

2020年中国餐饮O2O行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国餐饮O2O行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/401029401029.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

餐饮行业是和人们日常生活最息息相关的行业，随着互联网的普及，中国网民规模继续增大，特别是移动互联网用户规模增长明显，越来越多的用户开始尝试在线外卖预定，在网上下载优惠券再去线下餐馆消费也越来越普遍。把通过网络(包括PC端和移动端)购买、预定餐饮，和下载餐饮优惠券而去线下消费的用户统称为餐饮行业O2O在线商务用户，仅使用互联网查询餐饮信息的不计入用户规模。

在移动互联网浪潮冲击下，餐饮行业的互联网化进程不断加快。从最初的点评模式开始，团购、外卖等诸多模式不断涌现。餐饮消费连续5年保持50%以上的增长速度，整体形势向好。数据显示，2010-2016年中国餐饮O2O在线外卖用户规模逐渐扩大，2013年在线外卖用户数量突破1亿人，但其同比增长速度在2013年有所下降。2016年中国餐饮O2O在线外卖用户规模达到2.56亿人，同比增长17.60%。2017年我国餐饮行业O2O在线外卖数同比增长率为15.00%，达到3.01亿人。

2010-2017年中国餐饮行业O2O在线订餐用户规模

数据来源：商务部

中国餐饮行业的线下市场规模非常大，这为餐饮O2O市场发展提供了广阔的前景。自2013年始，移动互联网的高速发展，为在线餐饮商务规模的迅速拓展奠定了良好的硬件基础。到2014年，在线外卖作为餐饮O2O一支快捷力量迅速崛起。品途网调研获悉，2013年中国在线外卖市场交易规模尚不足30亿，到2014年底这一数字已经超过150亿，增速超过5倍，尽管其占比还不足整个餐饮市场的1%，但其快速增长的势头成为业界关注的焦点。

数据显示，2010-2016年中国餐饮行业O2O市场规模不断扩大，随着技术的扩大其增长率在2011年总体表现为下降变动;2016年中国餐饮行业O2O市场规模增长到1662.4亿元，同比增长33.00%，较2015年增加262.4亿元，增长率降低10.78个百分点。到2017年中国餐饮行业O2O市场规模突破2000亿，达到2045.6亿元;中国在线订餐市场正在进入稳定期，未来市场增长将主要来自于平台对已有用户流量的挖掘。（JPTC）

2010-2017年中国餐饮行业O2O市场规模

数据来源：商务部

【报告大纲】

第一章中国餐饮O2O行业发展背景

1.1 餐饮O2O行业概述

- 1.1.1 餐饮O2O行业界定
- 1.1.2 餐饮O2O行业分类
- 1.1.3 与传统餐饮O2O行业的区别
- 1.2 餐饮O2O行业发展及运行特点
 - 1.2.1 餐饮O2O行业发展综述
 - 1.2.2 餐饮O2O行业发展历程
 - 1.2.3 餐饮O2O行业运行特点
- 1.3 O2O市场发展水平评估
 - 1.3.1 行业产生发展
 - 1.3.2 行业发展进程
 - 1.3.3 市场规模现状
 - 1.3.4 行业应用覆盖
 - 1.3.5 应用成熟状况
 - 1.3.6 市场格局分析
 - 1.3.7 区域发展水平

第二章 中国餐饮O2O行业的宏观经济情况

- 2.1 餐饮O2O行业政策环境
 - 2.1.1 O2O行业面临政策利好
 - 2.1.2 “互联网+”政策出台
 - 2.1.3 餐饮行业政策法规分析
 - 2.1.4 国家鼓励餐饮O2O发展
 - 2.1.5 网络食品交易纳入法律监管
- 2.2 餐饮O2O行业经济环境
 - 2.2.1 国际经济环境分析
 - 1、国际宏观经济运行情况
 - 2、国际宏观经济走势预测
 - 3、国经济环境对国内餐饮O2O行业的影响
 - 2.2.2 国内经济运行情况
 - 1、GDP增长情况
 - 2、经济走势预测
 - 3、宏观经济与餐饮行业相关性
- 2.3 中国餐饮O2O的社会环境
 - 2.3.1 人口环境分析
 - 2.3.2 教育环境分析

