行业市场现状分析

二、欧盟外卖行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟外卖行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界外卖行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球外卖行业市场规模预测

第三章 中国外卖产业发展环境分析

第一节 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、全社会消费品外卖总额

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 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

第三节 中国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 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

第三节 中国外卖行业供应情况分析

第四节 中国外卖行业需求情况分析

第五节 中国外卖行业供需平衡分析

第六节 中国外卖行业发展趋势分析

第五章 中国外卖所属行业运行数据监测

第一节 中国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 中国外卖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

第六章 2017-2020年中国外卖市场格局分析

第一节 中国外卖行业竞争现状分析

一、中国外卖行业竞争情况分析

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分析

二、中国外卖行业企业集中度分析

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

第五节 中国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

第七章 2017-2020年中国外卖行业需求特点与动态分析

第一节 中国外卖行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国外卖行业价格影响因素
- 二、中国外卖行业平均价格走势预测
- 三、中国外卖行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区外卖市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区外卖市场规模分析
- 四、华东地区外卖市场规模预测

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、华中地区外卖市场规模分析
- 四、华中地区外卖市场规模预测

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、华南地区外卖市场规模分析
- 四、华南地区外卖市场规模预测

第九章 2017-2020年中国外卖行业竞争情况

第一节 中国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 中国外卖行业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 中国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

第十章 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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国外卖行业市场发展预测

- 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

- 一、中国外卖行业毛利润同比增速预测
- 二、中国外卖行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国外卖行业投资风险与营销分析

第一节 外卖行业投资风险分析

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

第二节 外卖行业企业经营发展分析及建议

- 一、外卖行业经营模式
- 二、外卖行业销售模式
- 三、外卖行业创新方向

第三节 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 2021-2026年中国外卖行业发展战略及规划建议

第一节 中国外卖行业品牌战略分析

- 一、外卖企业品牌的重要性
- 二、外卖企业实施品牌战略的意义
- 三、外卖企业品牌的现状分析
- 四、外卖企业的品牌战略
- 五、外卖品牌战略管理的策略

第二节 中国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 中国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 2021-2026年中国外卖行业发展策略及投资建议

第一节 中国外卖行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国外卖行业定价策略分析

第三节 中国外卖行业营销渠道策略

一、外卖行业渠道选择策略

二、外卖行业营销策略

第四节 中国外卖行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国外卖行业重点投资区域分析

二、中国外卖行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/469797469797.html>