

2024-2029年中国在线订餐行业运行及前景展望报告

报告简介

在线订餐网站现阶段还属于野蛮增长的时期，相应也出现很多问题，其中食品安全问题尤为突出。在现阶段，虽然提供中高端餐饮占比较少，但其中与中高端餐饮进行合作，可以在食品安全上有较为严格的保障，所以其未来发展将成为在线餐饮的主流发展方向。

另外，英、美逐步趋于稳定、成熟的订餐市场格局，而国内市场则处于给商户补贴、拼市场费用的初级培育期，需要经历向产品、技术、效率主导阶段的转变。而只有甩开纯粹低价、烧钱的市场手段之后，才谈得上真正给用户提供附加值。

外卖行业处于市场培育前期，拥有市场潜力和发展空间。随着城市人群互联网应用水平的不断提升，个体消费能力的显著增强，个性化配送服务消费习惯的逐步养成，以及中国城镇化进程的加快，网上外卖服务需求将急速扩张；而由餐饮服务切入构建起来的物流配送体系可以围绕“短距离”服务拓展至多种与生活紧密相关的外送业务，具有更广阔的发展前景。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国互联网中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国在线订餐行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国在线订餐行业发展状况和特点，以及中国在线订餐行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球在线订餐行业发展态势作了详细分析，并对在线订餐行业进行了趋向研判，是在线订餐生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前在线订餐行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业发展环境

第一章 在线订餐行业概述

第一节 在线订餐行业简介

一、在线订餐行业的界定

二、在线订餐行业的分类

三、在线订餐行业范围界定

第二节 在线订餐行业特征

第三节 在线订餐行业生命周期

一、生命周期理论概述

二、在线订餐行业生命周期

第二章 2019-2023年H1在线订餐行业发展环境分析

第一节 2019-2023年H1中国经济环境分析

一、全球经济形势

二、国内经济运行

第二节 2019-2023年H1中国在线订餐行业发展政策环境分析

一、在线订餐行业政策

二、在线订餐行业规划

第三节 2019-2023年H1中国在线订餐行业发展社会环境分析

一、人口环境

二、教育环境

三、生态环境

四、城镇化率

五、消费环境

第四节 2019-2023年H1中国在线订餐行业发展技术环境分析

第二部分行业运行分析

第三章中国在线订餐行业发展现状

第一节 中国在线订餐行业市场分析

一、中国在线订餐行业市场发展特点

二、中国在线订餐行业市场规模

三、中国在线订餐行业市场需求

第二节 2019-2023年H1中国在线订餐行业竞争分析

一、中国在线订餐行业竞争格局

二、中国在线订餐行业市场竞争聚焦

第三节 2024-2029年中国在线订餐行业发展建议

一、中国在线订餐行业发展存在的问题

二、中国在线订餐行业发展建议

第四章中国在线订餐市场发展分析

第一节 2019-2023年H1中国在线订餐行业市场结构分析

一、2019-2023年H1中国在线订餐行业市场主体结构

二、2019-2023年H1中国在线订餐行业市场品牌结构

第二节 2019-2023年H1中国在线订餐市场重点产品分析

一、中国在线订餐市场重点产品供应

二、中国在线订餐市场重点产品消费

第三节 2019-2023年H1中国在线订餐行业发展影响因素

一、市场环境

二、供需

三、价格

四、竞争

五、其他

第四节 2019-2023年H1中国在线订餐品牌动态

第三部分行业深度分析

第五章中国在线订餐行业消费市场分析

第一节 在线订餐行业的消费者调查

一、在线订餐行业的消费者结构分布

二、在线订餐行业的消费者区域分布

第二节 在线订餐市场消费体验调查

- 一、在线订餐市场的消费体验满意度
- 二、在线订餐市场的消费体验渠道
- 三、在线订餐市场的消费体验产品偏好
- 四、在线订餐市场的消费体验原因研究
- 四、在线订餐市场的消费体验的结果调查

第三节 在线订餐市场消费心理调查

- 一、在线订餐市场的消费心理
- 二、在线订餐市场的消费心理预期

第四节 在线订餐行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、在线订餐行业品牌忠诚度调查
- 六、在线订餐行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章 在线订餐行业市场营销策略研究

