

2020-2026年中国互联网餐 饮外卖行业分析与投资策略报告

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

《2020-2026年中国互联网餐饮外卖行业分析与投资策略报告》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/202002/151845.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

2019年中国互联网餐饮外卖市场规模达到818.3亿元人民币，占同期本地生活服务O2O市场的26%;占同期到家O2O市场交易规模的85%，占比超八成。随着餐饮外卖企业不断拓展服务场景、提升服务品质和频次，作为高频消费的餐饮外卖是行业重要流量入口，成为行业生态布局不可缺失的一环。其中，外卖用户消费能力高于生活服务领域整体水平。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国互联网餐饮外卖行业分析与投资策略报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一章 互联网餐饮外卖行业发展概述

第一节 行业界定

一、互联网餐饮外卖行业定义及分类

二、互联网餐饮外卖行业经济特性

三、互联网餐饮外卖行业产业链简介

第二节 互联网餐饮外卖行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 互联网餐饮外卖行业相关产业动态

第二章 国内互联网餐饮外卖行业品牌产品市场规模分析

第一节 2015-2019年互联网餐饮外卖市场规模分析

第二节 我国互联网餐饮外卖区域结构分析

第三节 互联网餐饮外卖区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2020-2026年互联网餐饮外卖市场规模预测

第三章2015-2019年我国互联网餐饮外卖行业发展现状分析

第一节我国互联网餐饮外卖行业发展现状

一、互联网餐饮外卖行业品牌发展现状

二、互联网餐饮外卖行业需求市场现状

三、互联网餐饮外卖市场需求层次分析

四、我国互联网餐饮外卖市场走向分析

第二节中国互联网餐饮外卖产品技术分析

一、2015-2019年互联网餐饮外卖产品技术变化特点

二、2015-2019年互联网餐饮外卖产品市场的新技术

三、2015-2019年互联网餐饮外卖产品市场现状分析

第三节中国互联网餐饮外卖行业存在的问题

一、互联网餐饮外卖产品市场存在的主要问题

二、国内互联网餐饮外卖产品市场的三大瓶颈

三、互联网餐饮外卖产品市场遭遇的规模难题

第四节对中国互联网餐饮外卖市场的分析及思考

一、互联网餐饮外卖市场特点

二、互联网餐饮外卖市场分析

三、互联网餐饮外卖市场变化的方向

四、中国互联网餐饮外卖行业发展的新思路

五、对中国互联网餐饮外卖行业发展的思考

第四章2015-2019年国内互联网餐饮外卖行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节互联网餐饮外卖产量统计分析

第二节互联网餐饮外卖历年消费量统计分析

第三节国内互联网餐饮外卖行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 互联网餐饮外卖产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 互联网餐饮外卖产品的品牌市场调查

- 一、消费者对互联网餐饮外卖品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对互联网餐饮外卖产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对互联网餐饮外卖品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、互联网餐饮外卖品牌忠诚度调查
- 六、互联网餐饮外卖品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第五章 国内互联网餐饮外卖行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

- 一、供需渠道定义
- 二、供需渠道格局
- 三、供需渠道形式
- 四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对互联网餐饮外卖行业品牌发展的重要性

第三节 互联网餐饮外卖行业销售渠道的重要环节分析

- 一、批发商
- 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）
- 三、代理商

第四节 中国互联网餐饮外卖行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

- 一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 国内互联网餐饮外卖行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 国内互联网餐饮外卖行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2019年国内互联网餐饮外卖行业进出口量分析

一、国内互联网餐饮外卖行业进口分析

二、国内互联网餐饮外卖行业出口分析

第二节 2020-2026年国内互联网餐饮外卖行业进出口市场预测分析

一、2020-2026年国内互联网餐饮外卖行业进口预测

二、2020-2026年国内互联网餐饮外卖行业出口预测

第七章 互联网餐饮外卖国内重点生产厂家分析

第一节A公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节B公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节F公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第八章 国内互联网餐饮外卖行业品牌竞争格局分析

第一节 互联网餐饮外卖行业历史竞争格局概况

- 一、互联网餐饮外卖行业集中度分析
- 二、互联网餐饮外卖行业竞争程度分析

第二节 互联网餐饮外卖行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节 2020-2026年国内互联网餐饮外卖行业品牌竞争格局展望

