

2024-2029年中国餐饮O2O行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

80、90、00后逐渐成为消费主体。截止2016年，全国的80后和90后群体人口总数已突破4个亿，占全国总人口数的近1/3，我们把这个群体成为新生代群体，他们是目前中国消费阶层的中坚力量。新生代群体由于成长背景和环境的巨大差别，新生代具有与他们父辈迥异的价值观、饮食习惯、消费体验、购买决策模式。同时，消费者对餐厅的期望值在上升，好吃、好玩、健康的餐厅才能吸引到消费者。中国传统高端餐饮继续走下坡路，陆续被性价比更高、更有文化底蕴、菜品米其林的轻奢餐饮店所替代。国际菜系点评量高于其他菜系，口味是消费者评论的第一要素，国际菜系人均消费普遍较高，特色菜系人均消费跨度较大。国际菜系餐饮企业覆盖率虽然不及其他菜系，但平均点评数量明显高于其他菜系。面包咖啡厅和小吃快餐数量较多，但消费者点评数量较少。口味是消费者评论的第一要素，服务和环境各个菜系评论相差不多。传统菜系更加依赖口味和回头客，咖啡厅、小吃快餐中的点心成为讨论的焦点。

外卖O2O市场中，白领的人群画像为高频、高单价消费、高黏性、对价格不敏感，并且对物流准时配送，品质以及多元服务有着更大的诉求。当补贴大战消退之后，白领市场所受的影响会最小，而未来更大的增长点也将继续集中在白领市场，有着更大的市场潜力。随着中国移动互联网的快速发展，传统行业与互联网的融合深入，线下餐饮企业纷纷触网，线上和线下融合，餐饮行业呈现繁荣发展景象。

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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国连锁经营协会、中华美食网、中国餐饮网、中国餐饮行业协会、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，对我国餐饮O2O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，并重点分析了我国餐饮O2O行业发展状况和特点，以及中国餐饮O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球餐饮O2O行业发展态势作了详细分析，并对餐饮O2O行业进行了趋向研判，是餐饮O2O经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前餐饮O2O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

第一部分行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第二章 中国餐饮O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

一、信息技术水平分析

二、客户端软件分析

三、技术发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国餐饮O2O行业运行现状分析

第一节 我国餐饮O2O行业发展状况分析

一、我国餐饮O2O行业发展历程和阶段

二、我国餐饮O2O行业发展概况及特点

三、我国餐饮O2O行业发展存在的问题及对策

第二节 2019-2023年餐饮O2O行业运行现状分析

一、我国餐饮O2O行业资产规模分析

二、我国餐饮O2O行业市场规模分析

三、中国餐饮O2O行业市场发展特点

第三节 2019-2023年餐饮O2O市场经营情况分析

一、中国餐饮O2O行业交易总额分析

二、中国餐饮O2O行业订单量分析

三、中国餐饮O2O行业利润总额分析

四、中国餐饮O2O线上线下利益结构分析

第四节 2019-2023年中国餐饮O2O行业企业分析

一、企业数量变化分析分析

二、不同规模企业结构分析

三、网络平台数量分析

四、从业人员数量分析

第五节 2019-2023年中国餐饮O2O行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国餐饮O2O消费者分析

第一节 消费者人群分析

一、消费者年龄结构

二、消费者性别比例

三、消费者收入水平分析

第二节 核心消费者特点分析

一、高黏性

二、高收入

三、高频率

第三节 消费者需求特点分析

一、配送准时率

二、产品质量要求

三、产品种类要求

第四节 消费者行为影响因素分析

一、品牌知名度

二、产品价格

三、产品品质

四、产品包装

五、产品服务

第三部分 行业竞争格局

第五章 餐饮O2O行业产业结构分析

第一节 餐饮O2O产业链结构分析

- 一、餐饮O2O行业产业链构成
- 二、餐饮O2O行业产业链结构模型分析
- 三、主要环节增值空间
- 四、产业链条的竞争优势分析

第二节 餐饮物流配送产业分析

- 一、餐饮物流配送产业发展现状分析
- 二、餐饮物流配送产业市场规模分析
- 三、餐饮物流配送产业主要形式分析
- 四、餐饮物流配送产业发展趋势分析
- 五、餐饮物流配送产业价值及意义

