

中国生活服务数字化行业市场发展分析及发展趋势与投资前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

全球已进入服务经济时代，服务业主导的产业结构变迁与经济转型升级成为世界经济发展新趋势。世界银行数据显示，过去三十年全球服务业增加值占GDP比重逐年提升，当前占比已超过6成，其中美国、德国、日本等发达国家服务业增加值已经达到GDP的70%以上，巴西、南非、墨西哥等发展中国家占比也达到60%左右。中国也已进入服务经济时代，服务业对经济增长和就业的贡献不断提升。

服务是一项特殊的经济活动，具有无形性、同步性、异质性和不可存储性。无形性指服务多属于行为而非物品，消费者难以事先感知和评价。同步性指服务产品的生产与消费同时进行，在空间、时间上难以割裂。异质性指服务产品不易标准化，质量难以保持稳定一致。不可储存性指大多数服务具有易逝性，可贸易性不足。

生活服务业是直接满足居民生活需求的服务行业，是中国现代服务业的重要内容。国家统计局发布的《生活性服务业统计分类(2019)》将生活服务业定义为满足居民最终消费需求的服务活动，包含居民和家庭服务、居民出行服务、住宿餐饮服务等十二大领域。随着“三新”经济不断崛起，生活服务业的发展模式、业态持续迭代，其内涵也不断丰富和发展。本文所研究的“生活服务业”以国家统计局定义为基础，重点关注住宿餐饮、居民出行、体育文化、娱乐服务、培训服务等服务行业。生活服务业数字化是以数据为关键生产要素，通过数字技术与生活服务业深度融合，推动生活服务业结构优化和效率提升，培育新产品、新模式、新业态，不断提升服务品质和个性化、多样化服务能力过程。

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、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国生活服务数字化市场进行了分析研究。报告在总结中国生活服务数字化行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国生活服务数字化行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，

图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为生活服务数字化企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 全球数字化行业发展分析

第一节 全球数字化行业发展现状

第二节 全球数字化行业竞争情况

一、全球各地区数字化行业发展现状

二、全球数字化行业发展新态势

第二章 中国数字化行业发展分析

第一节 中国数字化行业发展特点

第二节 中国数字化行业发展现状

一、中国数字化行业发展分析

二、中国数字化行业发展模式

第三章 中国数字化行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、宏观经济运行情况

二、中国居民(消费者)收入情况

三、中国城市化率

第二节 中国数字化行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 数字化行业相关政策

一、国家“十三五”产业政策

二、其他相关政策(标准、技术)

第四章 中国数字化产业主要技术发展分析

第一节 大数据技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第二节 云计算技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第三节 传感技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第四节 人工智能技术发展分析

- 一、技术发展现状
- 二、技术在数字化转型中的作用
- 三、技术在数字化转型中的应用
- 四、技术在数字化转型中的发展趋势

第五节 物联网技术发展分析

- 一、技术发展现状
- 二、技术在数字化转型中的作用
- 三、技术在数字化转型中的应用
- 四、技术在数字化转型中的发展趋势

第六节 信息化技术发展分析

- 一、中国信息化建设现状
- 二、技术在数字化转型中的作用
- 三、技术在数字化转型中的应用
- 四、技术在数字化转型中的发展趋势

第七节 数字化转型技术发展趋势

- 一、智能自动化
- 二、流动的员工
- 三、平台经济
- 四、可预见的颠覆
- 五、数字信用

第五章 中国生活服务数字化行业现状分析

第一节 生活服务数字化发展现状

- 一、服务消费成为消费增长的核心驱动力
- 二、服务业向数字化转型具有良好的发展基础
- 三、数字生活新服务空间巨大
- 四、生活服务业的数字化水平差异较大
- 五、疫情加速生活服务业数字化渠道建设

第二节 生活服务数字化消费洞察

- 一、生活服务数字化消费快速渗透
- 二、从一二线城市向下沉市场扩展
- 三、中老年群体生活服务数字化消费增速最快
- 四、消费者更加关注安全与健康
- 五、消费者拥抱绿色低碳生活

第三节 生活服务数字化发展趋势

- 一、远近融合
- 二、上下融合
- 三、软硬融合
- 四、虚实融合

第六章 生活服务业数字化发展特征

第一节 生活服务业数字化发展背景与意义

- 一、生活服务业数字化的背景
- 二、生活服务业数字化的内涵
- 三、生活服务业数字化的意义

- 1、稳增长：支撑经济稳定增长
- 2、优质量：推动行业高质量发展
- 3、惠民生：提高民生保障水平

第二节 生活服务业数字化发展机理与特征

一、生活服务业数字化发展机理

- 1、数字化拓展消费者需求
- 2、数字化提升供给效率，拓展生产可能性边界
- 3、数字化推动供需动态优化，实现有效匹配
- 4、数字化提升生态治理能力，实现服务有机协同

二、生活服务业数字化发展特征

第三节 生活服务业数字化发展动力与趋势

一、生活服务业数字化发展动力

- 1、需求变化引领生活服务业数字化发展方向
- 2、企业竞争方式加速生活服务业数字化演进
- 3、数字技术迭代支撑生活服务业数字化升级
- 4、政府政策推动生活服务业数字化发展进程

