

2018年中国互联网外卖行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2018年中国互联网外卖行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/hulianwang/342718342718.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

2017年，中国互联网外卖行业的标志性大事件当属7月高铁外卖上线。互联网餐饮外卖行业高速发展，国防14部门联合发文网络订餐须有实体店和许可证。

随着“互联网+”的快速发展，我国互联网餐饮外卖呈现爆发式增长，越来越多的人尤其年轻人热衷于“叫外卖”。根据有关数据显示，2017年中国互联网餐饮外卖市场用户规模为3.2亿人，预计2018年用户规模将达3.6亿人。随着互联网人口红利的逐渐消退，外卖平台用户规模增速放缓。因此生态流量建设成为外卖业务竞争的关键点，各大外卖平台都在布局生态流量建设，以触达更广阔的消费人群，如饿了么通过手机淘宝、支付宝等带来用户，百度外卖通过百度地图及百度糯米等带来用户。

外卖兴起的原因主要有：

1、“懒人经济”促使周末日订单量超过工作日

最新数据显示，周末的外卖日平均订单数已经超过工作日的日平均订单数。由于工作繁忙、天气炎热/寒冷、家里不长做饭、外卖平台经常有优惠活动等原因已使平常42.7%的用户选择外卖解决工作餐，21.8%的用户不愿意在家做饭，外面订餐已经成为用户的使用习惯。“懒人经济”正在促使外卖市场蓬勃发展。

2、外卖不再只限于餐饮，全品类会有更大市场

目前外卖市场大多活跃在餐饮市场，而真正向我们敞开的是“万物”市场，他有着上万亿的市场规模。现在对于外卖的诠释是广义上的诠释，是一种外送方式，而不仅限于餐饮o2o，以后的所有日常消费品都是外卖市场的一部分。

3、一线城市继续领先，二三线城市潜力巨大

据悉，饿了么目前拥有三个平台：C端交易平台覆盖城市1400个，用户量超过1.3亿，加盟餐厅100万家；即时配送平台—蜂鸟，注册蜂鸟配送员300万人，自有配送员超过6000人，即时配送的标准人效日均35单，单均配送时长缩短至30分钟以内，日运单量突破450万。中国拥有660个市级行政区，2856个县级行政区。在饿了么及美团覆盖的城市中大部分一、二线城市，至于二三线城市及县级行政区还可大有作为。

4、用户消费品质提升，消费升级初见端倪

根据数据对比，可见男女订餐数量与单价都在上升，并且女性更注重订餐质量，客单价较高。2016-2017年互联网外卖订单数据对比

资料来源：观研天下数据中心整理（YM）

5、产业整合与深度合作显现优势

数据显示，对于饿了么拓展针对物流针对整个产业链中进行的拓展：物流端建立蜂鸟众包、供货端建立有菜、在商户端与部分商家进行深度合作等，对于外卖O2O市场的拓展具有积极的促进作用。其中深度合作的部分商家外卖成果已从销售额200多万，增长到月销售额1200多万。

未来，互联网外卖行业发展会有更多的想象力空间，随着国家的重视和互联网技术的发展，会呈现出新的特征：

1、行业发展环境进一步优化

一是食品安全领域法律规制持续完善。国务院办公厅《2017年食品安全重点工作安排》提出食品掺假造假行为直接入刑;国务院食品安全办等14部门联合发布《关于提升餐饮业质量安全水平的意见》，明确网络订餐提供者须有实体店和许可证;国家食品药品监督管理总局发布《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》。二是市场格局进一步集中。饿了么收购百度外卖,市场从“三分天下”过渡到美团外卖、饿了么、“双雄争霸”新阶段,平台资源进一步整合有助于企业精细化运营。

2、人工智能技术渗透

随着人工智能产业的快速发展，应用场景不断拓展，互联网餐饮外卖平台也逐步开始向技术密集型企业转型，利用系统的大数据分析、人工智能等科技创新实现外卖配送效率的提高和服务品质的提升。未来餐饮外卖行业的技术渗透将越来越深入，资金和技术将是进入市场的两大不可或缺的重要支撑条件。

观研天下发布的《2018年中国互联网外卖行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。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 2016-2018年中国互联网外卖行业发展概述

