

2024-2029年中国餐饮O2O市场深度分析及发展趋势研究咨询预测报告

报告简介

O2O即Online To

Offline，也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个餐饮O2O行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据餐饮O2O行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国餐饮O2O行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国餐饮O2O行业将面临的机遇与挑战，对餐饮O2O行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是餐饮O2O企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 o2o概念界定及发展水平分析

第一节 o2o相关概述

一、基本改概念

二、平台分类

三、发展历程

四、关键因素

五、运作流程

六、价值与优势

七、发展趋势

第二节 餐饮o2o概念及价值

一、概念解析

二、平台概念

三、应用分类

四、核心价值

五、效益分析

六、起源发展

第三节 o2o市场发展水平评估

一、行业产生发展

二、行业发展进程

三、市场规模现状

四、行业应用覆盖

五、应用成熟状况

六、市场格局分析

七、区域发展水平

第二章 2019-2023年餐饮o2o市场发展环境分析

第一节 经济环境

一、中国经济运行情况

二、中国经济发展趋势

三、宏观经济发展预测

四、经济环境促使餐饮o2o变革

第二节 政策环境

一、o2o行业面临政策利好

二、“互联网+”政策出台

三、餐饮行业政策法规分析

四、国家鼓励餐饮o2o发展

五、网络食品交易纳入法律监管

第三节 行业环境

一、餐饮行业市场规模

二、餐饮行业经营状况

三、餐饮行业运行特征

四、餐饮行业转型发展

五、餐饮行业发展趋势

第四节 社会环境

一、居民收入水平分析

二、居民网络普及情况

三、移动互联网应用情况

四、移动支付发展状况

五、餐饮o2o社会需求

第五节 技术环境

一、o2o引发互联网业变革

二、o2o平台技术寻求创新

三、o2o技术研究方向分析

四、o2o领域新一代信息技术贡献

第三章 2019-2023年国外餐饮o2o市场发展分析

第一节 国际餐饮o2o市场现状

一、市场格局分析

二、投资并购状况

三、企业融资情况

第二节 重点区域餐饮o2o市场

一、美国

二、欧洲

三、日本

四、印度

第四章 2019-2023年中国餐饮o2o市场发展分析

第一节 中国餐饮o2o行业发展综述

一、行业演变历程

二、行业发展基础

三、行业基本状况

四、行业热点分析

五、发展特征分析

六、行业现行态势

第二节 中国餐饮o2o市场运行状况

一、市场发展态势

二、市场运行特征

三、市场运行趋势

四、市场发展风向

第三节 2019-2023年餐饮o2o市场规模及结构

一、市场规模分析

二、交易规模分析

三、用户规模分析

四、市场结构分析

五、市场渗透率

第四节 2019-2023年餐饮o2o市场用户行为分析

一、用户区域分布

二、用户年龄分布

三、用户关注因素

四、用户访问途径

五、用户应用下载

第五节 中国餐饮o2o区域市场状况

第五章 2019-2023年中国餐饮o2o企业发展分析

第一节 餐饮o2o企业行业布局状况

一、团购行业

二、外卖o2o行业

三、订餐o2o领域

四、菜谱领域

五、供应链行业

六、软件供应商行业

七、厨师上门行业

第二节 餐饮o2o企业创新成果分析

一、室内导流

二、平台深耕

三、智能终端

四、去中介化

五、物流整合

六、营销创新

七、渠道创新

八、大数据化

九、app点餐

十、数据运营

第六章 2019-2023年中国餐饮外卖o2o市场分析

第一节 中国餐饮外卖o2o行业发展环境

一、餐户基础

二、用户基础

三、资本基础

第二节 中国餐饮外卖o2o行业发展概况

一、行业发展进程

二、行业参与主体

三、市场发展现状

四、配送方式分析

五、行业发展趋势

第三节 第三方餐饮外卖o2o市场规模及结构

一、市场规模分析

二、市场结构分析

三、市场格局分析

第四节 第三方餐饮外卖o2o平台swot分析

一、优势(strengths)

二、劣势(weaknesses)

三、机遇(opportunities)

四、威胁(threats)

