|  |
| --- |
| [2023-2029年中国外卖O2O行业发展深度调研及未来趋势分析报告](https://www.20087.com/1/11/WaiMaiO2OFaZhanQuShiYuCe.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2023-2029年中国外卖O2O行业发展深度调研及未来趋势分析报告](https://www.20087.com/1/11/WaiMaiO2OFaZhanQuShiYuCe.html) |
| 报告编号： | 2757111　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9200 元　　纸介＋电子版：9500 元 |
| 优惠价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/1/11/WaiMaiO2OFaZhanQuShiYuCe.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　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。 截至\*\*，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。
　　　　　　1 ）二线城市主导，三四线城市增长趋势明显；2）一线城市 粘性最高，三线及以下城市均升至 \*\*\*%以上；3）外卖使用场景来看，住宅区、办 公楼及高校使用场景位居前三，而酒店和医院增速较快，白领商务人群占比最高； 4）用户年龄 25-35 岁之间占比过半，35 岁以上人群增长最快。
　　　　　　2018 Q1外卖使用场景分布情况
　　　　　　2018 外卖用户年龄段分布情况
　　　　　　[2023-2029年中国外卖O2O行业发展深度调研及未来趋势分析报告](https://www.20087.com/1/11/WaiMaiO2OFaZhanQuShiYuCe.html)全面剖析了外卖O2O行业的市场规模、需求及价格动态。报告通过对外卖O2O产业链的深入挖掘，详细分析了行业现状，并对外卖O2O市场前景及发展趋势进行了科学预测。外卖O2O报告还深入探索了各细分市场的特点，突出关注外卖O2O重点企业的经营状况，全面揭示了外卖O2O行业竞争格局、品牌影响力和市场集中度。外卖O2O报告以客观权威的数据为基础，为投资者、企业决策者及信贷部门提供了宝贵的市场情报和决策支持，是行业内不可或缺的参考资料。

第一部分 行业发展环境
第一章 外卖O2O行业发展概述
　　第一节 外卖O2O行业的相关概念
　　　　一、定义
　　　　二、分类
　　　　三、特点
　　第二节 外卖O2O行业特征分析
　　　　一、产业链分析
　　　　二、外卖O2O行业在国民经济中的地位
　　　　三、外卖O2O行业生命周期分析
　　　　四、外卖O2O行业对经济周期的反应
　　第三节 最近3-5年中国外卖O2O行业经济指标分析
　　　　一、赢利性
　　　　二、成长速度
　　　　三、附加值的提升空间
　　　　四、进入壁垒/退出机制
　　　　五、风险性
　　　　六、行业周期
　　　　七、竞争激烈程度指标
　　　　八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 外卖O2O行业市场环境及影响分析（PEST）
　　第一节 外卖O2O行业政治发法律环境（P）
　　　　一、行业管理体制分析
　　　　二、行业主要法律法规
　　　　三、外卖O2O行业标准
　　　　四、行业相关发展规划
　　　　五、政策环境对行业的影响
　　第二节 行业经济环境分析（E）
　　　　一、宏观经济形势分析
　　　　二、宏观经济环境对行业的影响分析
　　第三节 行业社会环境分析（S）
　　　　一、外卖O2O产业社会环境
　　　　二、社会环境对行业的影响
　　　　三、外卖O2O产业发展对社会发展的影响
　　第四节 行业技术环境分析（T）
　　　　一、外卖O2O技术分析
　　　　二、外卖O2O技术发展水平
　　　　三、2018-2023年外卖O2O技术发展分析
　　　　四、行业主要技术发展趋势
　　　　五、技术环境对行业的影响

