

2015-2022年中国餐饮外卖 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国餐饮外卖市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/canyin1509/383827QPWO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国餐饮外卖市场分析与投资前景研究报告》共九章。报告介绍了餐饮外卖行业相关概述、中国餐饮外卖产业运行环境、分析了中国餐饮外卖行业的现状、中国餐饮外卖行业竞争格局、对中国餐饮外卖行业做了重点企业经营状况分析及中国餐饮外卖产业发展前景与投资预测。您若想对餐饮外卖产业有个系统的了解或者想投资餐饮外卖行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

近年来，由于居民生活水平的不断提高，生活节奏的加快和消费观念的更新，外出就餐已成时尚。加上饮食观念的转变，一些大中城市在外用餐人次数和消费额明显增加，消费档次也逐年提高，成为消费市场闪现的亮点。餐饮外卖业务实际上是对饭品堂食服务在场所物理空间层面的延伸。其实，不论是堂食还是外卖，顾客的餐饮消费诉求都不会脱离“卫生可口、快捷便利、营养配餐”三条主线。只不过，外卖业务由于在店堂物理空间氛围、餐品递送速度和人员服务时长等方面具有其特殊的要求而对餐饮企业提出了更高的要求。

如今，随着餐饮行业竞争的加剧，越来越多的餐饮企业将重点放在了餐品的外送上。有数据显示，一些餐饮店通过网络销售的外卖销售额，甚至超过实体店。从物流角度看，餐饮外卖大体可分成两类：一类含物流配送（如到家美食、生活半径、易淘食等），另一类只是单纯的信息陈列，物流配送则由商家自己解决或与第三方物流合作解决（如饿了么、淘点点等）。

2014年，全国餐饮收入27860亿元，同比增长9.7%，比2013年加快0.7个百分点，终止了连续3年增速下滑的颓势。限额以上单位餐饮收入8208亿元，同比增长2.2%，增速由负转正，比2013年大幅增长4个百分点。随着生活节奏的加快以及我国政府提出的扩大内需背景下，外出就餐和外卖送餐将逐渐成为我国越来越多用户的餐饮消费习惯，餐饮外卖市场的交易规模也将保持较高的增长速度。2014年，我国餐饮外卖市场规模超过1600亿元，占整体餐饮消费的比例为5.8%，到2017年，这一比例有望达到9%，外卖市场整体规模也将超过3000亿元。2014年中国外卖O2O总交易额达95.1亿元，同比增长125%。然而对比1600亿元的整体外卖市场规模，外卖O2O的渗透率不足6%，发展潜力巨大。

我国餐饮外卖行业整体行业集中度较低，中小型企业数量多、分布广，这些企业以要求较低的中小餐户为主，经营利润率较低，餐饮外卖行业由于产品高度的不确定性以及物流配送流程的难掌控，目前依然是一个高度碎片化的市场。目前，餐饮外卖行业受区域性影响较为明显，我国餐饮外卖行业发展较好的主要集中在经济较为发达地区，其对餐饮外卖需求较

大，市场机会较多。近年来，随着我国中部地区和部分西部地区经济发展迅速，其餐饮外卖行业发展非常快，这些地区投资机会较大，未来自助餐行业企业将会在中西部地区大力开发拓展。

报告目录：

第一部分 餐饮外卖行业发展概况

第一章 餐饮外卖行业概述

第一节 行业定义

第二节 行业分类

第三节 餐饮外卖市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、主要竞争因素

第四节 行业发展周期特征分析

第五节 行业在国民经济中的地位

第二章 餐饮外卖行业环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2015-2022年中国宏观经济发展预测

