

中国餐饮外卖行业现状深度分析与发展前景研究 报告（2022-2029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《中国餐饮外卖行业现状深度分析与发展前景研究报告（2022-2029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/202202/575581.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

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。

资料来源：观研天下整理

一、行业现状

1、餐饮商户线上外卖业务收入比重逐年上升

当前我国餐饮商户多以中小微企业为主，且有60%以上的商户员工数量不足5名，近70%的餐饮商户是个体户，整个餐饮外卖行业餐饮商户的连锁化、规模化程度较低。

2020年受新冠肺炎疫情疫情影响，我国整个餐饮行业的收入出现近八年以来的首次下滑，同比下降16.6%。然而，与此同时，我国线上外卖却保持上升趋势，餐饮商户的线上外卖业务收入比重也呈现逐年上升态势。2015年我国线上外卖收入占餐饮总收入比重只有1.4%；2020年这一数据便增长至16.6%，餐饮业线上外卖的收入更是达到6561亿元，同比增长13.3%。外卖业务也成为了餐饮商户营收增长的重要突破口，我国餐饮外卖行业也借机得到了较快发展。

资料来源：国家信息中心

如今，在疫情防控常态化背景下，我国大部分商家对外卖平台的依赖性已经固化。据悉，我国有近50%的商户在疫情后投身于外卖经营，近32%的餐饮商户在疫情期间的的外卖收入占餐饮总收入比重有所提升。

就2021年11到12月餐饮商户外卖订单客单价均价分布来看，10-29元占据主导，占比达到74.6%；40-49元和10元以下占比较少，分别为3.6%和1.7%。

资料来源：公开资料整理

2、外卖骑手数量增加

随着我国餐饮外卖行业的快速发展，万吨外卖骑手数量也得到了增长。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。

资料来源：观研天下整理

就我国外卖骑手分类来看，可分为众包平台骑手和自营平台骑手，其中众包平台骑手多为兼职，自营平台骑手多为专职、全职。众包平台骑手入门门槛较低，只要在手机端下载APP，按照提示完成注册，便能很快通过审核。且因此很多人选择在该平台兼职，据悉，2021年我国有37%的外卖骑手表示自己有本职工作，送外卖只是兼职。而且，众包平台骑手的配送上线时间、接单时间也较为自由，因此有许多外卖骑手开始“一岗多职”“身兼数职”，在不同平台、多个渠道接单和兼职。根据饿了么2021年的问卷调研显示，有约22%的外卖员会在其他外卖平台从事配送工作。

另外，近年来，一些高学历骑手也开始入局。例如一些本科生、研究生利用假期兼职配送外卖，赚取生活费等。除了外卖骑手的高学历化趋势外，我国外卖员内部也有着晋升渠道，包括站长、配送经理、物流服务商总裁等，且骑手的晋升开始向着高能力人才倾斜。据悉，2021年有10203名业务出色的外卖员报名参加“网约配送员”职业培训。

资料来源：观研天下整理

3、外卖平台推行新费率模式

当前我国餐饮外卖行业的外卖平台，主要包括综合性外卖平台和垂直型外卖平台，其中综合性外卖平台占据市场大部分份额，在综合性外卖平台里，美团和饿了么两家基本形成了双寡头垄断。

过去，外卖平台和餐饮商户的“佣金矛盾”较为严重。通常，外卖平台需要抽取餐饮商户订单价格的20%-25%作为商家平台服务费。自2021年5月，美团、饿了么针对商家服务费进行了费率改革，推行费率透明化试点后，餐饮商户与外卖平台的“佣金矛盾”得到一定缓解。与旧的费率模式相比，我国外卖平台新的费率模式更加透明。

资料来源：观研天下整理

外卖平台推行了新的费率模式后，平台抽取餐饮商户外卖订单价格8%以下的佣金占比达到九成以上。其中有66.3%的餐饮商户只被抽取其外卖订单价格6%-8%的佣金。

资料来源：公开资料整理

4、餐饮外卖用户规模扩大

从餐饮外卖行业用户规模来看，近年来我国线上外卖用户规模整体得到扩大。特别是在2020年疫情爆发之后，2020年3月份我国线上外卖用户约为4亿人；到2020年12月份用户数量达到4.2亿人；到2021年6月份其数量更是增长至4.7亿人。用户规模的进一步扩大，让我国餐饮外卖行业有较为广阔的市场机会。

