

2022-2028年中国外卖行业 分析与市场运营趋势报告

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

《2022-2028年中国外卖行业分析与市场运营趋势报告》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/202201/261856.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

一二线城市目前仍是外卖主要市场，市场份额超过 72%。2019 年上半年我国外卖行业交易额的 72.5%在一二线城市产生，三线及以下城市占 27.5%。三线及以下城市拥有我国 52.5% 的网民，其外卖用户占全国外卖用户的 35.2%，而一二线城市都在拥有相对较少网民数量的同时拥有相对较多的外卖用户。主要原因是一二线城市通常上班族通勤时间长、家庭规模更小，外卖替代了很大一部分家庭烹饪的需求。2019年上半年中国外卖行业交易额城市分布2019年上半年外卖用户及互联网网民城市分布

中企顾问网发布的《2022-2028年中国外卖行业分析与市场运营趋势报告》共十三章。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 产业环境透视

第一章 外卖行业发展综述

第一节 外卖行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 外卖行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国外卖行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 外卖行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 外卖行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 外卖行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、外卖产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、外卖产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章 国际外卖行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球外卖市场总体情况分析

一、全球外卖行业的发展特点

二、全球外卖市场结构

三、全球外卖行业发展分析

四、全球外卖行业竞争格局

五、全球外卖市场区域分布

六、国际重点外卖企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

1、欧洲外卖行业发展概况

2、欧洲外卖市场结构及运营情况

3、2022-2028年欧洲外卖行业发展前景预测

二、北美

1、北美外卖行业发展概况

2、北美外卖市场结构及运营情况

3、2022-2028年北美外卖行业发展前景预测

三、日本

1、日本外卖行业发展概况

2、日本外卖市场结构及运营情况

3、2022-2028年日本外卖行业发展前景预测

四、韩国

1、韩国外卖行业发展概况

2、韩国外卖市场结构及运营情况

3、2022-2028年韩国外卖行业发展前景预测

五、其他国家地区

第二部分 行业深度分析

第四章 我国外卖行业运行现状分析

第一节 我国外卖行业发展状况分析

一、我国外卖行业发展阶段

二、我国外卖行业发展总体概况

三、我国外卖行业发展特点分析

四、我国外卖行业商业模式分析

第二节 外卖行业发展现状

一、我国外卖行业市场规模

二、我国外卖行业发展分析

三、中国外卖企业发展分析

第三节 外卖市场情况分析

一、中国外卖市场总体概况

二、中国外卖产品市场发展分析

第五章 2022-2028年我国外卖市场供需形势分析

第一节 我国外卖市场供需分析

一、我国外卖行业供给情况

1、我国外卖行业供给分析

2、我国外卖行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、我国外卖行业需求情况

1、外卖行业需求市场

2、外卖行业客户结构

2019年上半年外卖行业新增用户方面，相较2018年上半年，一线城市占比下降、二三线城市占比增加，其中三线城市最多，为44.2%。另外，三线及以下城市外卖用户日均启动外卖平台的次数由2018年上半年的2.4次增长至2019年上半年的3.7次。未来三四线及以下城市的外卖市场份额占比有望进一步提升。2018年上半年-2019年上半年外卖行业新增用户城市分布2018年-2019年上半年三线及以下城市日均启动独立APP次数

3、外卖行业需求的地区差异

三、我国外卖行业供需平衡分析

第二节 外卖产品市场应用及需求预测

一、外卖产品应用市场总体需求分析

1、外卖产品应用市场需求特征

2、外卖产品应用市场需求总规模

二、2022-2028年外卖行业领域需求量预测

1、2022-2028年外卖行业领域需求服务功能预测

2、2022-2028年外卖行业领域需求服务市场格局预测

第三部分 市场全景调研

第六章 我国外卖行业营销趋势及策略分析

第一节 外卖行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、外卖营销环境分析与评价

- 1、国际环境下的外卖
- 2、企事业需求下的外卖
- 3、我国外卖市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 外卖行业营销策略分析

一、中国外卖营销概况

二、外卖营销策略探讨

- 1、中国外卖产品营销策略浅析
- 2、外卖新产品的市场推广策略
- 3、外卖细分产品营销策略分析

第三节 外卖营销的发展趋势

- 一、未来外卖市场营销的出路
- 二、中国外卖营销的趋势预测

第四部分 竞争格局分析

第七章 外卖行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 外卖区域市场分析

一、东北地区外卖市场分析

- 1、黑龙江省外卖市场分析
- 2、吉林省外卖市场分析
- 3、辽宁省外卖市场分析

二、华北地区外卖市场分析

- 1、北京市外卖市场分析
- 2、天津市外卖市场分析
- 3、河北省外卖市场分析

三、华东地区外卖市场分析

- 1、山东省外卖市场分析
- 2、上海市外卖市场分析
- 3、江苏省外卖市场分析
- 4、浙江省外卖市场分析
- 5、福建省外卖市场分析
- 6、安徽省外卖市场分析

