

2020-2026年中国餐饮外卖 市场发展态势与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国餐饮外卖市场发展态势与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/canyin/V81894D5RP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国餐饮行业的线下市场规模非常大，这为餐饮O2O市场发展提供了广阔的前景。自2013年始，移动互联网的高速发展，为在线餐饮商务规模的迅速拓展奠定了良好的硬件基础。

到2014年，在线外卖作为餐饮O2O一支快捷力量迅速崛起。品途网调研获悉，2013年中国在线外卖市场交易规模尚不足30亿，到2014年底这一数字已经超过150亿，增速超过5倍，尽管其占比还不足整个餐饮市场的1%，但其快速增长的势头成为业界关注的焦点。

数据显示，2010-2016年中国餐饮行业O2O市场规模不断扩大，随着技术的扩大其增长率在2011年总体表现为下降变动;2016年中国餐饮行业O2O市场规模增长到1662.4亿元，同比增长33.00%，较2015年增加262.4亿元，增长率降低10.78个百分点。预计到2019年中国餐饮行业O2O市场规模将突破2000亿，达到2045.6亿元;中国在线订餐市场正在进入稳定期，未来市场增长将主要来自于平台对已有用户流量的挖掘。2010-2019年中国餐饮行业O2O市场规模(单位：亿元，%)

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国餐饮外卖市场发展态势与投资前景评估报告》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年国际餐饮外卖所属行业发展现状分析

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年西式餐饮外卖的发展策略

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年中国餐饮外卖所属行业发展现状分析

第一节 2013-2019年中国餐饮外卖所属行业整体发展概况

- 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年中国餐饮外卖所属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发展策略

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 餐饮外卖发展前景和机遇

- 一、餐饮外卖长期发展前景分析
- 二、2020-2026年餐饮外卖市场发展前景
- 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分析

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 餐饮外卖所属行业竞争分析

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

在线餐饮外卖市场竞争已进入下半场，市场格局已经形成，据数据显示，2020-2026年中国外卖行业越来越集中于寡头之间的竞争，2019年第一季度，中国外卖行业的95%的市场份额被美团和饿了么占据，其中美团的市场份额远超饿了么。2019年第一季度中国外卖市场份额分析

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、发展战略

第二节 麦当劳

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第三节 德克士

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 吉野家

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 必胜客

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

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、发展战略

第二节 面点王

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

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、发展战略

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、发展战略

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、发展战略

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

第三部分行业前景预测

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

第四部分投资战略研究

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年投资趋势及其影响预测

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趋势预测
- 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 餐饮外卖行业投资风险及控制策略分析

- 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 餐饮外卖行业投资战略研究

第一节 餐饮外卖行业发展战略研究

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战略

二、2013-2019年餐饮外卖行业投资战略

三、2020-2026年餐饮外卖行业投资战略

四、2020-2026年细分行业投资战略

第十七章 餐饮外卖业发展策略分析

第一节 餐饮外卖行业发展策略

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发展策略分析

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发展战略

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 餐饮外卖发展策略

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

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业资产合计及增长情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业不同所有制企业固定资产投资增速情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业分地区固定资产投资增速情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业外商投资地区关注情况

图表 2013-2019年餐饮外卖投资结构

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业资产合计及增长对比

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业分地区固定资产投资增速情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业外商投资地区关注情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业资产合计及增长情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业资产合计及增长对比

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业利润总额及增长情况

图表 2013-2019年我国餐饮外卖行业利润总额及增长对比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/V81894D5RP.html>