资料来源：公开资料整理

除此之外，从我国餐饮外卖行业消费者画像来看，有超过80%的用户年龄是分布在35岁以下；其中26-35岁用户占比最多，约为43.6%。城市分布来看，二三线城市外卖用户规模占比已经超一线城市，且一线城市外卖用户规模占比只有11.7%；四线及其以下城市外卖用户规模占比已经超过新一线城市。这主要是因为相较一线、新一线城市而言，低线城市的餐饮具有房租、人工、成本的优势，可完美兼顾堂食与外卖，更具有活力。

资料来源：公开资料整理

资料来源：公开资料整理

政策环境

1、新国标持续落地

2021年 2月23日，我国市场监督管理总局出台了两项关于外卖行业的国家标准，并从6月1日起开始实施。随着新国标的持续落地，餐饮商户也积极响应国家措施，目前已有近八成的餐饮商户主动践行了国标中倡导的行为，包括使用绿色环保可降解包装餐盒餐具；在外卖平台上详细描述外卖餐品信息；不主动提供一次性餐具；上线小份菜，减少浪费等等。

我国餐饮外卖行业国家新规范标准相关内容

名称

主要相关内容

《外卖餐品信息描述规范》

餐品信息是指餐品的相关的基本特征、属性的总称。外卖餐品描述的内容包括但不限于名称、品类、主要原料、口味、份量、图片、制作方法、口感等。

《绿色餐饮经营与管理》

餐饮企业和餐饮街区将节约、环保、放心、健康的经营理念贯穿于采购、仓储、加工、服务等多个环节，提供健康饮食及相关服务的经营服务活动。

资料来源：观研天下整理

2、发展改革委等14部出台《若干政策》（简称）

目前，根据中国饭店协会的调查显示，由于原料涨、消费降等因素，我国将有50%以上餐饮企业不得不关闭20%-80%的门店，3%的餐饮企业将完全退出行业。餐饮行业发展遇挫，不仅将威胁到我国餐饮外卖行业的发展，而且也会影响我国经济的走势。

为此，我国发改委正在引导外卖平台下调商务服务费，以帮助餐饮商家度过难关。今年2月18日，国家发展改革委等14部门近日印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》（简称《若干政策》），出台普惠性扶持纾困措施、针对性扶持纾困措施、精准实施疫情防控措施等三大方面共43项纾困措施。《若干政策》针对餐饮业特别提出，要积极引导外卖等互联网平台企业进一步下调餐饮业商户服务费标准，降低相关餐饮企业经营成本，引导互联网平台企业对疫情中高风险地区所在的县级行政区域内的餐饮企业，给予阶段性的商户服务费优惠。

资料来源：观研天下整理

三、行业发展趋势

此次我国发改委等部门引导外卖平台进一步下调佣金的《若干政策》文件发出后，美团股价迅速跳水，下跌14.86%；阿里巴巴股价业出现下跌，跌幅2.85%。

外卖平台的佣金抽成进一步下调，可以预见：餐饮商户可以把多出来的钱拿来补贴店铺租金等，其抗风险的能力将得到提高；一些相对专注外卖平台的商家，或将降低商品单价，从而进行薄利多销，消费者也可能从中收益。

而外卖平台短期内将面临承压，同时这也将促进外卖平台将对餐饮外卖业务进行更加精细化的运营，促使其更加主动的开拓延伸其他业务，优化收入结构，力图找到新的增长点，从而实现可持续发展。

外卖骑手方面，未来国家政策或将对外卖骑手提供更多的保障，且外卖骑手的专业技能、服务能力等将逐渐向上发展。这也将利用外卖骑手稳定性的提高，从而利用整个餐饮外卖行业的良性发展。

目前，我国餐饮外卖行业中，餐饮商户、外卖骑手、外卖平台三者是唇齿相依的命运共同体，当餐饮商户数量减少时，外卖平台的订单数量也将受到影响，平台收入也会不容乐观，骑手也将面临生存挑战。此次国家政策介入，引导外卖平台进一步降低佣金，为餐饮企业降费减压，长远来看，这将利于我国餐饮外卖行业的健康发展。上游餐饮商户健康增长，外卖平台的收入也将可观。（LQM）

观研报告网发布的《中国餐饮外卖行业现状深度分析与发展前景研究报告（2022-2029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。

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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国餐饮外卖行业发展概述

第一节 餐饮外卖行业发展情况概述

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

第二节 中国餐饮外卖行业生命周期分析

- 一、餐饮外卖行业生命周期理论概述
- 二、餐饮外卖行业所属的生命周期分析

第三节 餐饮外卖行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球餐饮外卖行业市场发展现状分析

第一节 全球餐饮外卖行业发展历程回顾

第二节 全球餐饮外卖行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲餐饮外卖行业地区市场分析

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

第四节 北美餐饮外卖行业地区市场分析

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

第五节 欧洲餐饮外卖行业地区市场分析

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

第六节 2022-2029年世界餐饮外卖行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球餐饮外卖行业市场规模预测