第九章 2020-2026年国内互联网餐饮外卖行业品牌发展预测

第一节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业品牌市场财务数据预测

- 一、2020-2026年互联网餐饮外卖行业品牌市场规模预测
- 二、2020-2026年互联网餐饮外卖行业总产值预测
- 三、2020-2026年互联网餐饮外卖行业利润总额预测
- 四、2020-2026年互联网餐饮外卖行业总资产预测

第二节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业供需预测

- 一、2020-2026年互联网餐饮外卖产量预测
- 二、2020-2026年互联网餐饮外卖需求预测
- 三、2020-2026年互联网餐饮外卖供需平衡预测
- 五、2020-2026年主要互联网餐饮外卖产品进出口预测

第三节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业投资机会

- 一、2020-2026年互联网餐饮外卖行业主要领域投资机会
- 二、2020-2026年互联网餐饮外卖行业出口市场投资机会
- 三、2020-2026年互联网餐饮外卖行业企业的多元化投资机会

第四节 影响互联网餐饮外卖行业发展的主要因素

- 一、2020-2026年影响互联网餐饮外卖行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响互联网餐饮外卖行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响互联网餐饮外卖行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年我国互联网餐饮外卖行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年我国互联网餐饮外卖行业发展面临的机遇分析

第五节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业投资风险及控制策略分析

- 一、互联网餐饮外卖行业市场风险及控制策略

- 二、互联网餐饮外卖行业政策风险及控制策略
- 三、互联网餐饮外卖行业经营风险及控制策略
- 四、互联网餐饮外卖行业技术风险及控制策略
- 五、互联网餐饮外卖行业同业竞争风险及控制策略
- 六、互联网餐饮外卖行业其他风险及控制策略

第十章2020-2026年国内互联网餐饮外卖行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节 互联网餐饮外卖行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析
- 四、技术发展环境分析

第三节 互联网餐饮外卖行业投资价值分析

- 一、2015-2019年互联网餐饮外卖市场趋势总结
- 二、2020-2026年互联网餐饮外卖发展趋势分析
- 三、2020-2026年互联网餐饮外卖市场发展空间
- 四、2020-2026年互联网餐饮外卖产业政策趋向
- 五、2020-2026年互联网餐饮外卖技术革新趋势
- 六、2020-2026年互联网餐饮外卖价格走势分析

第四节 互联网餐饮外卖行业投资风险分析

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术创新风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

第五节 互联网餐饮外卖行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析
- 三、项目投资建议

第十一章 业内对国内互联网餐饮外卖行业总结及企业经营战略建议

第一节 互联网餐饮外卖行业问题总结

第二节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业企业的标杆管理

- 一、国内企业的经验借鉴
- 二、国外企业的经验借鉴

第三节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业企业的资本运作模式

- 一、互联网餐饮外卖行业企业国内资本市场的运作建议
- 二、互联网餐饮外卖行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2020-2026年互联网餐饮外卖行业企业营销模式建议

- 一、互联网餐饮外卖行业企业的国内营销模式建议
- 二、互联网餐饮外卖行业企业海外营销模式建议

第五节 互联网餐饮外卖市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

图表目录

图表：互联网餐饮外卖业生命周期

图表：互联网餐饮外卖业从业人数

图表：2016-2019年全球互联网餐饮外卖业市场规模

图表：2016-2019年中国互联网餐饮外卖业市场规模

图表：2016-2019年互联网餐饮外卖业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国互联网餐饮外卖市场占全球份额比较

图表：2016-2019年互联网餐饮外卖业工业总产值

图表：2016-2019年互联网餐饮外卖业销售收入

图表：2016-2019年互联网餐饮外卖业利润总额

图表：2016-2019年互联网餐饮外卖业资产总计

图表：2016-2019年互联网餐饮外卖业负债总计

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业竞争力预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖市场价格走势预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业主营业务收入预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业主营业务成本预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业销售费用预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业管理费用预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业财务费用预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业销售毛利率预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业销售利润率预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业成本费用利润率预测

图表：2020-2026年互联网餐饮外卖业总资产利润率预测

图表：2014-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2019年居民消费价格涨跌幅度

……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/151845.html>