四、华南地区外卖市场分析

- 1、广东省外卖市场分析
- 2、广西省外卖市场分析
- 3、海南省外卖市场分析

五、华中地区外卖市场分析

- 1、湖北省外卖市场分析
- 2、湖南省外卖市场分析
- 3、河南省外卖市场分析

六、西南地区外卖市场分析

- 1、四川省外卖市场分析
- 2、云南省外卖市场分析
- 3、贵州省外卖市场分析

七、西北地区外卖市场分析

- 1、甘肃省外卖市场分析
- 2、新疆自治区外卖市场分析

3、陕西省外卖市场分析

第八章 2022-2028年外卖行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、外卖行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、外卖行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、外卖行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、外卖行业SWOT分析

- 1、外卖行业优势分析
- 2、外卖行业劣势分析
- 3、外卖行业机会分析
- 4、外卖行业威胁分析

第二节 中国外卖行业竞争格局综述

一、外卖行业竞争概况

- 1、中国外卖行业品牌竞争格局
- 2、外卖业未来竞争格局和特点
- 3、外卖市场进入及竞争对手分析

二、中国外卖行业竞争力分析

- 1、我国外卖行业竞争力剖析
- 2、我国外卖企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内外卖企业竞争能力提升途径

三、外卖行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 外卖行业竞争格局分析

- 一、国内外外卖竞争分析
- 二、我国外卖市场竞争分析
- 三、我国外卖市场集中度分析
- 四、国内主要外卖企业动向
- 五、国内外卖企业拟在建项目分析

第九章 外卖行业领先企业经营形势分析

第一节 中国外卖企业总体发展状况分析

- 一、外卖企业主要类型
- 二、外卖企业资本运作分析
- 三、外卖企业创新及品牌建设
- 四、外卖企业国际竞争力分析
- 五、外卖行业企业排名分析

第二节 中国领先外卖企业经营形势分析

一、百胜(中国)投资有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析

二、麦当劳(中国)有限公司

- 1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

三、真功夫餐饮管理有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

四、顶新国际集团

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

五、百胜(中国)投资有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

六、常州丽华快餐集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2022-2028年外卖行业前景及投资价值

第一节 外卖行业五年规划现状及未来预测

一、 “十二五”期间外卖行业运行情况

二、 “十二五”期间外卖行业发展成果

三、 外卖行业“十三五”发展方向预测

第二节 2022-2028年外卖市场发展前景

一、 2022-2028年外卖市场发展潜力

二、2022-2028年外卖市场发展前景展望

第三节 2022-2028年外卖市场发展趋势预测

一、2022-2028年外卖行业发展趋势

二、2022-2028年外卖市场规模预测

三、2022-2028年外卖行业应用趋势预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 外卖行业投资特性分析

一、外卖行业进入壁垒分析

二、外卖行业盈利因素分析

三、外卖行业盈利模式分析

第六节 2022-2028年外卖行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十一章 2022-2028年外卖行业投资机会与风险防范

第一节 外卖行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、外卖行业投资现状分析

1、外卖产业投资经历的阶段

2、2018年外卖行业投资状况回顾

(1) 总体投资及结构

(2) 投资规模及增速分析

(3) 分行业投资分析

(4) 分地区投资分析

(5) 外商投资分析

3、中国外卖行业风险投资状况

4、我国外卖行业的投资态势

第二节 2022-2028年外卖行业投资机会

一、产业链投资机会

二、重点区域投资机会

三、外卖行业投资机遇

第三节 2022-2028年外卖行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国外卖行业投资建议

一、外卖行业未来发展方向

二、外卖行业主要投资建议

三、中国外卖企业融资分析

1、中国外卖企业IPO融资分析

2、中国外卖企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 外卖行业发展战略研究

第一节 外卖行业发展战略研究

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

第二节 对我国外卖品牌的战略思考

一、外卖品牌的重要性

二、外卖实施品牌战略的意义

三、外卖企业品牌的现状分析

四、我国外卖企业的品牌战略

五、外卖品牌战略管理的策略

第三节 外卖经营策略分析

一、外卖市场细分策略

二、外卖市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、外卖新产品差异化战略

第四节 外卖行业投资战略研究

一、外卖行业投资战略

二、2022-2028年外卖行业投资战略

三、2022-2028年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及发展建议（）

第一节 外卖行业研究结论及建议

第二节 外卖子行业研究结论及建议

第三节 外卖行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年全球外卖行业市场规模

图表：2015-2019年中国外卖行业市场规模

图表：2015-2019年外卖行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国外卖市场占全球份额比较

图表：2015-2019年外卖行业销售收入

图表：2015-2019年外卖行业利润总额

图表：2015-2019年外卖行业资产总计

图表：2015-2019年外卖行业负债总计

图表：2015-2019年外卖行业竞争力分析

图表：2015-2019年外卖行业主营业务收入

图表：2015-2019年外卖行业主营业务成本

图表：2015-2019年外卖行业销售费用分析

图表：2015-2019年外卖行业管理费用分析

图表：2015-2019年外卖行业财务费用分析

图表：2015-2019年外卖行业销售毛利率分析

图表：2015-2019年外卖行业销售利润率分析

图表：2015-2019年外卖行业成本费用利润率分析

图表：2015-2019年外卖行业总资产利润率分析

图表：2015-2019年外卖行业需求分析

图表：2015-2019年外卖行业集中度

图表：2022-2028年中国外卖行业供给预测

图表：2022-2028年中国外卖行业需求预测

图表：2022-2028年中国外卖行业供需平衡预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/261856.html>