

2020-2026年中国外卖市场 深度分析与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国外卖市场深度分析与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/172345.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

餐饮外卖市场格局基本稳定，竞争呈现两强对峙格局。2017年8月，饿了么正式合并百度外卖后，互联网餐饮外卖市场彻底从“三分天下”转变为“两强对峙”的局面，市场高度集中且格局基本稳定。从2017年第一季度开始，饿了么+美团外卖的市场份额持续走高，到第四季度占比达87.5%。2017年全年，饿了么+百度外卖的市场份额领先，达50.6%；美团外卖市场份额为41.8%，紧随其后。2017Q1-Q4中国外卖市场份额占比

中企顾问网发布的《2020-2026年中国外卖市场深度分析与投资前景评估报告》共十六章。首先介绍了外卖相关概念及发展环境，接着分析了中国外卖规模及消费需求，然后对中国外卖市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国外卖面临的机遇及发展前景。您若想对中国外卖有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章2016-2018年中国外卖行业运行现状分析

第一节中国外卖行业发展概述

第二节中国外卖行业发展历程

第三节中国外卖行业特点

第四节中国外卖行业占有情况2017年中国外卖市场份额占比

第五节中国外卖发展所处的阶段

第六节 外卖分类情况

第七节 外卖产业链分析

一、产业链模型介绍

二、外卖产业链模型分析

第八节中国外卖行业存在的问题及对策

第二章2016-2018年中国外卖行业发展环境分析

第一节2016-2018年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 外卖行业相关政策

一、国家“十二五”产业政策

二、其他相关政策

三、出口关税政策

第三节 2016-2018年中国外卖行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第四节 人民币升值对行业的影响

第五节 国务院公布九大行业淘汰落后产能名单

第六节 外卖行业未来发展运行环境分析

第三章 中国外卖产业生产现状分析

第一节 外卖行业总体规模

第二节 外卖产能概况

一、2016-2018年产能分析

二、2016-2018年产能预测

第三节 外卖市场容量概况

一、2016-2018年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2016-2018年市场容量预测

第四节 外卖产业的生命周期分析

第五节 外卖进出口统计

一、外卖进口统计

二、外卖出口统计

第六节 外卖产业供需情况

第四章 外卖国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2016-2018年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节2016-2018年国内产品未来价格走势预测

第五章2016-2018年我国外卖行业发展现状分析

第一节我国外卖行业发展现状

- 一、外卖行业品牌发展现状
- 二、外卖行业需求市场现状
- 三、外卖市场需求层次分析
- 四、我国外卖市场走向分析

第二节中国外卖产品技术分析

- 一、2016-2018年外卖产品技术变化特点
- 二、2016-2018年外卖产品市场的新技术
- 三、2016-2018年外卖产品市场现状分析

第三节中国外卖行业存在的问题

- 一、外卖产品市场存在的主要问题
- 二、国内外卖产品市场的三大瓶颈
- 三、外卖产品市场遭遇的规模难题

第四节对中国外卖市场的分析及思考

- 一、外卖市场特点
- 二、外卖市场分析
- 三、外卖市场变化的方向
- 四、中国外卖行业发展的新思路
- 五、对中国外卖行业发展的思考

第六章2016-2018年中国外卖行业发展概况

第一节2016-2018年中国外卖市场发展分析

- 一、外卖市场整体发展分析
- 二、外卖市场规模分析
- 三、外卖价格走势分析
- 四、外卖消费市场状况

第二节2016-2018年外卖行业市场现状分析

- 一、外卖生产总体情况
- 二、外卖产品销售情况

三、外卖行业供给平衡分析

四、外卖行业供需分析

第三节2016-2018年外卖产业竞争态势分析

第七章 外卖行业市场竞争策略分析

第一节行业竞争结构分析

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 外卖市场竞争策略分析

一、外卖市场增长潜力分析

二、外卖产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 外卖企业竞争策略分析

一、2016-2018年我国外卖市场竞争趋势

二、2016-2018年外卖行业竞争格局展望

三、2016-2018年外卖行业竞争策略分析

第八章2016-2018年中国外卖产业市场竞争格局分析

第一节2016-2018年中国外卖产业竞争现状分析

一、外卖产业竞争力分析

二、外卖技术竞争分析

三、外卖成本竞争分析

四、外卖品牌竞争分析

五、外卖价格竞争分析

第二节中国外卖产业集中度分析

一、外卖产量集中度分析

二、外卖生产企业集中度分析

三、外卖市场集中度分析

第三节我国外卖行业(SWOT)分析

- 一、 外卖机会
- 二、 外卖威胁
- 三、 外卖优势
- 四、 外卖劣势

第四节中国外卖企业提升竞争力策略分析

第九章2016-2018年外卖行业投资与发展前景全面分析

第一节2016-2018年外卖行业投资情况分析

- 一、 2016-2018年总体投资结构
- 二、 2016-2018年投资规模情况
- 三、 2016-2018年投资增速情况
- 四、 2016-2018年分地区投资分析

