|  |
| --- |
| [2025-2031年中国在线外卖市场调研与发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.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： | [2025-2031年中国在线外卖市场调研与发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.html) |
| 报告编号： | 2906819　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 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/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.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

　　在线外卖服务近年来经历了爆发式增长，特别是在疫情期间，由于居家隔离和社交距离政策的实施，外卖成为了许多人日常生活的重要组成部分。移动互联网和智能手机的普及，以及第三方外卖平台的兴起，极大地便利了消费者的订餐体验。同时，餐饮业也在积极拥抱数字化转型，通过自建外卖平台或与第三方平台合作，拓展业务范围。
　　未来，在线外卖行业将更加注重服务质量和食品安全。随着消费者对健康和营养的日益关注，提供健康餐食选择和营养信息的外卖服务将更受欢迎。同时，外卖平台将加强与餐厅的食品安全监管合作，确保食品从制作到送达全过程的卫生安全。此外，无人配送技术，如无人机和自动驾驶送餐车，将逐步应用于实际运营中，提升配送效率和降低成本。
　　《[2025-2031年中国在线外卖市场调研与发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.html)》基于多年在线外卖行业研究积累，结合当前市场发展现状，依托国家权威数据资源和长期市场监测数据库，对在线外卖行业进行了全面调研与分析。报告详细阐述了在线外卖市场规模、市场前景、发展趋势、技术现状及未来方向，重点分析了行业内主要企业的竞争格局，并通过SWOT分析揭示了在线外卖行业的机遇与风险。
　　市场调研网发布的《[2025-2031年中国在线外卖市场调研与发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.html)》为投资者提供了准确的市场现状解读，帮助预判行业前景，挖掘投资价值，同时从投资策略和营销策略等角度提出实用建议，助力投资者在在线外卖行业中把握机遇、规避风险。

第一章 在线外卖行业发展必然性分析
　　1.1 在线外卖是对传统外卖的革命
　　　　1.1.1 在线外卖与传统外卖对比
　　　　1.1.2 在线外卖：解决传统外卖痛点
　　　　1.1.3 在线外卖：餐饮O2O的细分价值诉求
　　1.2 在线外卖是对餐饮团购的升级
　　　　1.2.1 在线外卖取餐饮团购“之长”
　　　　1.2.2 在线外卖补餐饮团购“之短”
　　1.3 在线外卖发展环境已非常优越
　　　　1.3.1 在线外卖行业政策环境评估
　　　　（1）网络食品交易日益规范
　　　　（2）互联网+国家战略的形成
　　　　1.3.2 在线外卖行业经济环境评估
　　　　（1）团购为在线外卖积累大量用户
　　　　（2）“宅经济”、“懒人经济”日益凸显
　　　　1.3.3 在线外卖行业社会环境评估
　　　　（1）网络用户形成外卖消费习惯
　　　　（2）资本市场看好在线外卖市场
　　　　1.3.4 在线外卖行业技术环境评估
　　　　（1）在线外卖订单管理系统已经成熟
　　　　（2）移动互联网助推在线外卖的发展
　　　　（3）大数据技术提升在线外卖精准性
　　1.4 在线外卖市场已形成一定规模
　　　　1.4.1 在线外卖市场订单规模
　　　　1.4.2 在线外卖市场交易规模
　　1.5 中美在线外卖市场PK——中国完胜
　　　　1.5.1 中国在线外卖市场环境优于美国
　　　　1.5.2 中国在线外卖竞争环境优于美国
　　　　1.5.3 中国在线外卖：青出于蓝而胜于蓝
　　1.6 在线外卖的市场潜力令人期待
　　　　1.6.1 市场将步入高速发展期
　　　　1.6.2 在线外卖市场规模预测

