

2020-2026年中国餐饮外卖 市场深度分析与投资分析报告

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年中国餐饮外卖市场深度分析与投资分析报告》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/202008/179716.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

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。

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。

2019年中国互联网餐饮外卖市场用户规模为3.2亿人，预计2019年用户规模将达3.6亿人。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国餐饮外卖市场深度分析与投资分析报告》共十七章。首先介绍了中国餐饮外卖行业市场发展环境、餐饮外卖整体运行态势等，接着分析了中国餐饮外卖行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮外卖市场竞争格局。随后，报告对餐饮外卖做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国餐饮外卖行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮外卖产业有个系统的了解或者想投资中国餐饮外卖行业，本报告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：

第一部分行业发展现状

第一章餐饮外卖行业概述

第一节餐饮业的介绍

一、餐饮业的定义

二、餐饮业的分类

三、餐饮消费的六种类型

四、餐饮业的经济地位和作用

第二节餐饮外卖业的概述

一、餐饮外卖的定义

二、餐饮外卖简单分类

三、餐饮外卖业的特点

四、餐饮外卖的经营形式

第三节餐饮外卖的其他概念

一、餐饮外卖起源

二、我国餐饮外卖发展历程

三、现代餐饮外卖企业概述

四、餐饮外卖的作用与地位

五、餐饮外卖产业化的内涵

六、餐饮外卖业的发展规律

七、餐饮外卖的健康问题

八、餐饮外卖的概念

第二章2013-2019年国际餐饮外卖行业发展现状分析

第一节2013-2019年国际餐饮外卖行业概况

一、国际餐饮外卖行业发展历程

二、国际餐饮外卖行业发展面临的问题

三、国际餐饮外卖行业技术发展现状及趋势

第二节2013-2019年西式餐饮外卖的发展状况

一、洋餐饮外卖开进机场分析

二、洋餐饮外卖全天候餐厅成为新宠

三、肯德基与麦当劳的启迪

第三节2013-2019年西式餐饮外卖的投资策略

一、洋餐饮外卖的制胜之道

二、西式餐饮外卖本土化发展

三、美式餐饮外卖的中国市场战略

第四节2013-2019年主要国家餐饮外卖行业发展借鉴

一、美国

二、英国

三、日本

第三章2013-2019年中国餐饮外卖行业发展现状分析

第一节2013-2019年中国餐饮外卖行业整体发展概况

一、2013-2019年餐饮业利润情况

二、餐饮业经营陷入困境

三、餐饮业服务水平和餐饮卫生质量

四、方便快捷的要求

第二节中国餐饮外卖业市场发展的状况

一、我国餐饮外卖业起步和发展速度

二、我国餐饮外卖业经营主体

三、我国餐饮外卖业经营方式分析

四、我国餐饮外卖业服务领域分析

第三节2013-2019年中国餐饮外卖业市场发展分析

一、食品安全问题对餐饮外卖业市场发展的影响

二、2013-2019年餐饮外卖市场价格情况

三、2013-2019年餐饮外卖价格分析

四、2013-2019年餐饮外卖业成本问题分析

五、2013-2019年休闲餐饮外卖产业发展潜力分析

第四节中国餐饮外卖业市场形势分析

一、到2013-2019年中国餐饮外卖业的市场发展态势

二、餐饮外卖品牌以集群形式发展态势

三、联合采购中的保密问题

四、餐饮外卖的休闲化发展趋势

第五节2013-2019年中国餐饮外卖行业市场消费者调查分析

一、消费者对西式餐饮外卖的偏好程度分析

二、消费者对西式餐饮外卖就餐形式的选择

三、消费者到西式餐饮外卖店消费的周期

四、消费者中去西式餐饮外卖店消费的金额

五、写字楼里的公司员工人数分布情况

六、写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

七、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

八、消费者对不同价格的午饭接受情况

九、消费者最喜欢的餐饮外卖食品

十、消费者选择餐饮外卖的决定因素

第四章中国餐饮外卖市场发展分析

第一节 餐饮外卖市标准化分析

一、餐饮外卖产业化、标准化情况

二、餐饮外卖标准化问题及其影响

三、餐饮外卖市场标准化投资策略

第二节 餐饮外卖市场发展状况

一、2013-2019年餐饮外卖市场发展情况

二、餐饮外卖发展的有利因素

三、餐饮外卖发展制约因素

四、餐饮外卖的国际化发展

