

2021-2027年中国外卖平台 产业发展现状与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国外卖平台产业发展现状与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202101/202023.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

在线订餐模式最早在美国兴起，但当时只有麦当劳、肯德基、必胜客等具备规模优势的商家才能提供配送服务。而外卖进入中国后，为满足没有配送能力的中小型商户的外卖业务需求，以美团、饿了么为代表的中国外卖O2O平台开发出“外卖+配送”的“双轮驱动”模式，快速提升了中国外卖市场的线上化率，实现爆发性增长。而后，这样的成功模式开始被美国的Doordash、Uber Eats等平台纷纷效仿，英国的Just Eat也在通过收购、投资物流公司的方式建立配送能力。目前，从全球市场来看，中国外卖行业规模遥遥领先其他市场，美国、英国、德国以及印度等市场外卖行业头部公司逐渐成型并呈现快速增长态势。2017年全球主要外卖平台GMV（亿美元）美团外卖、饿了么两强格局

中企顾问网发布的《2021-2027年中国外卖平台产业发展现状与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了中国外卖平台行业市场发展环境、外卖平台整体运行态势等，接着分析了中国外卖平台行业市场运行的现状，然后介绍了外卖平台市场竞争格局。随后，报告对外卖平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国外卖平台行业发展趋势与投资预测。您若想对外卖平台产业有个系统的了解或者想投资中国外卖平台行业，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 行业现状篇

第一章 中国外卖平台行业发展概述

1.1 外卖平台行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 外卖平台行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国外卖平台行业经济指标分析

- 1.3.1 赢利性
- 1.3.2 成长速度
- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
- 1.4 外卖平台行业产业链分析
 - 1.4.1 产业链结构分析
 - 1.4.2 主要环节的增值空间
 - 1.4.3 与上下游行业之间的关联性
 - 1.4.4 行业产业链上游相关行业分析
 - 1.4.5 行业下游产业链相关行业分析
 - 1.4.6 上下游行业影响及风险提示

第二章 中国外卖平台行业的国际比较分析

- 2.1 中国外卖平台行业的国际比较分析
 - 2.1.1 中国外卖平台行业竞争力指标分析
 - 2.1.2 中国外卖平台行业经济指标国际比较分析
 - 2.1.3 外卖平台行业国际竞争力比较
 - (1) 生产要素
 - (2) 需求条件
 - (3) 支援与相关产业
 - (4) 企业战略、结构与竞争状态
 - (5) 政府的作用
- 2.2 全球外卖平台行业市场需求分析
 - 2.2.1 市场规模现状
 - 2.2.2 需求结构分析
 - 2.2.3 重点需求客户
 - 2.2.4 市场前景展望
- 2.3 全球外卖平台行业市场供给分析