第三节 食材采购产业分析

- 一、食材采购产业现状
- 二、食材采购市场规模分析
- 三、食材采购各种商业模式分析
- 四、食材采购市场前景分析

第六章 餐饮O2O行业区域市场分析

第一节 中国餐饮O2O重点区域市场分析预测

- 一、行业总体区域结构特征及变化
- 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

第二节 餐饮O2O区域市场分析

一、东北地区

- 1、餐饮O2O企业数量分析
- 2、餐饮O2O交易额分析
- 3、餐饮O2O订单量分析
- 4、餐饮O2O消费主力分析
- 5、餐饮O2O发展趋势分析

二、华北地区

- 1、餐饮O2O企业数量分析
- 2、餐饮O2O交易额分析
- 3、餐饮O2O订单量分析
- 4、餐饮O2O消费主力分析
- 5、餐饮O2O发展趋势分析

三、华东地区

- 1、餐饮O2O企业数量分析
- 2、餐饮O2O交易额分析
- 3、餐饮O2O订单量分析
- 4、餐饮O2O消费主力分析
- 5、餐饮O2O发展趋势分析

四、华中地区

- 1、餐饮O2O企业数量分析
- 2、餐饮O2O交易额分析
- 3、餐饮O2O订单量分析
- 4、餐饮O2O消费主力分析
- 5、餐饮O2O发展趋势分析

五、华南地区

- 1、餐饮O2O企业数量分析
- 2、餐饮O2O交易额分析
- 3、餐饮O2O订单量分析
- 4、餐饮O2O消费主力分析
- 5、餐饮O2O发展趋势分析

六、西部地区

- 1、餐饮O2O企业数量分析
- 2、餐饮O2O交易额分析
- 3、餐饮O2O订单量分析
- 4、餐饮O2O消费主力分析
- 5、餐饮O2O发展趋势分析

第七章 中国餐饮O2O成功案例分析

第一节 淘点点

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第二节 饿了么

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第三节 我有外卖

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四节 觅厨

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第五节 到家美食会

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第六节 叫个鸭子

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第七节 青年菜君

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第八节 金百万

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第九节 那些年

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第十节 五味

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四部分 投资发展前景

第八章 2019-2023年餐饮O2O行业投资发展前景

第一节 2024-2029年餐饮O2O市场发展趋势预测

一、2024-2029年餐饮O2O行业发展趋势

1、行业发展依然强劲

2、智能化进一步发展

3、市场发展规范化

二、2024-2029年餐饮O2O市场规模预测

1、餐饮O2O行业市场容量预测

2、餐饮O2O行业销售收入预测

三、2024-2029年餐饮O2O行业应用趋势预测

第二节 2024-2029年中国餐饮O2O行业市场预测

一、2024-2029年中国餐饮O2O行业平台数量预测

二、2024-2029年中国餐饮O2O市场订单成交量预测

第三节 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、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第九章 餐饮O2O行业面临的机遇与挑战

第一节 餐饮O2O行业面临的机遇分析

一、互联网+

二、一带一路

三、智能化数据时代

第二节 中国餐饮O2O面临的挑战

一、线上线下企业的需求存在脱节

二、线下餐饮企业的服务质量很难保障

三、O2O餐饮平台爆食品安全问题

四、O2O平台不完善

三、行业发展建议

第三节 中国餐饮O2O行业发展对策

一、加强平台建设

二、加强线上线下合作

三、重视用户体验

四、保障食品安全

第十章 2024-2029年餐饮O2O行业投资机会与风险防范

第一节 餐饮O2O行业投资特性分析

一、餐饮O2O行业进入壁垒分析

二、餐饮O2O行业盈利因素分析

三、餐饮O2O行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年餐饮O2O行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2024-2029年餐饮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

第四节 2024-2029年餐饮O2O行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第五节 中国餐饮O2O行业投资风险及防范

一、行业政策风险及防范

二、行业关联产业风险及防范

三、行业技术风险及防范

四、行业供求风险及防范

五、行业其他风险及防范

第五部分 发展战略研究

第十一章 餐饮O2O行业发展战略研究

第一节 餐饮O2O行业竞争战略研究

一、区域联盟战略

二、蓝海战略

三、差异化战略

四、品牌经营战略

第二节 对我国餐饮O2O品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 餐饮O2O行业发展战略

一、企业竞合战略

二、渠道和终端布局

三、产业融合战略

第四节 餐饮O2O行业投资战略及建议

一、2024-2029年行业投资战略

二、2024-2029年行业投资方式建议

三、2024-2029年行业投资方向建议

图表目录

图表：餐饮O2O行业产品的分类结构

图表：餐饮O2O行业成长周期图

图表：2019-2023年GDP初步核算数据

图表：2019-2023年GDP环比和同比增长速度

图表：2019-2023年我国GDP季度累计增长图

图表：2019-2023年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2019-2023年我国居民人均收入情况

图表：2019-2023年我国餐饮O2O行业资产规模分析

图表：2019-2023年我国餐饮O2O行业市场规模分析

图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业市场发展特点

图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业交易总额分析

图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业订单量分析

图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业利润总额分析

图表：中国餐饮O2O线上线下利益结构分析

图表：2019-2023年企业数量变化分析分析

- 图表：2019-2023年不同规模企业结构分析
- 图表：2019-2023年网络平台数量分析
- 图表：2019-2023年从业人员数量分析
- 图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业盈利能力分析
- 图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业营运能力分析
- 图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业偿债能力分析
- 图表：2019-2023年中国餐饮O2O行业发展能力分析
- 图表：餐饮O2O市场消费者年龄结构
- 图表：餐饮O2O市场消费者性别比例
- 图表：餐饮O2O市场消费者收入水平分析
- 图表：2019-2023年餐饮物流配送产业市场规模分析
- 图表：2019-2023年食材采购市场规模分析
- 图表：2019-2023年行业规模指标区域分布分析
- 图表：2024-2029年餐饮O2O行业市场容量预测
- 图表：2024-2029年餐饮O2O行业销售收入预测
- 图表：2024-2029年中国餐饮O2O行业平台数量预测
- 图表：2024-2029年中国餐饮O2O市场订单成交量预测

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/20170112/9674.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)