第三章 2018-2023年中国外卖O2O行业发展现状分析
　　第一节 中国外卖O2O行业发展概述
　　　　一、中国外卖O2O行业发展历程
　　　　二、我国外卖O2O行业发展特点分析
　　　　三、中国外卖O2O行业发展面临问题
　　　　四、中国外卖O2O行业发展趋势分析
　　第二节 我国外卖O2O行业发展状况
　　　　一、2023年中国外卖O2O行业发展回顾
　　　　二、2023年中国外卖O2O企业发展分析
　　　　三、2023年我国外卖O2O市场发展分析
　　第三节 2018-2023年中国外卖O2O行业供需分析
　　　　一、2018-2023年中国外卖O2O行业需求分析
　　　　二、2018-2023年中国外卖O2O行业供求分析
　　第四节 2023年外卖O2O行业产量分析
　　　　一、2023年我国外卖O2O产量分析
　　　　二、2023-2029年我国外卖O2O产量预测
　　第五节 2018-2023年中国外卖O2O价格走势及影响因素分析
　　　　一、2023年中国外卖O2O价格回顾
　　　　二、外卖O2O当前市场价格及评述
　　　　三、外卖O2O价格影响因素分析
　　　　四、2023-2029年外卖O2O未来价格走势预测
　　第六节 对中国外卖O2O市场的分析及思考
　　　　一、外卖O2O市场分析
　　　　二、外卖O2O市场变化的方向
　　　　三、中国外卖O2O产业发展的新思路
　　　　四、对中国外卖O2O产业发展的思考

第四章 我国外卖O2O所属行业整体运行指标分析
　　第一节 2018-2023年中国外卖O2O所属行业总体规模分析
　　　　一、企业数量结构分析
　　　　二、人员规模状况分析
　　　　三、行业资产规模分析
　　　　四、行业市场规模分析
　　第二节 2018-2023年中国外卖O2O所属行业销售及利润分析
　　　　一、2018-2023年中国外卖O2O所属行业销售收入分析
　　　　二、2018-2023年中国外卖O2O所属行业利润增长情况
　　　　三、2018-2023年中国外卖O2O所属行业亏损情况
　　　　四、2018-2023年中国外卖O2O所属行业成本费用分析
　　　　五、2018-2023年中国外卖O2O所属行业毛利率
　　第三节 2018-2023年中国外卖O2O所属行业财务能力分析
　　　　一、行业盈利能力分析
　　　　二、行业偿债能力分析
　　　　三、行业营运能力分析
　　　　四、行业发展能力分析

第二部分 行业深度分析
第五章 中国外卖O2O行业区域市场分析
　　第一节 行业总体区域结构特征及变化
　　　　一、行业区域结构总体特征
　　　　二、行业区域集中度分析
　　　　三、行业区域分布特点分析
　　　　四、行业规模指标区域分布分析
　　　　五、行业效益指标区域分布分析
　　　　六、行业企业数的区域分布分析
　　第二节 2023年华北地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析
　　第三节 2023年东北地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析
　　第四节 2023年华东地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析
　　第五节 2023年华南地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析
　　第六节 2023年华中地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析
　　第七节 2023年西南地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析
　　第八节 2023年西北地区外卖O2O行业分析
　　　　一、2018-2023年行业发展现状分析
　　　　二、2018-2023年市场规模情况分析
　　　　三、2018-2023年市场需求规模分析
　　　　四、2023-2029年市场发展前景分析

第六章 2018-2023年外卖O2O行业竞争形势
　　第一节 行业总体市场竞争状况分析
　　　　一、外卖O2O行业竞争结构分析
　　　　二、外卖O2O行业企业间竞争格局分析
　　　　三、外卖O2O行业集中度分析
　　　　四、外卖O2O行业SWOT分析
　　第二节 中国外卖O2O行业竞争格局综述
　　　　一、外卖O2O行业竞争概况
　　　　二、中国外卖O2O行业竞争力分析
　　　　三、外卖O2O行业主要企业竞争力分析
　　第三节 外卖O2O行业竞争格局分析
　　　　一、国内外外卖O2O竞争分析
　　　　二、我国外卖O2O市场竞争分析
　　　　三、我国外卖O2O市场集中度分析
　　　　四、国内主要外卖O2O企业动向
　　　　五、国内外卖O2O企业拟在建项目分析
　　第四节 外卖O2O行业并购重组分析
　　　　一、行业并购重组现状及其重要影响
　　　　二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
　　　　三、本土企业投资兼并与重组分析
　　　　四、企业升级途径及并购重组风险分析
　　　　五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 外卖O2O行业产业结构分析
　　第一节 外卖O2O产业结构分析
　　　　一、市场细分充分程度分析
　　　　二、各细分市场领 先企业排名
　　　　三、各细分市场占总市场的结构比例
　　　　四、领先企业的结构分析（所有制结构）
　　第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
　　　　一、产业价值链条的构成
　　　　二、产业链条的竞争优势与劣势分析
　　第三节 产业结构发展预测
　　　　一、产业结构调整指导政策分析
　　　　二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
　　　　三、中国外卖O2O行业参与国际竞争的战略市场定位
　　　　四、产业结构调整方向分析

