

2017-2022年中国在线外卖 行业市场调查与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国在线外卖行业市场调查与发展前景研究报告》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.bosidata.com/report/831984LEIE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-08-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国在线外卖行业市场调查与发展前景研究报告》介绍了在线外卖行业相关概述、中国在线外卖产业运行环境、分析了中国在线外卖行业的现状、中国在线外卖行业竞争格局、对中国在线外卖行业做了重点企业经营状况分析及中国在线外卖产业发展前景与投资预测。您若想对在线外卖产业有个系统的了解或者想投资在线外卖行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国在线外卖发展时间不长，但增长速度极为迅猛，目前还处于高速发展阶段的中后期。随着百度外卖出局，预计在线外卖很快踏入成熟期，饿了么、美团外卖两大巨头将瓜分了绝大部分市场。不过，值得一提的是，随着补贴减少、人工成本上涨，在线外卖的竞争方式已发生转变，从大规模烧钱转向提质增效上来。在线外卖要获得长远发展，必须紧紧围绕商家、用户的双向服务，解决及时送达、餐饮安全等行业痛点。

对此，在线外卖企业可从建立行业规约、规范配送流程、健全平台制度等多方面入手，不断提高自身服务水平，多维度保证用餐质量的安全，真正从源头根据黑作坊问题，打消消费者顾虑。

另外，按照当前发展势头，在线外卖市场有望继续保持中高速发展。据上述报告统计，2016年，我国在线外卖市场规模为1700亿元，预计今年将达到2631亿元。之后进入成熟发展期，年均复合增长率降至15%，到2022年，在线外卖市场规模达到5345亿元。

报告目录

第一章 在线外卖行业报告摘要

1.1 在线外卖行业报告研究范围

1.1.1 在线外卖行业专业名词解释

1.1.2 在线外卖行业研究范围界定

1.1.3 在线外卖行业调研框架简介

1.1.4 在线外卖行业调研工具介绍

1.2 在线外卖行业报告研究摘要

1.2.1 在线外卖行业发展现状分析

1.2.2 在线外卖行业市场规模分析

1.2.3 在线外卖行业发展趋势预测

1.2.4 在线外卖行业行业前景调研展望

第二章 在线外卖行业概述

2.1 在线外卖行业基本概述

2.1.1 在线外卖行业基本定义

2.1.2 在线外卖行业主要分类

2.1.3 在线外卖行业市场特点

2.2 在线外卖行业商业模式

2.2.1 在线外卖行业商业模式

2.2.2 在线外卖行业盈利模式

2.2.3 在线外卖行业互联网+模式

2.3 在线外卖行业产业链

2.3.1 在线外卖行业产业链简介

2.3.2 在线外卖行业上游供应分布

2.3.3 在线外卖行业下游需求领域

2.4 在线外卖行业发展特性

2.4.1 在线外卖行业季节性

2.4.2 在线外卖行业区域性

2.4.3 在线外卖行业周期性

第三章 中国在线外卖行业发展环境分析

3.1 在线外卖行业政策环境分析

3.1.1 行业主管部门及监管体制

3.1.2 主要产业政策及主要法规

3.2 在线外卖行业经济环境分析

3.2.1 2014-2016年宏观经济分析

3.2.2 2017-2022年宏观经济形势

3.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 在线外卖行业社会环境分析

3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 在线外卖行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际在线外卖行业发展经验借鉴

4.1 美国在线外卖行业发展经验借鉴

4.1.1 美国在线外卖行业发展历程分析

4.1.2 美国在线外卖行业运营模式分析

4.1.3 美国在线外卖行业发展趋势预测

4.1.4 美国在线外卖行业对我国的启示

4.2 英国在线外卖行业发展经验借鉴

4.2.1 英国在线外卖行业发展历程分析

4.2.2 英国在线外卖行业运营模式分析

4.2.3 英国在线外卖行业发展趋势预测

4.2.4 英国在线外卖行业对我国的启示

4.3 日本在线外卖行业发展经验借鉴

4.3.1 日本在线外卖行业发展历程分析

4.3.2 日本在线外卖行业运营模式分析

4.3.3 日本在线外卖行业发展趋势预测

4.3.4 日本在线外卖行业对我国的启示

4.4 韩国在线外卖行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国在线外卖行业发展历程分析

4.4.2 韩国在线外卖行业运营模式分析

4.4.3 韩国在线外卖行业发展趋势预测

4.4.4 韩国在线外卖行业对我国的启示

第五章 中国在线外卖行业发展现状分析

5.1 中国在线外卖行业发展概况分析

5.1.1 中国在线外卖行业发展历程分析

5.1.2 中国在线外卖行业发展总体概况

5.1.3 中国在线外卖行业发展特点分析

5.2 中国在线外卖行业发展现状分析

5.2.1 中国在线外卖行业市场规模

- 5.2.2 中国在线外卖行业发展分析
- 5.2.3 中国在线外卖企业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国在线外卖行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国在线外卖行业面临的困境及对策
 - 1、中国在线外卖行业面临困境
 - 2、中国在线外卖行业对策探讨
 - 5.3.2 中国在线外卖企业发展困境及策略分析
 - 1、中国在线外卖企业面临的困境
 - 2、中国在线外卖企业的对策探讨
 - 5.3.3 国内在线外卖企业的出路分析

