

2017-2023年中国互联网外卖产业竞争格局及发展趋势研究报告

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格局及发展趋势研究报告》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/201708/553645.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，同比增长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%

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

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

智研咨询发布的《2017-2023年中国互联网外卖产业竞争格局及发展趋势研究报告》共十三章。首先介绍了中国互联网外卖行业市场发展环境、中国互联网对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对外卖市场竞争格局。随后，报告对中国互联网对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对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 互联网外卖行业相关概述

1.1 互联网外卖行业定义及特点

1.1.1 互联网外卖行业的定义

1.1.2 互联网外卖行业服务特点

1.2 互联网外卖行业相关分类

1.3 互联网外卖行业盈利模式分析

第二章 2014-2017年中国互联网外卖行业发展环境分析

2.1 互联网外卖行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 互联网外卖行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 互联网外卖行业社会环境分析（S）

2.3.1 人口发展变化情况

2.3.2 城镇化水平

2.3.3 居民消费水平及观念分析

2.3.4 社会文化教育水平

2.3.5 社会环境对行业的影响

2.4 互联网外卖行业技术环境分析（T）

2.4.1 互联网外卖技术分析

2.4.2 互联网外卖技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球互联网外卖行业发展概述

3.1 2014-2017年全球互联网外卖行业发展情况概述

3.1.1 全球互联网外卖行业发展现状

3.1.2 全球互联网外卖行业发展特征

3.1.3 全球互联网外卖行业市场规模

3.2 2014-2017年全球主要地区互联网外卖行业发展状况

3.2.1 欧洲互联网外卖行业发展情况概述

3.2.2 美国互联网外卖行业发展情况概述

3.2.3 日韩互联网外卖行业发展情况概述

3.3 2017-2023年全球互联网外卖行业发展前景预测

3.3.1 全球互联网外卖行业市场规模预测

3.3.2 全球互联网外卖行业发展前景分析

3.3.3 全球互联网外卖行业发展趋势分析

3.4 全球互联网外卖行业重点企业发展动态分析

第四章 中国互联网外卖行业发展概述

4.1 中国互联网外卖行业发展状况分析

4.1.1 中国互联网外卖行业发展概况

4.1.2 中国互联网外卖行业发展特点

4.2 2014-2017年互联网外卖行业发展现状

4.2.1 2014-2017年互联网外卖行业市场规模

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

4.2.2 2014-2017年互联网外卖行业发展现状

4.3 2017-2023年中国互联网外卖行业面临的困境及对策

4.3.1 互联网外卖行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、互联网外卖行业面临的瓶颈

2、互联网外卖行业发展对策分析

4.3.2 互联网外卖企业发展存在的问题及对策

1、互联网外卖企业发展存在的不足

2、互联网外卖企业发展策略

第五章 中国互联网外卖行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2017年中国互联网外卖行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2017年中国互联网外卖行业市场供需分析

5.3.1 中国互联网外卖行业供给分析

5.3.2 中国互联网外卖行业需求分析

5.3.3 中国互联网外卖行业供需平衡

5.4 2014-2017年中国互联网外卖行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国互联网外卖行业细分市场分析

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场建议

第七章 互联网外卖行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 互联网外卖行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 互联网外卖行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 互联网外卖行业营销现状分析

8.4 互联网外卖行业电子商务的应用情况分析

8.5 互联网外卖行业营销创新发展趋势分析

第九章 互联网外卖行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 互联网外卖行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.3 案例三

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 互联网外卖行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2017年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 互联网外卖行业商业模式创新选择

第十章 中国互联网外卖行业市场竞争格局分析

10.1 中国互联网外卖行业竞争格局分析

10.1.1 互联网外卖行业区域分布格局

10.1.2 互联网外卖行业企业规模格局

10.1.3 互联网外卖行业企业性质格局

10.2 中国互联网外卖行业竞争五力分析

10.2.1 互联网外卖行业上游议价能力

10.2.2 互联网外卖行业下游议价能力

10.2.3 互联网外卖行业新进入者威胁

10.2.4 互联网外卖行业替代产品威胁

10.2.5 互联网外卖行业现有企业竞争

10.3 中国互联网外卖行业竞争SWOT分析

10.3.1 互联网外卖行业优势分析（S）

10.3.2 互联网外卖行业劣势分析（W）

10.3.3 互联网外卖行业机会分析（O）

10.3.4 互联网外卖行业威胁分析（T）

10.4 中国互联网外卖行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国互联网外卖行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国互联网外卖行业领先企业竞争力分析

