

2017-2023年中国互联网+外卖产业竞争态势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国互联网+外卖产业竞争态势及发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201708/553630.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

截至2016年12月，我国网上外卖用户规模达到2.09亿，年增长率为83.7%，占网民比例达到28.5%。其中，手机网上外卖用户规模已达到1.94亿，使用比例由16.8%提升至27.9%。

2012-2016年中国网上外卖用户规模及使用率

资料来源：公开资料，智研咨询整理

2012-2016年中国手机网上外卖用户规模及使用率

资料来源：公开资料，智研咨询整理

随着互联网技术的快速发展，网络早已经成为现代人日常生活中不可或缺的部分，网上订餐由于其独有的便捷性和直观性，更能够轻而易举地被现代人认同和接受。互联网上诞生出这种便捷的订餐形式，也是电子商务应用的全新体现；从另一个侧面来看，网上订餐还起到了帮助推进电子商务的普及和应用进程的作用，网上订餐的形式，同时也在帮助加速电子商务应用的步伐。

智研咨询发布的《2017-2023年中国互联网+外卖产业竞争态势及发展前景预测报告》共八章。首先介绍了中国互联网+外卖行业市场发展环境、中国互联网+外卖整体运行态势等，接着分析了中国互联网+外卖行业市场运行的现状，然后介绍了中国互联网+外卖市场竞争格局。随后，报告对中国互联网+外卖做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+外卖行业发展趋势与投资预测。您若想对中国互联网+外卖产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+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：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下外卖行业的机会与挑战

第一节 2017年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下外卖行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网外卖行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 外卖与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 外卖行业发展现状分析

第一节 外卖行业发展现状分析

一、外卖行业产业政策分析

二、外卖行业发展现状分析

截止2017年上半年外卖服务行业独立APP用户活跃度超6600万，趋势也较为稳定。截止2017年6月30日，美团外卖独立APP月度活跃度达2766万，同比增长62%，占据行业用户规模第一的市场地位。此外，美团外卖还有部分用户在美团APP和大众点评APP上，其生态用户规模会更大。与此同时，美团外卖商家版也表现优异，MAU达290万，同比增长167%，在同类商家版APP中领先同行。饿了么APP每月活跃用户2619万，同比增63%，居排行榜第二名位置。另外，饿了么商家版APP在同类APP中增长速度最快，同比增长率达211%，用户规模276万。第三是百度外卖，虽然相比2015年6月用户规模下降12%，但是目前活跃用户仍然有1279万。2017年6月外卖服务APP用户规模排行榜 排名 APP名称 用户规模：万 同比增长率%

排名	APP名称	用户规模：万	同比增长率%
1	美团外卖	2766	62.00%
2	饿了么	2619	63.00%
3	百度外卖	1279	-12.00%
4	美团外卖商家	290	1667.00%
5	饿了么商家版	276	211.00%
6	肯德基	238	-31.00%
7	星巴克	144	59.00%
8	小度掌柜	102	45.00%
9	蜂鸟团队版	34	182.00%
10	必胜宅急送	21	22.00%

资料来源：公开资料，智研咨询整理

三、外卖行业主要企业分析

四、外卖行业市场规模分析

据中国外卖大数据显示，2016年，中国餐饮行业市场规模为3.6万亿元，年增速10.8%，预计到2020年，市场规模可突破5万亿元。与此同时，2016年我国O2O外卖市场规模已经超过1000亿元，预计到2020年可突破7000亿元。

2014-2020年中国O2O外卖市场规模统计及预测

资料来源：公开资料整理

第二节 外卖行业市场前景分析

一、外卖行业发展机遇分析

二、外卖行业市场规模预测

三、外卖行业发展前景分析

第四章 外卖行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 外卖电商市场规模与渗透率

一、外卖电商总体开展情况

二、外卖电商交易规模分析

三、外卖电商渠道渗透率分析

第二节 外卖电商行业盈利能力分析

一、外卖电子商务发展有利因素

二、外卖电子商务发展制约因素

三、外卖电商行业经营成本分析

四、外卖电商行业盈利模式分析

五、外卖电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

一、外卖电商行业市场空间测算

二、外卖电商市场规模预测分析

三、外卖电商发展趋势预测分析

第五章 外卖企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 外卖企业转型电商构建分析

一、外卖电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、外卖企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

第二节 外卖企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 外卖企业转型电商平台选择分析

一、外卖企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、外卖企业电商平台选择策略

第六章 外卖行业电子商务运营模式分析

第一节 外卖电子商务B2B模式分析

- 一、外卖电子商务B2B市场概况
- 二、外卖电子商务B2B盈利模式
- 三、外卖电子商务B2B运营模式
- 四、外卖电子商务B2B的供应链

第二节 外卖电子商务B2C模式分析

- 一、外卖电子商务B2C市场概况
- 二、外卖电子商务B2C市场规模
- 三、外卖电子商务B2C盈利模式
- 四、外卖电子商务B2C物流模式
- 五、外卖电商B2C物流模式选择

第三节 外卖电子商务C2C模式分析

- 一、外卖电子商务C2C市场概况
- 二、外卖电子商务C2C盈利模式
- 三、外卖电子商务C2C信用体系
- 四、外卖电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 外卖电子商务O2O模式分析

- 一、外卖电子商务O2O市场概况
- 二、外卖电子商务O2O优势分析
- 三、外卖电子商务O2O营销模式
- 四、外卖电子商务O2O潜在风险

第七章 外卖主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 美团

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第二节 饿了么

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 百度外卖

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第四节 口碑外卖

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 麦乐送

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第八章 外卖企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY GXH)

第一节 外卖企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 外卖企业转型电商物流投资分析

- 一、外卖企业电商自建物流分析
 - (一) 电商自建物流的优势分析
 - (二) 电商自建物流的负面影响
- 二、外卖企业电商外包物流分析
 - (一) 快递业务量完成情况
 - (二) 快递业务的收入情况
 - (三) 快递业竞争格局分析

第三节 外卖企业电商市场策略分析 (ZY GXH)

图表目录：

图表 2010-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2017年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2023年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统外卖消费存在的“痛点”

图表 外卖电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2012-2017年外卖电商交易规模趋势图

图表 2012-2017年外卖电商市场渗透率趋势图

图表 2017-2023年外卖电商交易规模预测趋势图

图表 2017-2023年外卖电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/553630.html>