第六章 中国互联网+在线外卖行业发展现状及前景

- 6.1 中国互联网+在线外卖行业市场发展阶段分析
 - 6.1.1 互联网+在线外卖行业发展阶段的研究
 - 6.1.2 互联网+在线外卖行业细分阶段的分析
- 6.2 互联网给在线外卖行业带来的冲击和变革分析
 - 6.2.1 互联网时代在线外卖行业大环境变化分析
 - 6.2.2 互联网给在线外卖行业带来的突破机遇分析
 - 6.2.3 互联网给在线外卖行业带来的挑战分析
 - 6.2.4 互联网+在线外卖行业融合创新机会分析
- 6.3 中国互联网+在线外卖行业市场发展现状分析
 - 6.3.1 中国互联网+在线外卖行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+在线外卖行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+在线外卖行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+在线外卖行业投资业务布局
 - 6.3.2 在线外卖行业目标客户互联网渗透率分析
 - 6.3.3 中国互联网+在线外卖行业市场规模分析
 - 6.3.4 中国互联网+在线外卖行业竞争格局分析
 - 1、中国互联网+在线外卖行业参与者结构
 - 2、中国互联网+在线外卖行业竞争者类型
 - 3、中国互联网+在线外卖行业市场占有率
- 6.4 中国互联网+在线外卖行业市场趋势预测分析

- 6.4.1 中国互联网+在线外卖行业市场增长动力分析
- 6.4.2 中国互联网+在线外卖行业市场发展瓶颈剖析
- 6.4.3 中国互联网+在线外卖行业市场发展趋势分析

第七章 中国在线外卖行业运行指标分析

- 7.1 中国在线外卖行业市场规模分析及预测
 - 7.1.1 2014-2016年中国在线外卖行业市场规模分析
 - 7.1.2 2017-2022年中国在线外卖行业市场规模预测
- 7.2 中国在线外卖行业市场供需分析及预测
 - 7.2.1 中国在线外卖行业市场供给分析
 - 1、2014-2016年中国在线外卖行业供给规模分析
 - 2、2017-2022年中国在线外卖行业供给规模预测
 - 7.2.2 中国在线外卖行业市场需求分析
 - 1、2014-2016年中国在线外卖行业需求规模分析
 - 2、2017-2022年中国在线外卖行业需求规模预测
- 7.3 中国在线外卖行业企业数量分析
 - 7.3.1 2014-2016年中国在线外卖行业企业数量情况
 - 7.3.2 2014-2016年中国在线外卖行业企业竞争结构
- 7.4 2014-2016年中国在线外卖行业财务指标总体分析
 - 7.4.1 行业盈利能力分析
 - 7.4.2 行业偿债能力分析
 - 7.4.3 行业营运能力分析
 - 7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国在线外卖行业应用领域分析

- 8.1 中国在线外卖行业应用领域概况
 - 8.1.1 行业主要应用领域
 - 8.1.2 行业应用结构分析
 - 8.1.3 应用发展趋势分析
- 8.2 应用领域一
 - 8.2.1 市场发展现状概述
 - 8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国在线外卖行业竞争格局分析

9.1 在线外卖行业竞争五力分析

9.1.1 在线外卖行业上游议价能力

9.1.2 在线外卖行业下游议价能力

9.1.3 在线外卖行业新进入者威胁

9.1.4 在线外卖行业替代产品威胁

9.1.5 在线外卖行业内部企业竞争

9.2 在线外卖行业竞争SWOT分析

9.2.1 在线外卖行业优势分析（S）

9.2.2 在线外卖行业劣势分析（W）

9.2.3 在线外卖行业机会分析（O）

9.2.4 在线外卖行业威胁分析（T）

9.3 在线外卖行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国在线外卖行业竞争企业分析

10.1 ***公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.2 ***公司竞争力分析

- 10.2.1 企业发展基本情况
- 10.2.2 企业主要产品分析
- 10.2.3 企业竞争优势分析
- 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.3 ***公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.4 ***公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
- 10.5 ***公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
- 10.6 ***公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.7 ***公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.8 ***公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.9 ***公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.10 ***公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