第五节 第三方餐饮外卖o2o平台使用行为分析

一、用户属性分析

二、外卖渠道分析

三、用户需求反馈

四、用户消费规模

五、用户消费诉求

六、外卖平台选择

第六节 中国主要餐饮外卖o2o平台发展评估

一、美团外卖

二、饿了么

三、百度外卖

四、淘点点

五、到家美食会

第七章 2019-2023年中国餐饮团购市场分析

第一节 中国餐饮团购行业发展进程

一、团购萌芽

二、行业膨胀

三、行业洗牌

第二节 中国餐饮团购市场运行概况

一、行业发展基础

二、市场规模分析

三、细分市场规模

四、区域市场布局

第三节 中国餐饮团购市场格局分析

一、市场竞争格局

二、竞争战略分析

三、竞争主体比较

第四节 中国餐饮团购市场前景分析

- 一、市场规模预测
- 二、细分市场前景
- 三、渠道发展趋势

第八章 2019-2023年中国传统餐饮业o2o市场分析

第一节 传统餐饮企业发展o2o的背景

- 一、o2o是餐饮业变革的导火索
- 二、传统餐饮业进军o2o的好处
- 三、“国八条”促使餐饮转型o2o

第二节 传统餐饮业o2o市场运行概况

- 一、市场实践状况
- 二、转型升级特征
- 三、机遇挑战分析

第三节 传统餐饮企业o2o发展模式分析

- 一、1.0模式
- 二、2.0模式

第四节 传统餐饮业o2o发展的问题及建议

- 一、标准化问题
- 二、人才问题
- 三、平台制约
- 四、发展建议

第九章 2019-2023年中国餐饮食材o2o市场分析

第一节 餐饮食材o2o平台分类状况

- 一、全国性平台

二、区域性平台

三、垂直细分品类

四、平台模式类

五、SaaS服务商类

第二节 餐饮食材供应链o2o标杆企业

一、青年菜君

二、筷好味

三、我厨网

四、洋葱达人

五、爱餐桌

第三节 餐饮后端采购o2o运营模式分析

一、重模式(自营模式)

二、轻模式(平台模式)