11.1 美团外卖竞争力分析

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业业务发展情况

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业发展战略分析

11.2 饿了么竞争力分析

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业业务发展情况

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.2.5 企业最新发展动态

11.2.6 企业发展战略分析

11.3 百度外卖竞争力分析

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业业务发展情况

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4 美团外卖商家竞争力分析

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业业务发展情况

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5 饿了么商家版竞争力分析

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业业务发展情况

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.5.5 企业最新发展动态

11.5.6 企业发展战略分析

第十二章 2017-2023年中国互联网外卖行业发展趋势与前景分析

12.1 2017-2023年中国互联网外卖市场发展前景

12.1.1 2017-2023年互联网外卖市场发展潜力

12.1.2 2017-2023年互联网外卖市场发展前景展望

12.1.3 2017-2023年互联网外卖细分行业发展前景分析

12.2 2017-2023年中国互联网外卖市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2023年互联网外卖行业发展趋势

12.2.2 2017-2023年互联网外卖市场规模预测

12.2.3 2017-2023年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2023年中国互联网外卖行业供需预测

12.3.1 2017-2023年中国互联网外卖行业供给预测

12.3.2 2017-2023年中国互联网外卖行业需求预测

12.3.3 2017-2023年中国互联网外卖供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对互联网外卖行业的影响

12.4.4 互联网+背景下互联网外卖行业的发展趋势

第十三章 2017-2023年中国互联网外卖行业投资前景

13.1 互联网外卖行业投资现状分析

13.2 互联网外卖行业投资特性分析

13.2.1 互联网外卖行业进入壁垒分析

13.2.2 互联网外卖行业盈利模式分析

13.2.3 互联网外卖行业盈利因素分析

13.3 互联网外卖行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 互联网外卖行业投资风险分析

13.4.1 互联网外卖行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 技术研发风险

13.4.6 其他投资风险

13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

13.5.2 企业投资挑战和机遇

13.5.3 企业投资问题和投资策略

- 1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析
 - 2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究
 - 13.6 互联网外卖行业投资潜力与建议
 - 13.6.1 互联网外卖行业投资潜力分析
 - 13.6.2 互联网外卖行业最新投资动态
 - 13.6.3 互联网外卖行业投资机会与建议
 - 第十四章 2017-2023年中国互联网外卖企业投资战略分析
 - 14.1 企业投资战略制定基本思路
 - 14.1.1 企业投资战略的特点
 - 14.1.2 企业投资战略类型选择
 - 14.1.3 企业投资战略制定程序
 - 14.2 现代企业投资战略的制定
 - 14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系
 - 14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求
 - 14.2.3 企业投资战略的选择
 - 14.3 互联网外卖企业战略规划策略分析
 - 14.3.1 战略综合规划
 - 14.3.2 技术开发战略
 - 14.3.3 区域战略规划
 - 14.3.4 产业战略规划
 - 14.3.5 营销品牌战略
 - 14.3.6 竞争战略规划
 - 第十五章 研究结论及建议（ZY GXH）
 - 15.1 研究结论
 - 15.2 建议
 - 15.2.1 行业发展策略建议
 - 15.2.2 行业投资方向建议
 - 15.2.3 行业投资方式建议（ZY GXH）
- 图表目录：
- 图表：互联网外卖行业特点
- 图表：互联网外卖行业生命周期
- 图表：互联网外卖行业产业链分析
- 图表：2014-2017年互联网外卖行业市场规模分析
- 图表：2017-2023年互联网外卖行业市场规模预测
- 图表：中国互联网外卖行业盈利能力分析

图表：中国互联网外卖行业运营能力分析

图表：中国互联网外卖行业偿债能力分析

图表：中国互联网外卖行业发展能力分析

图表：中国互联网外卖行业经营效益分析

图表：2014-2017年互联网外卖重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国互联网外卖行业销售情况分析

图表：2014-2017年中国互联网外卖行业利润情况分析

图表：2014-2017年中国互联网外卖行业资产情况分析

图表：2014-2017年中国互联网外卖行业竞争力分析

图表：2017-2023年中国互联网外卖行业消费量预测

图表：2017-2023年中国互联网外卖行业市场前景预测

图表：2017-2023年中国互联网外卖发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/553645.html>