第三节 餐饮外卖趋势预测和机遇

一、餐饮外卖长期趋势预测分析

二、2020-2026年餐饮外卖市场趋势预测

三、餐饮外卖发展的新机遇

第四节 2013-2019年中国地区餐饮外卖食品的发展形式

一、云南的过桥米线

二、新疆的烤羊肉串

三、北京的烤鸭

四、河南的烩面

五、福建的沙县小吃

六、陕西的凉皮肉夹馍

七、兰州的牛肉拉面

第五章 中国西式餐饮外卖市场发展分析

第一节 西式餐饮外卖市场发展状况

一、2013-2019年西式餐饮外卖市场价格情况

二、2013-2019年西式餐饮外卖市场发展动态

三、洋餐饮外卖加速本土化及其原因分析

四、餐饮外卖巨头麦可斯加速进军中国市场

第二节 西式餐饮外卖市场的前景和潜力研究

一、西式餐饮外卖市场前景

二、西式餐饮外卖早餐市场潜力

第六章中国餐饮外卖行业区域市场调研

第一节北京市

- 一、餐饮外卖行业现状
- 二、餐饮外卖市场格局
- 三、餐饮外卖消费者分析
- 四、餐饮外卖行业发展趋势

第二节上海市

第三节广州市

第四节深圳市

第五节成都市

第二部分行业竞争格局

第七章餐饮外卖行业竞争分析

第一节餐饮外卖业竞争分析

- 一、中国餐饮外卖业竞争格局
- 二、2013-2019年餐饮外卖企业竞争优势分析
- 三、餐饮外卖行业中西式竞争现状
- 四、2013-2019年外企早餐市场竞争动态
- 五、2013-2019年中外企业奥运餐饮外卖市场竞争分析

第二节2013-2019年餐饮外卖竞争分析

- 一、2013-2019年餐饮外卖市场竞争情况分析
- 二、2013-2019年餐饮外卖市场竞争形势分析

第三节2015-2019年中国餐饮外卖行业竞争分析及2018-2023年预测

- 一、2013-2019年集中度分析及预测
- 二、2013-2019年SWOT分析及预测
- 三、2013-2019年进入退出状况分析及预测
- 四、2013-2019年生命周期分析及预测

第八章餐饮外卖企业竞争策略分析

第一节餐饮外卖市场竞争策略分析

- 一、2013-2019年餐饮外卖市场增长潜力分析
- 二、2013-2019年餐饮外卖主要潜力品种分析

三、现有餐饮外卖竞争策略分析

四、餐饮外卖潜力品种竞争策略选择

五、典型企业品种竞争策略分析

第二节餐饮外卖企业竞争策略分析

一、欧债危机对餐饮外卖行业竞争格局的影响

二、欧债危机后餐饮外卖行业竞争格局的变化

三、2020-2026年中国餐饮外卖市场竞争趋势

四、2020-2026年餐饮外卖行业竞争格局展望

五、2020-2026年餐饮外卖行业竞争策略分析

六、2020-2026年餐饮外卖企业竞争策略分析

第九章世界餐饮外卖重点企业竞争分析

第一节肯德基

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第二节麦当劳

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第三节德克士

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第四节吉野家

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第五节必胜客

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第十章国内餐饮外卖重点企业竞争分析

第一节真功夫

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第二节面点王

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第三节马兰拉面

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第四节大娘水饺

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第五节吉祥馄饨

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、投资前景

第六节丽华快餐

第七节永和豆浆

第八节功夫小子快餐

第九节炙口福快餐

第十节好口福

第三部分市场趋势调查

第十一章餐饮外卖业发展趋势分析

第一节我国餐饮业的发展预测

- 一、2013-2019年餐饮业的发展走势
- 二、2020-2026年餐饮业消费发展预测
- 三、2020-2026年餐饮业的市场发展预测
- 四、2020-2026年餐饮业的机遇发展预测
- 五、2020-2026年中国餐饮业发展预测

第二节中国餐饮外卖行业发展趋势分析

- 一、我国餐饮外卖业发展的趋势及对策
- 二、2013-2019年中国餐饮外卖行业发展趋势
- 三、20187年中国餐饮外卖行业市场规模预测
- 四、2020-2026年餐饮外卖食品行业发展趋势

第三节2020-2026年餐饮外卖市场发展趋势分析

- 一、餐饮外卖国内餐饮外卖市场竞争趋势
- 二、餐饮外卖标准化发展趋势
- 三、餐饮外卖产业化进程趋势
- 四、餐饮外卖市场发展趋势
- 五、餐饮外卖企业联合发展趋势