第三章 中国餐饮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

- 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

第二节我国宏观经济环境对餐饮外卖行业的影响分析

第三节中国餐饮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

第四节政策环境对餐饮外卖行业的影响分析

第五节中国餐饮外卖行业产业社会环境分析

第四章 中国餐饮外卖行业运行情况

第一节中国餐饮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

第二节中国餐饮外卖行业市场规模分析

- 一、影响中国餐饮外卖行业市场规模的因素
- 二、中国餐饮外卖行业市场规模
- 三、中国餐饮外卖行业市场规模解析

第三节中国餐饮外卖行业供应情况分析

- 一、中国餐饮外卖行业供应规模
- 二、中国餐饮外卖行业供应特点

第四节中国餐饮外卖行业需求情况分析

- 一、中国餐饮外卖行业需求规模
- 二、中国餐饮外卖行业需求特点

第五节中国餐饮外卖行业供需平衡分析

第五章 中国餐饮外卖行业产业链和细分市场分析

第一节中国餐饮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、餐饮外卖行业产业链图解

第二节中国餐饮外卖行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对餐饮外卖行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对餐饮外卖行业的影响分析

第三节我国餐饮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 2018-2022年中国餐饮外卖行业市场竞争分析

第一节中国餐饮外卖行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

第二节中国餐饮外卖行业竞争现状分析

- 一、中国餐饮外卖行业竞争格局分析
- 二、中国餐饮外卖行业主要品牌分析

第三节中国餐饮外卖行业集中度分析

- 一、中国餐饮外卖行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国餐饮外卖行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国餐饮外卖行业模型分析

第一节中国餐饮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

第二节中国餐饮外卖行业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、中国餐饮外卖行业SWOT分析结论

第三节中国餐饮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 2018-2022年中国餐饮外卖行业需求特点与动态分析

第一节中国餐饮外卖行业市场动态情况

第二节中国餐饮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

第三节餐饮外卖行业成本结构分析

第四节餐饮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

第五节中国餐饮外卖行业价格现状分析

第六节中国餐饮外卖行业平均价格走势预测

一、中国餐饮外卖行业平均价格趋势分析

二、中国餐饮外卖行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国餐饮外卖行业所属行业运行数据监测

第一节 中国餐饮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 中国餐饮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 中国餐饮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 2018-2022年中国餐饮外卖行业区域市场现状分析

第一节 中国餐饮外卖行业区域市场规模分析

影响餐饮外卖行业区域市场分布的因素

中国餐饮外卖行业区域市场分布

第二节 中国华东地区餐饮外卖行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 华东地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 华南地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 华东地区餐饮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、华中地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 华中地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 华中地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 华中地区餐饮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、华南地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 华南地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 华南地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 华南地区餐饮外卖行业市场规模预测

第五节华北地区餐饮外卖行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 华北地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 华北地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 华北地区餐饮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、东北地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 东北地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 东北地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 东北地区餐饮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、西南地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 西南地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 西南地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 西南地区餐饮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、西北地区餐饮外卖行业市场分析

(1) 西北地区餐饮外卖行业市场规模

(2) 西北地区餐饮外卖行业市场现状

(3) 西北地区餐饮外卖行业市场规模预测

第十一章 餐饮外卖行业企业分析（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 2022-2029年中国餐饮外卖行业发展前景分析与预测

第一节中国餐饮外卖行业未来发展前景分析

一、餐饮外卖行业国内投资环境分析

二、中国餐饮外卖行业市场机会分析

三、中国餐饮外卖行业投资增速预测

第二节中国餐饮外卖行业未来发展趋势预测

第三节中国餐饮外卖行业规模发展预测

一、中国餐饮外卖行业市场规模预测

二、中国餐饮外卖行业市场规模增速预测

三、中国餐饮外卖行业产值规模预测

四、中国餐饮外卖行业产值增速预测

五、中国餐饮外卖行业供需情况预测

第四节中国餐饮外卖行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国餐饮外卖行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国餐饮外卖行业进入壁垒分析

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

第二节餐饮外卖行业风险分析

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

第三节中国餐饮外卖行业存在的问题

第四节中国餐饮外卖行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国餐饮外卖行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国餐饮外卖行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国餐饮外卖行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节餐饮外卖行业营销策略分析

- 一、餐饮外卖行业产品营销
- 二、餐饮外卖行业定价策略
- 三、餐饮外卖行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202202/575581.html>