第八章 我国外卖O2O行业产业链分析
　　第一节 外卖O2O行业产业链分析
　　　　一、产业链结构分析
　　　　二、主要环节的增值空间
　　　　三、与上下游行业之间的关联性
　　第二节 外卖O2O上游行业分析
　　　　一、外卖O2O成本构成
　　　　二、2018-2023年上游行业发展现状
　　　　三、2023-2029年上游行业发展趋势
　　　　四、上游行业对外卖O2O行业的影响
　　第三节 外卖O2O下游行业分析
　　　　一、外卖O2O下游行业分布
　　　　二、2018-2023年下游行业发展现状
　　　　三、2023-2029年下游行业发展趋势
　　　　四、下游需求对外卖O2O行业的影响

第九章 2023-2029年中国外卖O2O行业发展形势分析
　　第一节 外卖O2O行业发展概况
　　　　一、外卖O2O行业发展特点分析
　　　　二、外卖O2O行业投资现状分析
　　　　三、外卖O2O行业总产值分析
　　　　四、外卖O2O行业技术发展分析
　　第二节 2018-2023年外卖O2O行业市场情况分析
　　　　一、外卖O2O行业市场发展分析
　　　　二、外卖O2O市场存在的问题
　　　　三、外卖O2O市场规模分析
　　第三节 2018-2023年外卖O2O产销状况分析
　　　　一、外卖O2O产量分析
　　　　二、外卖O2O产能分析
　　　　三、外卖O2O市场需求状况分析
　　第四节 产品发展趋势预测
　　　　一、产品发展新动态
　　　　二、技术新动态
　　　　三、产品发展趋势预测

第三部分 行业竞争格局
第十章 外卖O2O行业领 先企业经营形势分析
　　第一节 中国外卖O2O企业总体发展状况分析
　　　　一、外卖O2O企业主要类型
　　　　二、外卖O2O企业资本运作分析
　　　　三、外卖O2O企业创新及品牌建设
　　　　四、外卖O2O企业国际竞争力分析
　　　　五、2023年外卖O2O行业企业排名分析
　　第二节 上海拉扎斯信息科技有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第三节 北京三快科技有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第四节 浙江淘宝网络有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第五节 北京到家时代餐饮管理有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第六节 易淘星空网络科技（北京）有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第七节 南京零号线电子商务有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第八节 北京百度网讯科技有限公司
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第九节 豆果美食
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第十节 窝窝商城
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态
　　第十一节 大众点评网
　　　　一、企业发展概况
　　　　二、经营状况分析
　　　　三、竞争优势分析
　　　　四、发展战略分析
　　　　五、企业最新动态

第四部分 行业投资策略
第十一章 外卖O2O行业投资策略分析
　　第一节 行业发展特征
　　　　一、行业的周期性
　　　　二、行业的区域性
　　　　三、行业的上下游
　　　　四、行业经营模式
　　第二节 行业投资形势分析
　　　　一、行业发展格局
　　　　二、行业进入壁垒
　　　　三、盈利模式分析
　　第三节 2023年外卖O2O行业投资效益分析
　　第四节 2023年外卖O2O行业投资策略研究
　　第五节 中国外卖O2O制造行业的投资建议
　　　　一、外卖O2O制造行业投资现状分析
　　　　二、外卖O2O制造行业最新投资动向
　　　　三、外卖O2O制造行业投资及信贷建议