2.3.1 生产规模现状

2.3.2 产能规模分布

2.3.3 市场价格走势

2.3.4 重点厂商分布

第二部分 市场需求篇

第三章 应用领域及行业供需分析

3.1 需求分析

3.1.1 外卖平台行业需求市场2018Q1 不同城市级别外卖商家覆盖率

3.1.2 外卖平台行业客户结构

3.1.3 外卖平台行业需求的地区差异

3.2 供给分析

3.3 供求平衡分析及未来发展趋势

3.3.1 外卖平台行业的需求预测

3.3.2 外卖平台行业的供应预测

3.3.3 供求平衡分析

3.3.4 供求平衡预测

3.4 市场价格走势分析

第四章 外卖平台产业链的分析

4.1 行业集中度

4.2 主要环节的增值空间

4.3 行业进入壁垒和驱动因素

4.4 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

5.1 长三角区域市场情况分析

5.2 珠三角区域市场情况分析

5.3 环渤海区域市场情况分析

5.4 外卖平台行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

5.4.1 华北大区市场分析

5.4.2 华中大区市场分析

5.4.3 华南大区市场分析

5.4.4 华东大区市场分析

5.4.5 东北大区市场分析

5.4.6 西南大区市场分析

5.4.7 西北大区市场分析

5.5 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2021-2027年需求预测分析

6.1 外卖平台行业领域2021-2027年需求量预测

6.2 2021-2027年外卖平台行业领域需求产品/服务功能预测

6.3 2021-2027年外卖平台行业领域需求产品/服务市场格局预测

第三部分 竞争策略篇

第七章 外卖平台市场竞争格局分析

7.1 行业总体市场竞争状况分析

7.1.1 外卖平台行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

7.1.2 外卖平台行业企业间竞争格局分析

7.1.3 外卖平台行业集中度分析

7.1.4 外卖平台行业SWOT分析

(1) 外卖平台行业优势分析

(2) 外卖平台行业劣势分析

(3) 外卖平台行业机会分析

(4) 外卖平台行业威胁分析

7.2 中国外卖平台行业竞争格局综述

7.2.1 外卖平台行业竞争概况

(1) 中国外卖平台行业品牌竞争格局

- (2) 外卖平台业未来竞争格局和特点
- (3) 外卖平台市场进入及竞争对手分析
- 7.2.2 中国外卖平台行业竞争力分析
 - (1) 我国外卖平台行业竞争力剖析
 - (2) 我国外卖平台企业市场竞争的优势
 - (3) 民企、国企、外企比较分析
 - (4) 外卖平台企业竞争能力提升途径
- 7.2.3 中国外卖平台产品竞争力优势分析
 - (1) 整体产品竞争力评价
 - (2) 产品竞争力评价结果分析
 - (3) 竞争优势评价及构建建议
- 7.2.4 外卖平台行业主要企业竞争力分析
- 7.3 外卖平台行业竞争格局分析
 - 7.3.1 国内外外卖平台竞争分析
 - 7.3.2 我国外卖平台市场竞争分析
 - 7.3.3 我国外卖平台市场集中度分析
 - 7.3.4 国内主要外卖平台企业动向
 - 7.3.5 国内外外卖平台企业拟在建项目分析
- 7.4 外卖平台行业并购重组分析
 - 7.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析
 - 7.4.2 本土企业投资兼并与重组分析
 - 7.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析
- 7.5 外卖平台市场竞争策略分析
 - 7.5.1 产品策略
 - 7.5.2 技术策略
 - 7.5.3 服务策略
 - 7.5.4 品牌策略

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

- 8.1 行业企业排名分析
- 8.2 产业结构分析
 - 8.2.1 市场细分充分程度的分析

8.2.2 各细分市场领先企业排名

8.2.3 各细分市场占总市场的结构比例

8.2.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

8.3 产业价值链的结构分析及产业链条的整体企业经营情况分析

8.3.1 产业价值链的构成

8.3.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

8.4 产业结构发展预测

8.4.1 产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

8.4.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

8.4.3 中国外卖平台行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

9.1 中国外卖平台企业总体发展状况分析

9.1.1 外卖平台企业主要类型

9.1.2 外卖平台企业资本运作分析

9.1.3 外卖平台企业创新及品牌建设

9.1.4 外卖平台企业国际竞争力分析

9.1.5 2015年外卖平台行业企业排名分析

9.2 中国领先外卖平台企业经营形势分析

9.2.1 A公司经营分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

9.2.2 B公司经营分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第四部分 趋势策略篇

第十章 2014-2019年中国外卖平台行业整体运行指标分析

10.1 中国外卖平台行业总体规模分析

10.1.1 企业数量结构分析

- 10.1.2 人员规模状况分析
- 10.1.3 行业资产规模分析
- 10.1.4 行业市场规模分析
- 10.2 中国外卖平台行业产销情况分析
 - 10.2.1 我国外卖平台行业产值
 - 10.2.2 我国外卖平台行业收入
 - 10.2.3 我国外卖平台行业产销率
- 10.3 中国外卖平台行业财务指标总体分析
 - 10.3.1 行业盈利能力分析
 - 10.3.2 行业偿债能力分析
 - 10.3.3 行业营运能力分析
 - 10.3.4 行业发展能力分析