第一节 互联网外卖行业发展情况概述

一、互联网外卖行业相关定义

二、互联网外卖行业基本情况介绍

三、互联网外卖行业发展特点分析

第二节 中国互联网外卖行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网外卖行业产业链条分析

三、中国互联网外卖行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国互联网外卖行业生命周期分析

一、互联网外卖行业生命周期理论概述

二、互联网外卖行业所属的生命周期分析

第四节 互联网外卖行业经济指标分析

一、互联网外卖行业的赢利性分析

二、互联网外卖行业的经济周期分析

三、互联网外卖行业附加值的提升空间分析

第五节 国中互联网外卖行业进入壁垒分析

一、互联网外卖行业资金壁垒分析

二、互联网外卖行业技术壁垒分析

三、互联网外卖行业人才壁垒分析

四、互联网外卖行业品牌壁垒分析

五、互联网外卖行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网外卖行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网外卖行业发展历程回顾

第二节 全球互联网外卖行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网外卖行业地区市场分析

一、亚洲互联网外卖行业市场现状分析

二、亚洲互联网外卖行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网外卖行业市场前景分析

第四节 北美互联网外卖行业地区市场分析

一、北美互联网外卖行业市场现状分析

二、北美互联网外卖行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网外卖行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网外卖行业地区市场分析

一、欧盟互联网外卖行业市场现状分析

二、欧盟互联网外卖行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网外卖行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网外卖行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网外卖行业市场规模预测

第三章 中国互联网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、全社会消费品互联网外卖总额

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 中国互联网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 中国互联网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 中国互联网外卖行业运行情况

第一节 中国互联网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 中国互联网外卖行业市场规模分析

第三节 中国互联网外卖行业供应情况分析

第四节 中国互联网外卖行业需求情况分析

第五节 中国互联网外卖行业供需平衡分析

第六节 中国互联网外卖行业发展趋势分析

第五章 中国互联网外卖所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网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 中国互联网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 中国互联网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 2016-2018年中国互联网外卖市场格局分析

第一节 中国互联网外卖行业竞争现状分析

一、中国互联网外卖行业竞争情况分析

二、中国互联网外卖行业主要品牌分析

第二节 中国互联网外卖行业集中度分析

一、中国互联网外卖行业市场集中度分析

二、中国互联网外卖行业企业集中度分析

第三节 中国互联网外卖行业存在的问题

第四节 中国互联网外卖行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网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 2016-2018年中国互联网外卖行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网外卖行业消费特点

第二节 中国互联网外卖行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网外卖行业成本分析

第四节 互联网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 中国互联网外卖行业价格现状分析

第六节 中国互联网外卖行业平均价格走势预测

一、中国互联网外卖行业价格影响因素

- 二、中国互联网外卖行业平均价格走势预测
- 三、中国互联网外卖行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网外卖行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网外卖行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网外卖市场分析

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

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、华中地区互联网外卖市场规模分析
- 四、华中地区互联网外卖市场规模预测

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、华南地区互联网外卖市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网外卖行业竞争情况

第一节 中国互联网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 中国互联网外卖行业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 中国互联网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 互联网外卖行业企业分析（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、公司优劣势分析

第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网外卖行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网外卖行业未来发展前景分析

一、互联网外卖行业国内投资环境分析

二、中国互联网外卖行业市场机会分析

三、中国互联网外卖行业投资增速预测

第二节 中国互联网外卖行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网外卖行业市场发展预测

一、中国互联网外卖行业市场规模预测

二、中国互联网外卖行业市场规模增速预测

三、中国互联网外卖行业产值规模预测

四、中国互联网外卖行业产值增速预测

五、中国互联网外卖行业供需情况预测

第四节 中国互联网外卖行业盈利走势预测

一、中国互联网外卖行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网外卖行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网外卖行业投资风险与营销分析

第一节 互联网外卖行业投资风险分析

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

第二节 互联网外卖行业企业经营发展分析及建议

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

第三节 互联网外卖行业应对策略

- 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 2018-2024年中国互联网外卖行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网外卖行业品牌战略分析

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

第二节 中国互联网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 中国互联网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 2018-2024年中国互联网外卖行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网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 中国互联网外卖行业定价策略分析

第三节 中国互联网外卖行业营销渠道策略

一、互联网外卖行业渠道选择策略

二、互联网外卖行业营销策略

第四节 中国互联网外卖行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互联网外卖行业重点投资区域分析

二、中国互联网外卖行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/342718342718.html>