第二节 中国餐饮外卖行业政策环境分析

一、行业政策环境分析

二、主要相关政策动向

三、相关产业政策影响分析

第三节 中国餐饮外卖行业社会环境分析

一、餐饮配送服务产业社会环境

二、社会发展对行业的影响分析

第四节 中国餐饮外卖行业技术环境分析

一、餐饮外卖行业技术发展现状

二、餐饮外卖行业技术发展方向

三、技术发展对行业的影响分析

第五节 中国餐饮外卖行业发展环境分析

一、餐饮外卖行业社会环境

二、餐饮外卖行业社会基础

第二部分 餐饮外卖行业运行现状

第三章 中国餐饮外卖市场分析

第一节 餐饮外卖市场现状分析及预测

一、2013-2014年中国餐饮外卖市场规模分析

二、2015-2022年中国餐饮外卖市场规模预测

第二节 餐饮外卖产品发展规模分析及预测

一、2013-2014年中国餐饮外卖发展规模分析

二、2015-2022年中国餐饮外卖发展规模预测

第三节 餐饮外卖产品产量分析及预测

一、2013-2014年中国餐饮外卖供给规模分析

二、2015-2022年中国餐饮外卖轨迹规模预测

第四节 餐饮外卖市场需求分析及预测

一、2013-2014年中国餐饮外卖市场需求规模分析

二、2015-2022年中国餐饮外卖市场需求规模预测

第四章 餐饮外卖细分行业分析

第一节 2014年我国餐饮外卖O2O行业发展分析

第二节 2014年我国餐饮外卖O2O行业发展规模

第三节 2014年国内外典型餐饮外卖O2O企业分析

一、美国上市企业——GrubHub

二、“野蛮”生长的平台——美团外卖

三、轻重结合的先行者——饿了么

四、中高端外卖平台——到家美食会

五、多元化外送平台——生活半径

六、专注外卖服务的小而美餐户

第四节 现阶段中国第三方餐饮外卖平台SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第五节 现阶段中国主要餐饮外卖平台模式对比

第六节 2015-2022年我国餐饮外卖O2O行业发展趋势

一、外卖O2O的垂直化、多元化发展

二、外卖O2O服务助推餐饮企业信息化建设

三、轻平台与重平台将呈现竞合关系

四、独立品牌+标准化餐品——正餐企业的外卖方向

五、餐饮外卖的社会化库存即将释放

第五章 餐饮外卖产业渠道分析

第一节 2014年国内餐饮外卖产品的需求地域分布结构

第二节 2013-2014年中国餐饮外卖产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第三节 2014年国内餐饮外卖行业用户分析

第四节 渠道格局

第五节 渠道形式

第六节 渠道要素对比

第七节 2014年我国外卖O2O外卖平台分析

第三部分 餐饮外卖行业竞争格局

第六章 企业分析

第一节 上海拉扎斯信息科技有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第二节 北京三快科技有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第三节 浙江淘宝网络有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第四节 北京到家时代餐饮管理有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第五节 上海爱餐商务咨询有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第六节 易淘星空网络科技(北京)有限公司

一、企业概况

二、物流配送方式

三、覆盖城市数量

四、员工规模

五、企业发展战略分析

第七节 南京零号线电子商务有限公司

- 一、企业概况
- 二、物流配送方式
- 三、覆盖城市数量
- 四、员工规模
- 五、企业发展战略分析

第八节 北京百度网讯科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、物流配送方式
- 三、覆盖城市数量
- 四、员工规模
- 五、企业发展战略分析

第七章 餐饮外卖行业相关产业分析

第一节 餐饮外卖行业产业链概述

第二节 餐饮外卖上游行业发展状况分析

- 一、上游行业发展现状分析
- 二、上游行业发展趋势分析

第三节 餐饮外卖下游行业发展情况分析

- 一、下游行业发展现状分析
- 二、下游行业发展趋势分析

第四节 餐饮外卖行业发展形式分析

第五节 未来几年内中国餐饮外卖行业竞争格局发展趋势分析

第四部分 餐饮外卖行业前景展望

第八章 2015-2022年餐饮外卖行业前景展望与趋势预测

第一节 餐饮外卖行业投资价值分析

- 一、2015-2022年国内餐饮外卖行业盈利能力分析
- 二、2015-2022年国内餐饮外卖行业偿债能力分析
- 三、2015-2022年国内餐饮外卖行业成长能力预测
- 四、2015-2022年国内餐饮外卖行业运营效率分析

第二节 中国餐饮配送服务行业存在的问题及对策

一、中国餐饮配送服务行业存在的问题

二、餐饮配送服务行业发展的建议对策

第三节 2015-2022年国内餐饮外卖行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对餐饮外卖行业的支撑因素分析