第二节 外卖行业投资机会分析

- 一、 外卖投资项目分析
- 二、 可以投资的外卖模式
- 三、 2016-2018年外卖投资机会
- 四、 2016-2018年外卖投资新方向

第三节 外卖行业发展前景分析

- 一、 金融危机下外卖市场的发展前景
- 二、 2016-2018年外卖市场面临的发展商机

第十章2016-2018年中国外卖行业发展前景预测分析

第一节2016-2018年中国外卖行业发展预测分析

- 一、 未来外卖发展分析
- 二、 未来外卖行业技术开发方向
- 三、 总体行业“十二五”整体规划及预测

第二节2016-2018年中国外卖行业市场前景分析

- 一、 产品差异化是企业发展的方向
- 二、 渠道重心下沉

第十一章 2020-2026年餐饮外卖产业园区投资发展前景研究

第一节餐饮外卖产业园区项目的必要性研究

- 一、国家政策要求
- 二、经济发展要求
- 三、产业升级要求
- 四、环保发展要求
- 五、资源发展要求

第二节餐饮外卖产业园区项目的可行性研究

- 一、经济可行性
- 二、政策可行性
- 三、技术可行性
- 四、财务可行性
- 五、管理可行性
- 六、投资必要性

第三节餐饮外卖产业园区投资变量因素研究

- 一、政策变量
- 二、竞争变量
- 三、区位变量
- 四、人力变量
- 五、环境变量

第十二章2016-2018年外卖行业发展趋势及投资风险分析

第一节当前外卖存在的投资风险问题

第二节 外卖未来发展预测分析

- 一、中国外卖发展方向分析
- 二、2016-2018年中国外卖行业发展规模
- 三、2016-2018年中国外卖行业发展趋势预测

第三节2016-2018年中国外卖行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 外卖国内重点生产厂家分析

第一节 美团

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 饿了么

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 百度外卖

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 大众点评

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 口碑外卖

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十四章 2016-2018年外卖地区销售分析

第一节 中国外卖区域销售市场结构变化

第二节 外卖“东北地区”销售分析

- 一、2016-2018年东北地区销售规模
- 二、东北地区“规格”销售分析

三、2016-2018年东北地区“规格”销售规模分析

第三节 外卖“华北地区”销售分析

一、2016-2018年华北地区销售规模

二、华北地区“规格”销售分析

三、2016-2018年华北地区“规格”销售规模分析

第四节 外卖“中南地区”销售分析

一、2016-2018年中南地区销售规模

二、中南地区“规格”销售分析

三、2016-2018年中南地区“规格”销售规模分析

第五节 外卖“华东地区”销售分析

一、2016-2018年华东地区销售规模

二、华东地区“规格”销售分析

三、2016-2018年华东地区“规格”销售规模分析

第六节 外卖“西北地区”销售分析

一、2016-2018年西北地区销售规模

二、西北地区“规格”销售分析

第十五章2016-2018年外卖市场指标预测及行业项目投资建议

第一节中国外卖行业市场发展趋势预测

第二节 外卖产品投资机会

第三节 外卖产品投资趋势分析

第四节2016-2018年中国外卖市场规模需求供给预测

一、2016-2018年中国外卖市场规模预测

二、2016-2018年中国外卖行业投资方向预测

三、2016-2018年中国外卖市场供给量预测

四、2016-2018年中国外卖市场需求量预测

五、2016-2018年中国外卖市场产量预测

六、2016-2018年中国外卖市场盈利能力预测

第五节2016-2018年中国外卖行业发展影响因素分析

一、2016-2018年外卖行业有利因素分析

二、2016-2018年外卖行业不利因素分析

第六节项目投资建议

- 一、行业投资环境考察
- 二、投资风险及控制策略
- 三、产品投资方向建议
- 四、项目投资建议
- 1、技术应用注意事项
- 2、项目投资注意事项
- 3、生产开发注意事项
- 4、销售注意事项

第七节中国“十二五”规划对外卖行业影响分析

第十六章 2016-2018年中国外卖行业投资战略研究

第一节2016-2018年中国外卖行业投资策略分析

- 一、外卖投资策略
- 二、外卖投资筹划策略
- 三、2016-2018年外卖品牌竞争战略

第二节2016-2018年中国外卖行业品牌建设策略

- 一、外卖的规划
- 二、外卖的建设
- 三、外卖业成功之道

图表目录：

图表2016-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表2016-2018年中国外卖行业市场容量预测图

图表2016-2018年中国外卖行业产量预测

图表2018年中国外卖占有情况

图表2016-2018年影响外卖行业运行的有利因素

图表2016-2018年影响外卖行业运行的不利因素

图表2016-2018年我国外卖行业发展面临机遇

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/172345.html>