第十二章 2023-2029年外卖O2O行业投资前景
　　第一节 2023-2029年外卖O2O市场发展前景
　　　　一、2023-2029年外卖O2O市场发展潜力
　　　　二、2023-2029年外卖O2O市场发展前景展望
　　　　三、2023-2029年外卖O2O细分行业发展前景分析
　　第二节 2023-2029年外卖O2O市场发展趋势预测
　　　　一、2023-2029年外卖O2O行业发展趋势
　　　　二、2023-2029年外卖O2O市场规模预测
　　　　三、2023-2029年细分市场发展趋势预测
　　第三节 2023-2029年中国外卖O2O行业供需预测
　　　　一、2023-2029年中国外卖O2O行业供给预测
　　　　二、2023-2029年中国外卖O2O行业需求预测
　　第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
　　　　一、市场整合成长趋势
　　　　二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
　　　　三、企业区域市场拓展的趋势
　　　　四、影响企业销售与服务方式的关键趋势
　　第五节 外卖O2O行业投资特性分析
　　　　一、外卖O2O行业进入壁垒分析
　　　　二、外卖O2O行业盈利因素分析
　　　　三、外卖O2O行业盈利模式分析
　　第六节 2023-2029年外卖O2O行业发展的影响因素
　　　　一、有利因素
　　　　二、不利因素
　　第七节 2023-2029年外卖O2O行业投资价值评估分析
　　　　一、行业投资效益分析
　　　　二、产业发展的空白点分析
　　　　三、投资回报率比较高的投资方向
　　　　四、新进入者应注意的障碍因素

第五部分 发展策略分析
第十三章 2023-2029年外卖O2O行业面临的困境及对策
　　第一节 2023年外卖O2O行业面临的困境
　　第二节 外卖O2O企业面临的困境及对策
　　　　一、重点外卖O2O企业面临的困境及对策
　　　　二、中小外卖O2O企业发展困境及策略分析
　　　　三、国内外卖O2O企业的出路分析
　　第三节 中国外卖O2O行业存在的问题及对策
　　　　一、中国外卖O2O行业存在的问题
　　　　二、外卖O2O行业发展的建议对策
　　　　三、市场的重点客户战略实施
　　第四节 中国外卖O2O市场发展面临的挑战与对策

第十四章 外卖O2O行业发展战略研究
　　第一节 外卖O2O行业发展战略研究
　　　　一、战略综合规划
　　　　二、技术开发战略
　　　　三、业务组合战略
　　　　四、区域战略规划
　　　　五、产业战略规划
　　　　六、营销品牌战略
　　　　七、竞争战略规划
　　第二节 对我国外卖O2O品牌的战略思考
　　　　一、外卖O2O品牌的重要性
　　　　二、外卖O2O实施品牌战略的意义
　　　　三、外卖O2O企业品牌的现状分析
　　　　四、我国外卖O2O企业的品牌战略
　　　　五、外卖O2O品牌战略管理的策略
　　第三节 外卖O2O经营策略分析
　　　　一、外卖O2O市场细分策略
　　　　二、外卖O2O市场创新策略
　　　　三、品牌定位与品类规划
　　　　四、外卖O2O产品差异化战略
　　第四节 中^智林^－外卖O2O行业投资战略研究
　　　　一、2023年外卖O2O行业投资战略
　　　　二、2023-2029年外卖O2O行业投资战略
　　　　三、2023-2029年细分行业投资战略
略……

了解《[2023-2029年中国外卖O2O行业发展深度调研及未来趋势分析报告](https://www.20087.com/1/11/WaiMaiO2OFaZhanQuShiYuCe.html)》，报告编号：2757111，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/1/11/WaiMaiO2OFaZhanQuShiYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！