第一节 在线订餐行业市场营销研究

- 1、在线订餐的市场定位
- 2、在线订餐的产品策略
- 3、在线订餐的价格策略
- 4、在线订餐的渠道策略
- 5、在线订餐的促销策略

第二节 在线订餐行业广告与促销方式

第三节 在线订餐行业渠道分析

一、在线订餐行业现有渠道分析

二、在线订餐行业渠道创新

第四节 在线订餐行业价格分析

一、在线订餐行业重点产品价格分布

二、在线订餐行业重点企业价格策略

第五节 在线订餐行业产品分析

一、产品结构

二、在线订餐行业产品特色

三、在线订餐行业产品优势

第七章 在线订餐行业上下游产业链发展环境分析

第一节 在线订餐行业上下游产业链

第二节 在线订餐行业上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势预测

三、上游行业对在线订餐行业的影响

第三节 在线订餐行业下游行业分析

一、下游行业发展现状

二、下游行业发展趋势预测

三、下游行业对在线订餐行业的影响

第四部分 行业及竞争格局

第八章 中国在线订餐竞争格局分析

第一节 2019-2023年H1中国在线订餐竞争格局分析

一、2019-2023年H1中国在线订餐企业竞争格局

二、2019-2023年H1中国在线订餐竞争市场集中度

三、2019-2023年H1中国在线订餐品牌集中度

第二节 在线订餐行业的波特五力模型分析

一、在线订餐行业现有竞争者分析

二、在线订餐行业上游议价能力分析

三、在线订餐行业下游议价能力分析

四、在线订餐行业替代者威胁分析

五、在线订餐行业潜在进入者威胁分析

第三节 在线订餐行业国际竞争力分析

一、在线订餐行业国内外竞争

二、在线订餐行业国际竞争力分析

第四节 在线订餐行业竞争策略分析

一、2024-2029年我国在线订餐市场竞争趋势

二、2024-2029年在线订餐行业竞争格局展望

三、2024-2029年在线订餐行业竞争策略分析

第九章中国在线订餐行业重点企业分析

第一节 美餐网

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第二节 饿了么

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第三节 百度外卖

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第四节 支付宝——口碑

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第五节 外卖网

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第六节 餐急送

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第七节 麦当劳

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第八节 永和大王

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第九节 俏江南

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第十节 棒约翰

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争力及发展战略

第十一节 肯德基

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况
- 五、企业竞争力
- 六、企业战略动态

第十二节 必胜客

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构
- 三、企业用户规模
- 四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第十三节 GrubHub

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第十四节 OpenTable

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第十五节 Caviar

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第十六节 JustEat

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第十七节 Foodpanda

一、企业发展简况分析

二、企业业务结构

三、企业用户规模

四、经营情况

五、企业竞争力

六、企业战略动态

第五部分行业发展预测

第十章 2024-2029年中国在线订餐行业投资前景预测

第一节 在线订餐行业投资风险与壁垒

一、在线订餐行业投资风险

1、政策风险

2、市场竞争风险

3、技术研发风险

4、人力资源风险

5、其他投资风险

二、在线订餐行业进入壁垒

三、在线订餐行业商业模式

第二节 在线订餐行业发展策略

- 一、在线订餐行业发展机遇
- 二、在线订餐行业发展面临的挑战
- 三、在线订餐行业发展策略

第三节 中国在线订餐行业投资建议

- 一、在线订餐行业热点投资区域
- 二、在线订餐行业热点投资方向
- 三、在线订餐行业资本运作建议

第十一章 2024-2029年中国在线订餐行业发展趋势及展望

第一节 2024-2029年中国在线订餐行业发展趋势

- 一、2024-2029年中国在线订餐行业发展趋势及预测
- 二、2024-2029年中国在线订餐行业细分市场趋势预测
- 三、2024-2029年中国在线订餐行业发展方向

第二节 2024-2029年中国在线订餐市场发展前景

- 一、2024-2029年中国在线订餐市场发展潜力
- 二、2024-2029年中国在线订餐市场发展展望
- 三、2024-2029年中国在线订餐细分市场发展潜力

第三节 2024-2029年中国在线订餐行业运营预测

- 一、2024-2029年中国在线订餐行业规模预测
- 二、2024-2029年中国在线订餐行业供需预测
- 三、2024-2029年中国在线订餐行业产值预测

第十二章 中国在线订餐行业发展总结

- 一、中国在线订餐行业研究结论
- 二、中道泰和对中国在线订餐行业发展的建议

图表目录

图表：2019-2023年H1GDP及增长变化图

图表：2019-2023年H1工业形势

图表：2019-2023年H1国内固定资产投资及增长变化图

图表：2019-2023年H1居民消费价格指数(CPI)

图表：在线订餐行业生命周期

图表：在线订餐行业产业链结构

图表：2019-2023年H1中国在线订餐行业市场规模

图表：2019-2023年H1在线订餐行业产能分析

图表：2019-2023年H1在线订餐行业产量分析

图表：2019-2023年H1在线订餐行业需求分析

图表：2019-2023年H1在线订餐行业进口数据

图表：2019-2023年H1在线订餐行业出口数据

图表：2019-2023年H1在线订餐行业竞争力分析

图表：2019-2023年H1在线订餐市场价格走势

图表：2019-2023年H1在线订餐行业主营业务收入

图表：2024-2029年在线订餐市场容量预测

图表：2024-2029年在线订餐行业产量预测

图表：2024-2029年在线订餐行业供给预测

图表：2024-2029年在线订餐行业需求预测

图表：2024-2029年在线订餐行业供需格局预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/36266.shtml>

在线订购：[点击这里](#)