第二章 在线外卖行业核心痛点的解析
　　2.1 核心痛点一：如何做到快速送达
　　　　2.1.1 快速送达难点解析
　　　　2.1.2 建立体系化、产业化的外卖物流标准
　　　　2.1.3 成功的物流运营模式及案例
　　　　（1）餐户自建自营模式
　　　　1）模式缩略图
　　　　2）成功案例代表
　　　　（2）第三方轻平台模式
　　　　1）模式缩略图
　　　　2）成功案例代表
　　　　（3）第三方重平台模式
　　　　1）模式缩略图
　　　　2）成功案例代表
　　　　（4）第三方轻重结合平台模式
　　　　1）模式缩略图
　　　　2）成功案例代表
　　2.2 核心痛点二：如何实现平台盈利
　　　　2.2.1 实现平台盈利难点解析
　　　　2.2.2 成功的盈利模式及案例
　　　　（1）抽成模式
　　　　1）模式简介
　　　　2）模式盈利点
　　　　3）成功案例代表
　　　　（2）固定费用模式
　　　　1）模式简介
　　　　2）模式盈利点
　　　　3）成功案例代表
　　　　（3）打包收费模式
　　　　1）模式简介
　　　　2）模式盈利点
　　　　3）成功案例代表
　　　　（4）免费服务模式
　　　　1）模式简介
　　　　2）模式盈利点
　　　　3）成功案例代表
　　2.3 核心痛点三：如何提升服务质量
　　　　2.3.1 高质量服务难点解析
　　　　2.3.2 高质量服务提供策略
　　　　（1）建立信息化管理系统
　　　　（2）为用户提供增值服务
　　　　（3）在线互动+在线奖励
　　　　（4）优化平台忙闲管理
　　　　（5）鼓励用户提前订餐
　　　　（6）做到“稳、准、快、足”
　　　　（7）不同时段提供不同服务

第三章 在线外卖平台典型案例研究
　　3.1 自建自营平台优秀案例
　　　　3.1.1 麦乐送
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.1.2 Hi捞送
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.1.3 吉食送
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　3.2 第三方轻平台优秀案例
　　　　3.2.1 美团外卖
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　2019年第二季度美团外卖的市场份额为65.1%，较去年同期增长近6个百分点，饿了么的市场份额则萎缩至不足3成。
　　　　2019年上半年美团新增的用户里，有47%来自“下沉市场”，即三线及以下城市；一线城市的新增用户占比最低，仅为15%。饿了么的新增用户与美团大体相似。
　　　　2019年上半年美团外卖新 用户城市等级分布
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.2.2 口碑外卖
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　3.3 第三方重平台优秀案例
　　　　3.3.1 零号线
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.3.2 来一火
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.3.3 生活半径
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.3.4 到家美食会
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　3.4 第三方轻重结合平台优秀案例
　　　　3.4.1 饿了么
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　　　3.4.2 百度外卖
　　　　（1）平台概况简介
　　　　（2）覆盖城市数量
　　　　（3）平台用户规模
　　　　（4）平台运营模式
　　　　（5）平台盈利模式
　　3.5 在线外卖平台失败案例
　　　　3.5.1 失败案例概述
　　　　3.5.2 失败原因总结

第四章 在线外卖行业竞争策略规划
　　4.1 在线外卖行业竞争格局剖析
　　　　4.1.1 整体格局：呈三级阶梯状
　　　　4.1.2 在线外卖细分市场格局
　　　　（1）家庭市场竞争格局
　　　　（2）白领市场竞争格局
　　　　（3）校园市场竞争格局
　　　　4.1.3 在线外卖移动端竞争格局
　　4.2 在线外卖行业竞争策略规划
　　　　4.2.1 多维度保障在线外卖质量与安全
　　　　（1）外卖卫生的环节与难度
　　　　（2）让外卖食品卫生更透明
　　　　（3）建立行业规约，规范配送流程
　　　　（4）健全平台制度，推出外卖保险
　　　　4.2.2 深挖不断垂直细分的目标用户群体
　　　　（1）细分市场用户特点比较
　　　　（2）细分市场运营特征分析
　　　　（3）细分市场发展空间比较
　　　　（4）细分市场竞争策略制定
　　　　4.2.3 快速促进线上与线下资源有机融合
　　　　（1）加强与餐饮企业的信息共享
　　　　（2）快速提升凭条互联化程度
　　　　4.2.4 抢摊移动端市场——深耕餐饮APP
　　　　（1）餐饮移动互联网普及率最高
　　　　（2）外卖APP优化策略
　　　　4.2.5 建立类淘宝-天猫产业层级拓展战略