三、解决方案分析

第四节 餐饮食材o2o市场投资趋势分析

一、供应链是重中之重

二、食材o2o系统特殊性

三、地推策略要精准及高效

四、配送环节是用户体验的关键

五、平台运营要以战略眼光高度

第十章 中国餐饮o2o商业模式分析

第一节 餐饮o2o商业模式演变进程

一、点评类

二、预定类

三、团购类

四、外卖类

五、连锁餐饮类

第二节 餐饮o2o三大主流模式比较分析

一、团购模式

二、外卖模式

三、传统餐饮堂食模式

第三节 2.0时代餐饮o2o盈利模式分析

一、外卖销售

二、网络商城

三、异业功能链接

四、其他盈利渠道

第四节 餐饮o2o典型营销模式分析

一、平民模式

二、互联网精英模式

三、个性模式

四、黑马模式

第五节 餐饮o2o“最后一公里”创新模式

一、自建物流中心学京东

二、把配送站建在小区旁边

三、聘专业人士提供上门服务

四、整合物流闲散资源提供快速服务

五、线上替人排队线下提供服务

第十一章 2019-2023年中国餐饮o2o市场竞争分析

第一节 餐饮o2o市场竞争主体分类

- 一、综合型平台
- 二、创业型互联网公司
- 三、传统实体餐饮商户

第二节 餐饮o2o市场三大阵营竞争实力

- 一、团购网站
- 二、在线外卖平台
- 三、在线准成品平台

第三节 餐饮o2o市场竞争形势分析

- 一、市场呈现“马太效应”
- 二、后台上演技术争夺战
- 三、集团作战拉开序幕
- 四、企业竞争走向细分
- 五、中小企业出局加速

第四节 餐饮o2o市场互联网企业竞争行为

- 一、互联网企业蜂拥餐饮o2o
- 二、互联网企业聚焦在线外卖
- 三、bat投资布局战略分析

第五节 餐饮o2o创业平台竞争突围方式

- 一、结合线上产品重构店内服务场景
- 二、以专线模式颠覆外卖配送

第十二章 2019-2023年国外餐饮o2o市场典型企业案例分析

第一节 点评网站：yelp

- 一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、盈利模式分析

五、企业发展经验

第二节 团购网站：groupon

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、盈利模式分析

五、企业发展经验

第三节 餐厅预订网站：opentable

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、盈利模式分析

五、企业发展经验

第四节 在线外卖平台：grubhub

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、盈利模式分析

四、竞争优势分析

五、企业发展经验

第五节 在线外卖平台：just-eat

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、盈利模式分析

五、企业发展经验

第十三章 2019-2023年中国餐饮o2o市场主流在线平台分析

第一节 美团网

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第二节 大众点评网

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第三节 百度糯米网

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第四节 百度外卖网

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第五节 饿了么订餐网

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第六节 外卖超人网

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第七节 到家美食汇

一、平台简介

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、行业前景调研分析

第十四章 2019-2023年中国餐饮o2o市场线下运营商分析

第一节 呷哺呷哺

一、企业发展概况

二、业务布局状况

三、经营状况分析

四、o2o发展分析

第二节 海底捞

一、企业发展概况

二、业务布局状况

三、经营状况分析

四、o2o发展分析

第三节 雕爷牛腩

一、企业发展概况

二、业务布局状况

三、经营状况分析

四、o2o发展分析

第四节 西少爷

一、企业发展概况

二、业务布局状况

三、经营状况分析

四、o2o发展分析

第五节 黄太吉

一、企业发展概况

二、业务布局状况

三、经营状况分析

四、o2o发展分析

第十五章 中国餐饮o2o市场面临的问题及发展对策

第一节 餐饮o2o行业面临的挑战

一、行业本身复杂性和特殊性

二、o2o模式仍在混战阶段

三、消费者对o2o产品接受度有限

四、餐饮企业主对于互联网思维仍谨慎

第二节 餐饮o2o市场发展制约因素

一、线上线下仅营销流互通

二、信息化技术落后

三、线上线下交易数据断缺

四、法规缺乏制约行业发展

第三节 餐饮o2o市场发展对策

一、重视三大关键要素

二、协作整合才是方向

三、弄清企业o2o关注点

四、要采用差异化策略

第四节 餐饮企业o2o转型要诀

一、出品为本

二、用户为王

三、效率为先

四、体验为上

五、数据驱动

六、创新为魂

第五节 中小餐饮企业o2o投资趋势分析

一、入门：客户入口

二、推行：客户寻找

三、战略：表里兼修

四、运营：改进立异

五、人员：轻量化发展

六、提升：专属数据

第十六章 中国餐饮o2o市场投资机会分析及风险预警

第一节 行业投融资现状

- 一、行业受资本热捧
- 二、行业投融资动向
- 三、投资者项目偏好
- 四、热门企业融资现状

第二节 投资价值及机会

- 一、行业投资价值
- 二、投资机会分析
- 三、投资前景分析

第三节 行业前景调研提示

- 一、政策风险
- 二、渠道风险
- 三、盲目扩张风险
- 四、消费习惯风险
- 五、平台风险
- 六、人才风险
- 七、经营风险

第四节 项目投资入口

- 一、点评类
- 二、团购类
- 三、点餐服务类
- 四、第三方配送服务
- 五、预定服务类
- 六、社交类

七、菜谱类

八、健康塑身类

九、新型品牌类电商

十、连锁品牌类

第五节 投资建议研究

一、投资项目价值评估

二、行业前景调研规避策略

三、传统企业转型思路

第十七章 2024-2029年中国餐饮o2o市场前景分析

第一节 中国餐饮o2o市场增长驱动因素

一、政策因素

二、经济因素

三、社会因素

四、技术因素

第二节 2024-2029年中国餐饮o2o市场预测分析

一、市场规模预测

二、交易规模预测

三、用户规模预测

第三节 中国餐饮o2o细分市场前景分析

一、团购市场

二、外卖市场

三、传统餐饮市场

图表目录

图表：餐饮o2o应用分类

图表：餐饮预订o2o服务流程

图表：2019-2023年移动互联网不同行业o2o应用数量占比

图表：2019-2023年o2o移动应用细分行业覆盖率top1

图表：2019-2023年o2o移动应用覆盖率总排行

图表：o2o细分领域指标评价

图表：行业o2o实现容易程度评价指标

图表：行业投入产出比评价指标

图表：o2o行业企业布局情况

图表：o2o市场发展现状分析模型

图表：2019-2023年一二三线城市o2o发展水平综合评估对比

图表：2019-2023年三大经济圈o2o发展水平综合评估对比

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/sc/20200121/154940.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)