2.3.3文化环境分析

2.3.4中国城镇化率

2.3.5居民的各种消费观念和习惯

2.4餐饮O2O行业技术环境

2.4.1O2O引发互联网业变革

2.4.2O2O平台技术寻求创新

2.4.3O2O技术研究方向分析

2.4.4O2O领域新一代信息技术贡献

第三章全球互联网环境下餐饮O2O行业发展分析

4.1全球餐饮行业景气程度分析

4.1.1全球餐饮行业人数

4.1.2全球餐饮行业收入

4.1.3全球餐饮行业支出

4.2全球餐饮O2O行业发展分析

4.2.1全球餐饮行业发展现状

4.2.2主要地区餐饮O2O行业发展

1、美国餐饮市场调研

2、欧洲餐饮市场调研

3、亚太餐饮市场调研

4.2.3全球互联网环境下餐饮O2O行业发展趋势

第四章2017-2020年中国餐饮O2O行业发展概述

5.1中国餐饮行业发展状况分析

5.1.1中国餐饮行业发展阶段

5.1.2中国餐饮行业发展总体概况

5.1.3中国餐饮行业发展特点分析

5.2 2017-2020年餐饮O2O行业发展现状

5.2.1 2017-2020年中国餐饮行业市场规模

5.2.2 2017-2020年中国餐饮行业发展分析

5.2.3 2017-2020年中国餐饮企业发展分析

5.3 2017-2020年中国互联网环境下餐饮行业面临的困境及对策

5.3.1中国餐饮行业面临的困境及对策

1、中国餐饮O2O行业面临困境

2、中国餐饮O2O行业对策探讨

5.3.2国内餐饮O2O企业的出路分析

第五章2017-2020年互联网环境下餐饮行业的机会与挑战

3.1 2017-2020年中国互联网环境分析

3.1.1网民基本情况分析

- 1、总体网民规模分析
- 2、分省网民规模分析
- 3、手机网民规模分析
- 4、网民属性结构分析

3.1.2网民互联网应用状况

- 1、信息获取情况分析
- 2、商务交易发展情况
- 3、交流沟通现状分析
- 4、网络娱乐应用分析

3.2互联网环境下餐饮行业的机会与挑战

3.2.1互联网时代行业大环境的变化

3.2.2互联网直击传统行业消费痛点

3.2.3互联网助力企业开拓市场

3.2.4电商成为传统企业突破口

3.3餐饮与互联网融合创新机会孕育

3.3.1电商政策变化趋势分析

3.3.2电子商务消费环境趋势分析

3.3.3互联网技术对行业支撑作用

3.3.4电商黄金发展期机遇分析

第六章2017-2020年互联网环境下餐饮行业经济运行效益分析

6.1 2017-2020年中国餐饮行业发展分析

6.1.1 2017-2020年中国餐饮行业概述

6.1.2 2017-2020年中国餐饮行业供给情况

6.1.3 2017-2020年中国餐饮行业需求情况

6.2 2017-2020年中国餐饮行业规模分析

6.2.1餐饮行业企业数量统计

6.2.2餐饮行业资产总额分析

6.2.3餐饮行业销售收入分析

6.2.4餐饮行业利润总额分析

6.3 2017-2020年餐饮行业经营效益分析

6.3.1 餐饮行业偿债能力分析

6.3.2 餐饮行业盈利能力分析

6.3.3 餐饮行业的毛利率分析

6.3.4 餐饮行业营运能力分析

6.4 我国餐饮行业重点区域运行情况

6.4.1 2017-2020年华东地区餐饮行业运行情况

6.4.2 2017-2020年华南地区餐饮行业运行情况

6.4.3 2017-2020年华中地区餐饮行业运行情况