第五章 (中.智.林)在线外卖行业投资策略规划
　　5.1 在线外卖地域投资策略
　　　　5.1.1 在线外卖用户地域属性
　　　　（1）一二线城市市场占有率
　　　　（2）三四线级以下城市市场占有率
　　　　（3）海外及其他区域市场占有率
　　　　5.1.2 投资策略：从一二线城市切入市场
　　5.2 在线外卖用户投资策略
　　　　5.2.1 在线外卖是网民刚性需求
　　　　（1）外卖用户性别结构
　　　　（2）女性用户就餐方式结构
　　　　（3）男性用户就餐方式结构
　　　　（4）男女用餐方式对比分析
　　　　5.2.2 35岁以下群体为核心受众群
　　　　（1）在线外卖用户年龄分布结构
　　　　（2）注重35岁以下用户的拓展与维护
　　　　5.2.3 单身用户在线外卖诉求高
　　　　（1）在线外卖用户婚姻属性
　　　　（2）为单身用户提供个性化服务
　　　　5.2.4 中高端收入人群需求较强烈
　　　　（1）不同职业人群使用外卖情况
　　　　（2）不同收入人群使用外卖情况
　　5.3 在线外卖价格投资策略
　　　　5.3.1 16-25元外卖产品需求高
　　　　（1）不同外卖渠道消费金额结构
　　　　（2）不同职业人群外卖消费结构
　　　　5.3.2 26-50元价位开发空间大
　　　　（1）用户外卖消费诉求情况
　　　　（2）主要外卖平台客单价情况
　　5.4 在线外卖平台投资策略
　　　　5.4.1 重平台提升溢价高餐品比例
　　　　（1）在线外卖用户餐户类型选择
　　　　（2）不同模式平台餐户类型选择
　　　　（3）提升配送难、溢价高餐品的量级
　　　　5.4.2 延续线下餐饮企业品牌价值
　　　　（1）用户选择餐户的原因
　　　　（2）用户选择餐户的数量
　　　　（3）找出延续餐户品牌价值的方法
　　　　5.4.3 轻重结合平台是未来趋势
　　　　（1）不同模式平台用户满意度情况
　　　　（2）轻重模式优势互补，竞合发展

图表目录
　　图表 在线外卖行业历程
　　图表 在线外卖行业生命周期
　　图表 在线外卖行业产业链分析
　　……
　　图表 2020-2025年在线外卖行业市场容量统计
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业市场规模及增长情况
　　……
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业销售收入分析 单位：亿元
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业盈利情况 单位：亿元
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业利润总额分析 单位：亿元
　　……
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业企业数量情况 单位：家
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业企业平均规模情况 单位：万元/家
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业竞争力分析
　　……
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业盈利能力分析
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业运营能力分析
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业偿债能力分析
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业发展能力分析
　　图表 2020-2025年中国在线外卖行业经营效益分析
　　……
　　图表 \*\*地区在线外卖市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区在线外卖行业市场需求情况
　　图表 \*\*地区在线外卖市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区在线外卖行业市场需求情况
　　图表 \*\*地区在线外卖市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区在线外卖行业市场需求情况
　　……
　　图表 在线外卖重点企业（一）基本信息
　　图表 在线外卖重点企业（一）经营情况分析
　　图表 在线外卖重点企业（一）盈利能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（一）偿债能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（一）运营能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（一）成长能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（二）基本信息
　　图表 在线外卖重点企业（二）经营情况分析
　　图表 在线外卖重点企业（二）盈利能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（二）偿债能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（二）运营能力情况
　　图表 在线外卖重点企业（二）成长能力情况
　　……
　　图表 2025-2031年中国在线外卖行业市场容量预测
　　图表 2025-2031年中国在线外卖行业市场规模预测
　　图表 2025-2031年中国在线外卖市场前景分析
　　图表 2025-2031年中国在线外卖行业发展趋势预测
略……

了解《[2025-2031年中国在线外卖市场调研与发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.html)》，报告编号：2906819，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/9/81/ZaiXianWaiMaiFaZhanQuShiFenXi.html>

热点：网上订餐外卖、在线外卖平台搜索、美团外卖网官网首页进入、在线外卖市场规模分析、叫外卖网、在线外卖收入和M平台骑手人员情况、外卖、在线外卖是什么、美团外卖网站

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！