二、下游行业的需求对餐饮外卖行业的推动因素分析

三、餐饮外卖相关产业的发展对餐饮外卖行业的带动因素分析

第四节 2015-2022年国内餐饮外卖行业未来市场前景预测

一、行业竞争趋势分析

二、市场结构预测分析

三、市场供需情况预测

第九章 博思数据关于中国餐饮外卖行业投资战略研究

第一节 2015-2022年中国餐饮外卖行业发展的关键要素

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

第二节 餐饮外卖行业转型升级策略分析

一、产品升级转型

二、服务创新升级转型

三、管理转型升级

第三节 2015-2022年中国餐饮外卖投资机会分析

一、餐饮外卖行业投资前景

二、餐饮外卖行业投资热点

三、餐饮外卖行业投资区域

四、餐饮外卖行业投资吸引力分析

第四节 2015-2022年中国餐饮外卖投资风险分析

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第五节 对餐饮外卖项目的投资建议

一、目标群体建议（应用领域）

二、产品分类与定位建议

三、价格定位建议

四、技术应用建议

五、投资区域建议

六、销售渠道建议

七、资本并购重组运作模式建议

八、企业经营管理建议

九、重点客户建设建议

图表目录：

图表：行业生命周期的判断

图表：2000-2014年我国GDP总量及增长情况

图表：2012-2014年社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2014年城镇新增就业人数

图表：2012-2014年我国城乡恩格尔系数情况

图表：2014年以来餐饮外卖行业相关政策汇总

图表：2013年末人口数及其构成

图表：2012-2014年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2014年我国整体网民及移动网民规模

图表：2010-2014年我国本地生活服务O2O市场规模及渗透率

图表：2010-2014年我国餐饮O2O市场规模及渗透率

图表：2014年中国网民使用过的就餐方式

图表：2014-2015年中国部分餐饮O2O企业融资事件

图表：2010-2014年我国餐饮收入及同比增长率情况

图表：2010-2014年我国餐饮外卖市场规模及占餐饮行业比重情况

图表：2015-2022年我国餐饮外卖市场规模及占餐饮行业比重预测

图表：2010-2015年我国餐饮外卖行业发展规模情况

图表：2015-2022年我国餐饮外卖行业发展规模预测

图表：2010-2015年我国餐饮外卖行业供给规模情况

图表：2015-2022年我国餐饮外卖行业供给规模预测

图表：2010-2015年我国餐饮外卖行业需求规模情况

图表：2010-2015年我国餐饮外卖行业需求规模预测

图表：餐饮外卖行业产业链图

图表：餐饮企业或个人自营外卖O2O

图表：餐饮外卖流程图

图表：主要线下餐饮商户的外卖O2O模式

图表：2015年2月中国主要第三方外卖平台移动端美食类应用日均覆盖率

图表：2011-2014H1GrubHub营收规模及增速

图表：2011-2014H1GrubHub净利润及利润率情况

图表：“饿了么”快速发展原因

图表：生活半径运营情况

图表：现阶段中国主要餐饮外卖平台模式对比

图表：轻模式与重模式外卖平台

图表：食堂品牌与外卖品牌关系

图表：餐饮社会化库存

图表：2014年国内餐饮外卖产品的需求地域分布结构

图表：2010-2014年我国餐饮外卖行业华东地区市场规模情况

图表：2010-2014年我国餐饮外卖行业中南地区市场规模情况

图表：2010-2014年我国餐饮外卖行业华北地区市场规模情况

图表：2010-2014年我国餐饮外卖行业西部地区市场规模情况

图表：2014年中国男女网民在就餐方式上的对比

图表：2014年中国各年龄段网民在就餐方式上的对比

图表：2014年中国不同居住情况的网民在就餐方式上的对比

图表：2014年中国不同就业情况&收入水平网民在就餐方式上的对比

图表：餐饮外卖渠道格局

图表：2014年中国网民叫外卖的渠道选择

图表：2014年中国网民主要外卖叫餐场景的渠道选择及其留存率

图表：2014年我国网名外卖叫餐时段分布情况

图表：2014年我国网民主要时段叫餐的主要使用渠道

图表：2014年网络&电话外卖渠道在主要外卖时段急需改进的方面

图表：2014年中国网民人均外卖消费金额分布情况

图表：2014年中国网民平均每月外卖消费频次分布情况

图表：2014年中国外卖服务需要改进的方面以及主要人群主要诉求

图表：2014年中国网民主要使用网络外卖的原因

图表：2014年中国网民主要使用网络外卖的原因

图表：2014年我国订餐渠道外卖服务网站类别

图表：2014年我国订餐主要人群订餐渠道

图表：2014年我国餐户预订分布

图表：轻模式不重模式对比

图表：选择餐户的原因

图表：选择餐户数量分布

图表：2014年轻模式不重模式外卖平台用户满意度情况

图表：餐饮外卖行业产业链结构

图表：205-2020年我国餐饮外卖行业盈利能力预测

图表：205-2020年我国餐饮外卖行业偿债能力预测

图表：205-2020年我国餐饮外卖行业发展能力指标

图表：205-2020年我国餐饮外卖行业营运能力预测

图表：2015-2022年我国餐饮外卖行业供需预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1509/383827QPWO.html>