第十一章 2021-2027年外卖平台行业前景及趋势预测

- 11.1 外卖平台行业五年规划现状及未来预测
 - 11.1.1 “十二五”期间外卖平台行业运行情况
 - 11.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响
 - 11.1.3 外卖平台行业“十三五”发展方向预测
 - (1) 外卖平台行业“十三五”规划制定进展
 - (2) 外卖平台行业“十三五”规划重点指导
 - (3) 外卖平台行业在“十三五”规划中重点部署
 - (4) “十三五”时期外卖平台行业发展方向及热点
- 11.2 2021-2027年外卖平台市场发展前景
 - 11.2.1 2021-2027年外卖平台市场发展潜力
 - 11.2.2 2021-2027年外卖平台市场前景展望
 - 11.2.3 2021-2027年外卖平台细分行业发展前景分析
- 11.3 2021-2027年外卖平台市场发展趋势预测
 - 11.3.1 2021-2027年外卖平台行业发展趋势
 - 11.3.2 2021-2027年外卖平台市场规模预测
 - (1) 外卖平台行业市场容量预测
 - (2) 外卖平台行业销售收入预测
 - 11.3.3 2021-2027年外卖平台行业应用趋势预测

11.3.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

11.4 2021-2027年中国外卖平台行业供需预测

11.4.1 2021-2027年中国外卖平台行业供给预测

11.4.2 2021-2027年中国外卖平台行业需求预测

11.4.3 2021-2027年中国外卖平台行业供需平衡预测

第十二章 我国外卖平台行业营销趋势及策略分析（ ）

12.1 外卖平台行业销售渠道分析

12.1.1 营销分析与营销模式推荐

（1）渠道构成

（2）销售贡献比率

（3）覆盖率

（4）销售渠道效果

（5）价值流程结构

（6）渠道建设方向

12.1.2 外卖平台营销环境分析与评价

（1）国际环境下的外卖平台

（2）企事业需求下的外卖平台

12.1.3 销售渠道存在的主要问题

12.1.4 营销渠道发展趋势与策略

12.2 外卖平台行业营销策略分析

12.2.1 中国外卖平台营销概况

12.2.2 外卖平台营销策略探讨

（1）中国外卖平台产品/服务营销策略浅析

（2）外卖平台新产品/服务的市场推广策略

12.3 外卖平台营销的发展趋势

12.3.1 未来外卖平台市场营销的出路

12.3.2 中国外卖平台营销的趋势预测（ ）

部分图表目录：

图表1：外卖平台行业生命周期

图表2：外卖平台行业产业链结构

图表3：2014-2019年全球外卖平台行业市场规模

图表4：2014-2019年中国外卖平台行业市场规模

图表5：2014-2019年外卖平台行业重要数据比较

图表6：2014-2019年中国外卖平台市场占全球份额比较

图表7：2014-2019年外卖平台行业工业总产值

图表8：2014-2019年外卖平台行业销售收入

图表9：2014-2019年外卖平台行业利润总额

图表10：2014-2019年外卖平台行业资产总计

图表11：2014-2019年外卖平台行业负债总计

图表12：2014-2019年外卖平台行业竞争力分析

图表13：2014-2019年外卖平台市场价格走势

图表14：2014-2019年外卖平台行业主营业务收入

图表15：2014-2019年外卖平台行业主营业务成本

图表16：2014-2019年外卖平台行业销售费用分析

图表17：2014-2019年外卖平台行业管理费用分析

图表18：2014-2019年外卖平台行业财务费用分析

图表19：2014-2019年外卖平台行业销售毛利率分析

图表20：2014-2019年外卖平台行业销售利润率分析

图表21：2014-2019年外卖平台行业成本费用利润率分析

图表22：2014-2019年外卖平台行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/202023.html>