

2021-2027年中国外卖行业市场运行格局及战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国外卖行业市场运行格局及战略咨询研究报告》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/202010/899976.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

打包形式是最早出现的外卖形式，虽然古老，却延续至今。随着电话、手机、网络的普及，外卖行业得到迅速的发展。

民以食为天，餐饮行业一直是消费板块中重要的组成部分，形成数万亿的市场规模。2019年中国餐饮行业市场规模达4.67万亿元，较2018年增加了0.4万亿元，同比增长9.37%，受新冠肺炎疫情影响，2020年中国餐饮行业市场规模首次出现下滑，2020年中国餐饮行业市场规模为3.95万亿元，较2019年减少了0.72万亿元，同比减少15.42%。

2011-2020年中国餐饮行业市场规模统计

资料来源：中国饭店业协会、智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国外卖行业市场运行格局及战略咨询研究报告》共八章。首先介绍了外卖行业市场发展环境、外卖整体运行态势等，接着分析了外卖行业市场运行的现状，然后介绍了外卖市场竞争格局。随后，报告对外卖做了重点企业经营状况分析，最后分析了外卖行业发展趋势与投资预测。您若想对外卖产业有个系统的了解或者想投资外卖行业，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 餐饮业概述

第一节 餐饮业的定义及分类

一、餐饮业的定义

二、国内餐饮行业的分类

第二节 餐饮行业特点分析

一、餐饮业的特性

（一）餐饮业生命周期

（二）餐饮业要素密集性

（三）餐饮业经营风险

二、现代餐饮业的特征

三、餐饮业的行业壁垒

四、餐饮业发展驱动因素

第三节 餐饮业市场细分及作用

一、餐饮业的细分市场

二、餐饮业的经济地位

三、餐饮业的社会意义

四、餐饮业的成本核算

第二章 中国餐饮行业市场发展分析

第一节 中国餐饮行业发展规模分析

随着中国网上外卖用户规模的增加，中国在线外卖行业市场规模快速增长，2020年中国在线外卖行业市场规模达6646.2亿元，较2019年增加了866.9亿元，同比增长15.00%。互联网餐饮外卖行业的兴起并且得以快速发展,不断需要有巨大的需求市场来进行依托。比如在当今快节奏生活的时代，相对来说公司里的白领、在校大学生来说也是很不错的选择。而且经过不断地发展,餐饮外卖实现了多时段和全品类覆盖，成为了大众消费平台,比如加班、聚餐、宵夜等场景的出现使餐饮外卖越来越多元化。

2011-2020年中国在线外卖行业市场规模统计

资料来源：中国饭店业协会、智研咨询整理

一、餐饮业总收入规模

二、餐饮业法人企业数

三、餐饮业年末从业人数

第二节 中国餐饮行业发展存在问题

第三节 中国餐饮行业发展建议分析

第三章 中国外卖行业市场发展分析

一、外卖行业收入规模

一、外卖消费者用户规模

三、外卖产业渗透率

第四章 中国外卖消费的主要特征分析

第一节 消费场景多元化

一、消费场景多元化

二、消费时间灵活化

三、消费选择多样化

四、消费升级品牌化

五、下沉市场增速较快

六、用户评价愈发重要

第二节 外卖消费向更多品类、更多消费场景拓展

一、外卖消费品类

二、外卖消费场景

第三节 新一代消费者崛起

- 一、新一代消费者崛起
- 二、家庭结构小型化使外卖服务变得不可或缺
- 三、城镇化促进外卖发展
- 四、未婚单身是外卖的主力消费人群
- 五、“她经济”释放活力

第五章 外卖帮助餐饮和零售商户拓展营收渠道

- 一、外卖多方面助力商户，帮助商户拓展营收渠道
- 二、八成商户表示开通外卖后营业收入实现了增长
- 三、外卖增量效应明显，充当“把蛋糕做大”的角色
- 四、更多品牌商户接入外卖，通过产品创新创造新的消费场景
- 五、外卖有效拉动餐饮就业

第六章 外卖骑手工作的主要发展特征

第一节 外卖骑手主要工作在经济较为发达地区

第二节 配送效率提升

第三节 就业时间灵活是骑手工作的最显著特征

第七章 我国外卖行业发展的新特征与发展趋势

第一节 我国外卖行业发展的新特征

- 一、餐饮行业供给和消费两端均产生严重冲击，恢复消费信心、提振餐饮消费是重中之重
- 二、外卖在餐饮业抗疫过程中发挥了重要作用，加速行业线上化进程
- 三、外卖订单结构从餐饮向零售拓展，外卖零售成为到家经济的重要组成部分
- 四、外卖骑手等新就业形态成为稳定社会就业的重要力量

第二节 我国外卖行业发展前景与发展趋势分析

- 一、外卖产业规模持续提升，迎来新的发展机遇
- 二、外卖生态边界扩大，新业态、新模式加速出现
- 三、外卖消费将更加注重食品安全、健康和营养
- 四、在限塑禁塑大背景下，外卖产业加速向生态环保方向发展

第八章 中国美团外卖商业模式及发展前景分析

第一节 美团外卖商业模式分析

- 一、价值主张（ZY ZS）
- 二、运营模式
- 三、盈利方式

第二节 美团餐饮外卖发展规模

- 一、美团餐饮外卖交易笔数
- 二、美团餐饮外卖交易金额

第三节 美团外卖发展存在问题

- 一、外卖商品的卫生安全不能保证
- 二、线上线下商品质量不一
- 三、售后服务不作为
- 四、市场同质化局限平台发展

第四节 美团外卖行业发展趋势

- 一、外卖商品多元化,着力于安全与品质
- 二、外卖服务专业化,精准及时有保障
- 三、目标客户差异化,进行相应特色营销

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/899976.html>