第十一章 中国在线外卖行业经典案例分析

11.1 经典案例一

11.1.1 基本信息分析

11.1.2 经营情况分析

11.1.3 产品/服务分析

11.1.4 商业模式分析

11.2 经典案例二

11.2.1 基本信息分析

11.2.2 经营情况分析

11.2.3 产品/服务分析

11.2.4 商业模式分析

11.3 经典案例三

11.3.1 基本信息分析

11.3.2 经营情况分析

11.3.3 产品/服务分析

11.3.4 商业模式分析

第十二章 2017-2022年中国在线外卖行业趋势预测及趋势预测

12.1 2017-2022年中国在线外卖市场趋势预测

12.1.1 2017-2022年在线外卖市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年在线外卖市场趋势预测展望

12.1.3 2017-2022年在线外卖细分行业趋势预测分析

12.2 2017-2022年中国在线外卖市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年在线外卖行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年在线外卖行业应用趋势预测

12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2022年中国在线外卖市场影响因素分析

12.3.1 2017-2022年在线外卖行业发展有利因素

12.3.2 2017-2022年在线外卖行业发展不利因素

12.3.3 2017-2022年在线外卖行业进入壁垒分析

第十三章 2017-2022年中国在线外卖行业投资机会分析

13.1 在线外卖行业投资现状分析

13.1.1 在线外卖行业投资规模分析

13.1.2 在线外卖行业投资资金来源构成

13.1.3 在线外卖行业投资项目建设分析

13.1.4 在线外卖行业投资资金用途分析

13.1.5 在线外卖行业投资主体构成分析

13.2 在线外卖行业投资机会分析

13.2.1 在线外卖行业产业链投资机会

13.2.2 在线外卖行业细分市场投资机会

13.2.3 在线外卖行业重点区域投资机会

13.2.4 在线外卖行业产业发展的空白点分析

第十四章 2017-2022年中国在线外卖行业投资前景预警

14.1 在线外卖行业风险识别方法分析

14.1.1 专家调查法

14.1.2 故障树分析法

14.1.3 敏感性分析法

14.1.4 情景分析法

14.1.5 核对表法

14.1.6 主要依据

14.2 在线外卖行业风险评估方法分析

14.2.1 敏感性分析法

14.2.2 项目风险概率估算方法

14.2.3 决策树

14.2.4 专家决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 在线外卖行业投资前景预警

14.3.1 2017-2022年在线外卖行业市场风险预测

14.3.2 2017-2022年在线外卖行业政策风险预测

14.3.3 2017-2022年在线外卖行业经营风险预测

14.3.4 2017-2022年在线外卖行业技术风险预测

14.3.5 2017-2022年在线外卖行业竞争风险预测

14.3.6 2017-2022年在线外卖行业其他风险预测

第十五章 2017-2022年中国在线外卖行业投资前景研究建议

15.1 提高在线外卖企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国在线外卖企业核心竞争力的对策

15.1.2 在线外卖企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响在线外卖企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高在线外卖企业竞争力的策略

15.2 对我国在线外卖品牌的战略思考

- 15.2.1 在线外卖品牌的重要性
- 15.2.2 在线外卖实施品牌战略的意义
- 15.2.3 在线外卖企业品牌的现状分析
- 15.2.4 我国在线外卖企业的品牌战略
- 15.2.5 在线外卖品牌战略管理的策略
- 15.3 在线外卖行业建议
 - 15.3.1 行业投资策略建议
 - 15.3.2 行业投资方向建议
 - 15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表：在线外卖产业链分析
- 图表：在线外卖上游供应分布
- 图表：在线外卖下游需求领域
- 图表：在线外卖行业生命周期
- 图表：2014-2016年在线外卖行业市场规模分析
- 图表：2017-2022年在线外卖行业市场规模预测
- 图表：2014-2016年中国在线外卖行业供给规模分析
- 图表：2017-2022年中国在线外卖行业供给规模预测
- 图表：2014-2016年中国在线外卖行业需求规模分析
- 图表：2017-2022年中国在线外卖行业需求规模预测
- 图表：2014-2016年中国在线外卖行业企业数量情况
- 图表：2014-2016年中国在线外卖行业企业竞争结构
- 图表：2004-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2016年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度
- 图表：2004-2016年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2004-2016年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2016年人口数及其构成
- 图表：2004-2016年农村居民村收入及其增长速度
- 图表：2004-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度
- 图表：中国在线外卖行业投资前景分析

图表：中国在线外卖行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/831984LEIE.html>