6.4.4 2017-2020年华北地区餐饮行业运行情况

6.4.5 2017-2020年西北地区餐饮行业运行情况

6.4.6 2017-2020年西南地区餐饮行业运行情况

第七章 中国餐饮O2O企业发展分析

7.1 餐饮O2O企业行业布局状况

7.1.1 团购行业

7.1.2 外卖O2O行业

7.1.3 订餐O2O领域

7.1.4 菜谱领域

7.1.5 供应链行业

7.1.6 软件供应商行业

7.1.7 厨师上门行业

7.2 餐饮O2O企业创新成果分析

7.2.1 室内导流

7.2.2 平台深耕

7.2.3 智能终端

7.2.4 去中介化

7.2.5 物流整合

7.2.6 营销创新

7.2.7 渠道创新

7.2.8 大数据化

7.2.9 APP点餐

7.2.10 数据运营

第八章 2017-2020年中国餐饮外卖O2O市场调研

8.1中国餐饮外卖O2O行业发展环境

8.1.1餐户基础

8.1.2用户基础

8.1.3资本基础

8.2中国餐饮外卖O2O行业发展概况

8.2.1行业发展进程

8.2.2行业参与主体

8.2.3市场发展现状

8.2.4配送方式分析

8.2.5行业发展趋势

8.3第三方餐饮外卖O2O市场规模及结构

8.3.1市场规模分析

8.3.2市场结构分析

8.3.3市场格局分析

8.4第三方餐饮外卖O2O平台SWOT分析

8.4.1优势（ strengths ）

8.4.2劣势（ weaknesses ）

8.4.3机遇（ opportunities ）

8.4.4威胁（ threats ）

8.5第三方餐饮外卖O2O平台使用行为分析

8.5.1用户属性分析

8.5.2外卖渠道分析

8.5.3用户需求反馈

8.5.4用户消费规模

8.5.5用户消费诉求

8.5.6外卖平台选择

8.6中国主要餐饮外卖O2O平台发展评估

8.6.1美团外卖

8.6.2饿了么

8.6.3百度外卖

8.6.4淘点点

8.6.5到家美食会

第九章2017-2020年中国餐饮团购市场调研

9.1中国餐饮团购行业发展进程

- 9.1.1 2017-2020年：团购萌芽
- 9.1.2 2017-2020年：行业膨胀
- 9.1.3 2017-2020年：行业洗牌
- 9.2中国餐饮团购市场运行概况
 - 9.2.1行业发展基础
 - 9.2.2市场规模分析
 - 9.2.3细分市场规模
 - 9.2.4区域市场布局
- 9.3中国餐饮团购市场格局分析
 - 9.3.1市场竞争格局
 - 9.3.2竞争战略分析
 - 9.3.3竞争主体比较
- 9.4中国餐饮团购市场前景分析
 - 9.4.1市场规模预测
 - 9.4.2细分市场趋势
 - 9.4.3渠道发展趋势

第十章2017-2020年中国餐饮食材O2O市场调研

- 10.1餐饮食材O2O平台分类状况
 - 10.1.1全国性平台
 - 10.1.2区域性平台
 - 10.1.3垂直细分品类
 - 10.1.4平台模式类
 - 10.1.5SAAS服务商类
- 10.2餐饮食材供应链O2O标杆企业
 - 10.2.1青年菜君
 - 10.2.2筷好味
 - 10.2.3我厨网
 - 10.2.4洋葱达人
 - 10.2.5爱餐桌
- 10.3餐饮后端采购O2O运营模式分析
 - 10.3.1重模式（自营模式）
 - 10.3.2轻模式（平台模式）
 - 10.3.3解决方案分析
- 10.4餐饮食材O2O市场投资策略