第十二章餐饮外卖行业发展预测

第一节2020-2026年餐饮外卖市场趋势分析

- 一、2013-2019年餐饮外卖市场趋势总结
- 二、2020-2026年餐饮外卖发展趋势分析
- 三、2020-2026年餐饮外卖市场发展空间
- 四、2020-2026年餐饮外卖产业政策趋向

五、2020-2026年餐饮外卖价格走势分析

第二节2020-2026年餐饮外卖市场预测

一、2020-2026年餐饮外卖市场结构预测

二、2020-2026年餐饮外卖市场需求前景

三、2020-2026年餐饮外卖市场价格预测

四、2020-2026年餐饮外卖行业集中度预测

第四部分投资规划建议研究

第十三章餐饮外卖行业投资现状分析

第一节2013-2019年餐饮外卖行业投资情况分析

一、2013-2019年总体投资及结构

二、2013-2019年投资规模情况

三、2013-2019年投资增速情况

五、2013-2019年分地区投资分析

六、2013-2019年外商投资情况

第二节2013-2019年餐饮外卖行业投资情况分析

一、2013-2019年总体投资及结构

二、2013-2019年投资规模情况

三、2013-2019年投资增速情况

五、2013-2019年分地区投资分析

六、2013-2019年外商投资情况

第十四章餐饮外卖行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2013-2019年我国宏观经济运行情况

二、2020-2026年我国宏观经济形势分析

三、2020-2026年投资前景及其影响预测

第二节政策法规环境分析

一、2013-2019年餐饮外卖行业政策环境

二、2013-2019年国内宏观政策对其影响

三、2013-2019年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2013-2019年社会环境发展分析
- 三、2020-2026年社会环境对行业的影响分析

第十五章 餐饮外卖行业投资机会与风险

第一节 餐饮外卖行业投资效益分析

- 一、2013-2019年餐饮外卖行业投资状况分析
- 二、2020-2026年餐饮外卖行业投资效益分析
- 三、2020-2026年餐饮外卖行业投资前景预测
- 四、2020-2026年餐饮外卖行业的投资方向
- 五、2020-2026年餐饮外卖行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响餐饮外卖行业发展的主要因素

- 一、2020-2026年影响餐饮外卖行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响餐饮外卖行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响餐饮外卖行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年中国餐饮外卖行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年中国餐饮外卖行业发展面临的机遇分析

第三节 餐饮外卖行业投资前景及控制策略分析

- 一、2020-2026年餐饮外卖行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年餐饮外卖行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年餐饮外卖行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年餐饮外卖同业竞争风险及控制策略
- 五、2020-2026年餐饮外卖行业其他风险及控制策略

第十六章 餐饮外卖行业投资规划建议研究

第一节 餐饮外卖行业投资前景研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节对餐饮外卖品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、餐饮外卖实施品牌战略的意义

三、餐饮外卖企业品牌的现状分析

四、餐饮外卖企业的品牌战略

五、餐饮外卖品牌战略管理的策略

第三节投资建议

一、2013-2019年餐饮外卖行业投资规划建议

二、2013-2019年餐饮外卖行业投资规划建议

三、2020-2026年餐饮外卖行业投资规划建议

四、2020-2026年细分行业投资规划建议

第十七章餐饮外卖业投资策略分析（ ）

第一节餐饮外卖行业投资策略

一、市场定位和本质特征的坚持策略

二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略

三、开拓创新策略

四、连锁扩张策略分析

五、特许连锁同直营连锁共同投资策略分析

六、规模效益策略分析

七、人才策略分析

第二节餐饮外卖行业中小企业投资前景

一、企业的战略规划

二、市场竞争策略

三、战略实施程度

第三节饮外卖投资策略

一、产品开发策略

二、连锁经营策略

三、促销策略

四、餐饮外卖企业发展壮大策略（ ）

图表目录：

图表国外外卖行业发展

图表2013-2019年消费者对西式餐饮外卖的偏好程度

图表2013-2019年消费者对西式餐饮外卖就餐形式的选择

图表2013-2019年消费者到西式餐饮外卖店消费的周期

图表2013-2019年消费者中去西式餐饮外卖店消费的金额

图表2013-2019年写字楼里的公司员工人数分布情况

图表2013-2019年写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

图表2013-2019年消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

图表2013-2019年消费者对不同价格的午饭接受情况

图表2013-2019年消费者最喜欢的餐饮外卖食品

图表2013-2019年消费者选择餐饮外卖的决定因素

图表中国外卖O2O行业发展现状

图表外卖发展趋势

图表外卖市场空间

图表外卖o2o与电话外卖对比

图表2013-2019年餐饮外卖投资结构

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179716.html>