二、生活服务业数字化发展趋势

- 1、数字化水平将继续稳步提升
- 2、从需求侧为主转向供给侧与需求侧并重
- 3、从单环节突破到全链条渗透
- 4、数字技术催生更多模式创新
- 5、多元主体协同推进势在必行

第四节 生活服务业数字化发展面对的问题与瓶颈

一、数字化发展程度不充分

- 1、生活服务业数字化总体渗透率仍然偏低
- 2、行业企业数字化转型仍处于初级阶段
- 3、数字化生活服务用户覆盖有待加强

二、数字化水平不均衡

- 1、细分行业数字化水平差异显著
- 2、产业链上下游数字化发展不均衡

三、要素支撑能力弱

- 1、数字化转型资金不够
- 2、数字技术支撑不足
- 3、人才供给不足

四、重视程度待加强

- 1、政府对生活服务业数字化的专项支持力度有待加强
- 2、企业对数字化转型的认识仍然不足

第五节 推进生活服务业数字化的政策建议

一、加强顶层设计，营造良好政策环境

二、充分发挥生活服务电子商务平台的作用，促进服务消费

三、加快推进生活服务新基建，加大对具有新基建属性的生活服务电子商务平台的支持力度

四、强化要素支撑，夯实生活服务业数字化发展基础

五、发挥平台数据、技术优势，推进生活服务业数字化协同共治

第七章 生活服务市场数字化发展现状

第一节 市场规模及发展趋势

第二节 主要细分市场竞争格局

一、餐饮

1、发展现状

2、市场规模

3、发展趋势

二、酒店

1、发展现状

2、市场规模

3、发展趋势

三、出行

1、发展现状

2、市场规模

3、发展趋势

第八章 生活服务行业商业模式分析

第一节 商业模式的相关概述

一、参考模型

二、成功特征

三、历史发展

第二节 生活服务行业主要商业模式案例分析

一、美团

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

二、饿了么

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

三、京东

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

四、支付宝

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

五、拼多多

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

六、携程网

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

七、滴滴出行

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

八、高德地图

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

九、叮咚买菜

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

十、盒马鲜生

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

十一、闲鱼

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

十二、到家美食会

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

第九章 生活服务市场的趋势与机遇

第一节 生活服务市场发展的影响因素

一、总体概况

二、新一代消费者崛起

三、科技进步

四、平台化

第二节 主要细分市场的趋势和机遇分析

一、传统领域深化发展

二、新兴领域快速演进

三、平台运营能力提升

四、推动供给侧改革

五、业务模式拓展

第十章 行业生态展望

第一节 平台经济模式确立

一、生态性

二、开放性

三、共赢性

四、普惠性

第二节 平台经济治理

第三节 潜在的行业重塑趋势

图表目录

图表：2021-2026年各国数字经济规模

图表：2021-2026年全球gdp构成

图表：2021-2026年全球数字经济构成

图表：全球不同产业数字经济占比

图表：2021-2026年中国数字经济规模情况

图表：中国数字经济增速与gdp增速对比

图表：中国电信业收入规模及增速

图表：2021-2026年国内生产总值及增速

图表：2021-2026年三次产业增加值占国内生产总值的比重

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及增速

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及其构成

图表：中国城镇化率

图表：2021-2026年中国人口规模情况

图表：2021-2026年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：中国城镇化率

图表：2021-2026年o2o市场整体规模和预测

图表：生活服务业数字化率

图表：2021-2026年中国即时零售用户期待在即时零售电商平台上购买的品类

图表：小吃消费各年龄段客单价平稳增长

图表：医药健康o2o业务年龄品类指数

图表：减脂类产品购买意向的同比数据

图表：绿色消费行为参与度

图表：中国服务业发展趋势

图表：中国数字经济在三次产业中加快发展

图表：全球工业和服务业劳动生产率对比(单位：美元)

图表：生活服务业数字化发展机理

图表：ict对经济增长的贡献测算(单位：%)

图表：平台在数字化生态中的价值连接功能

图表：生活服务电子商务平台赋能商户数字化

图表：数字技术推动产业数字化浪潮

图表：生活服务业数字化主要政策

图表：中国生活服务业数字化发展阶段

图表：部分生活服务行业数字化规模

图表：需求侧数字化渗透基本情况

图表：美团智慧餐厅模式

图表：生活服务业数字化的协同发展

图表：中国生活服务业在线交易规模、增速及渗透率

图表：生活服务业部分细分行业在线化率

图表：2021-2026年中国生活服务业市场规模情况

图表：2021-2026年中国餐饮服务业市场规模情况

图表：2021-2026年中国酒店业市场规模情况

图表：2021-2026年中国网约车用户规模及使用率

图表：2021-2026年中国网约车市场规模情况

图表：美团盈利分析

图表：平台价值

图表：经济模式演变

图表：数字时代和工业化时代的对比

图表：新技术体系

图表：重塑市场的四大趋势

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

报告编号：231176

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20211111/231176.shtml>

在线订购：[点击这里](#)