10.4.1供应链是重中之重

10.4.2食材O2O系统特殊性

10.4.3地推策略要精准及高效

10.4.4配送环节是用户体验的关键

10.4.5平台运营要以战略眼光高度

第十一章中国餐饮O2O商业模式分析

11.1餐饮O2O商业模式演变进程

11.1.1点评类

11.1.2预定类

11.1.3团购类

11.1.4外卖类

11.1.5连锁餐饮类

11.2餐饮O2O三大主流模式比较分析

11.2.1团购模式

11.2.2外卖模式

11.2.3传统餐饮堂食模式

11.3.2.0时代餐饮O2O盈利模式分析

11.3.1外卖销售

11.3.2网络商城

11.3.3异业功能链接

11.3.4其他盈利渠道

11.4餐饮O2O典型营销模式分析

11.4.1平民模式

11.4.2互联网精英模式

11.4.3个性模式

11.4.4黑马模式

11.5餐饮O2O“最后一公里”创新模式

11.5.1自建物流中心学京东

11.5.2把配送站建在小区旁边

11.5.3聘专业人士提供上门服务

11.5.4整合物流闲散资源提供快速服务

11.5.5线上替人排队线下提供服务

第十二章中国餐饮O2O行业市场竞争格局分析

12.1中国餐饮O2O行业竞争格局分析

12.1.1餐饮O2O行业区域分布格局

12.1.2餐饮O2O行业企业规模格局

12.1.3餐饮O2O行业企业性质格局

12.2中国餐饮O2O行业竞争五力分析

12.2.1餐饮O2O行业上游议价能力

12.2.2餐饮O2O行业下游议价能力

12.2.3餐饮O2O行业新进入者威胁

12.2.4餐饮O2O行业替代产品威胁

12.2.5餐饮O2O行业现有企业竞争

12.3中国餐饮O2O行业竞争SWOT分析

12.3.1餐饮O2O行业优势分析（S）

12.3.2餐饮O2O行业劣势分析（W）

12.3.3餐饮O2O行业机会分析（O）

12.3.4餐饮O2O行业威胁分析（T）

第十三章中国餐饮O2O市场主流在线平台分析

13.1美团网

（1）平台发展简况分析

（2）平台产品服务分析

（3）平台发展现状分析

（4）平台竞争优势分析

13.2大众点评网

（1）平台发展简况分析

（2）平台产品服务分析

（3）平台发展现状分析

（4）平台竞争优势分析

13.3百度糯米网

（1）平台发展简况分析

（2）平台产品服务分析

（3）平台发展现状分析

（4）平台竞争优势分析

13.4百度外卖网

（1）平台发展简况分析

（2）平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

13.5 饿了么订餐网

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

13.6 外卖超人网

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

13.7 到家美食汇

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台产品服务分析

(3) 平台发展现状分析

(4) 平台竞争优势分析

第十四章 中国餐饮O2O市场线下运营商分析

14.1 呷哺呷哺

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

14.2 海底捞

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

14.3 雕爷牛腩

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

14.4 西少爷

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

14.5 黄太吉

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第十五章 2021-2026年中国餐饮O2O行业行业发展趋势与前景分析

15.1 2021-2026年中国餐饮O2O行业市场趋势预测

15.1.1 2021-2026年餐饮O2O行业市场发展潜力

15.1.2 2021-2026年餐饮O2O行业市场趋势预测展望

15.1.3 2021-2026年餐饮O2O行业细分行业趋势预测分析

15.2 2021-2026年中国餐饮O2O行业市场发展趋势预测

15.2.1 2021-2026年餐饮O2O行业行业发展趋势

15.2.2 2021-2026年餐饮O2O行业市场规模预测

15.2.3 2021-2026年细分市场发展趋势预测

15.3 2021-2026年中国餐饮O2O行业行业供需预测

15.3.1 2021-2026年中国餐饮O2O行业行业供给预测

15.3.2 2021-2026年中国餐饮O2O行业行业需求预测

15.3.3 2021-2026年中国餐饮O2O行业供需平衡预测

第十六章 2021-2026年餐饮O2O行业投资价值评估分析

16.1 餐饮O2O行业投资特性分析

16.1.1 餐饮O2O行业进入壁垒分析

16.1.2 餐饮O2O行业盈利因素分析

16.1.3 餐饮O2O行业盈利模式分析

16.2 2021-2026年餐饮O2O行业发展的影响因素

16.2.1 有利因素

16.2.2 不利因素

16.3 2021-2026年餐饮O2O行业投资价值评估分析

16.3.1 行业投资效益分析

16.3.2 行业发展的空白点分析

16.3.3投资回报率比较高的投资方向

16.3.4新进入者应注意的障碍因素

第十七章研究结论及建议

17.1研究结论

17.2建议

17.2.1行业投资策略建议

17.2.2行业投资方向建议

17.2.3行业投资方式建议

图表目录

图表：餐饮O2O行业主要政策法规列表

图表：2017-2020年七国集团GDP增长率

图表：2017-2020年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2017-2020年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2020年我国主要宏观经济指标增长率预测

图表：2017-2020年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图

图表：2020年中国社会消费品零售总额月度同比变化趋势图

图表：2020年中国居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2020年中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2017-2020年我国人口年龄结构情况

图表：2017-2020年我国城乡人口比重情况

图表详见报告正文 (GYXZN)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国餐饮O2O行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/401029401029.html>