中国本地生活行业发展趋势研究与投资前景预测报告（2025-2032年）

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《中国本地生活行业发展趋势研究与投资前景预测报告（2025-2032年）》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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/764264.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2025年9月10日，在阿里巴巴成立26周年之际，旗下国民应用高德推出了全球首个基于真实导航、出行行为，融合AI技术打造而成的生活服务榜单高德扫街榜。该榜单以“10亿人用脚投票的真实榜单”为口号，分为美食、酒店、景区等类别，依托高德覆盖的全国超700万个餐厅点位和每日1.2亿次生活服务搜索数据，旨在为用户提供动态更新的真实排名。

高德扫街榜的核心是通过用户的“行为+信用”，确保这是一份无法刷分的真实可信榜单。高德扫街榜将在获得用户授权后，首次引入支付宝芝麻信用体系，结合用户信用等级为可信评价加权，并借助AI风控，有效识别、过滤虚假和噪声评价。
事实上，高德在本地生活领域早有布局。在2021年，高德就上线“高德指南”，这款覆盖“吃住行游购娱”全品类热门推荐的新产品与大众点评和美团必吃榜有着相似的功能和界面。2023年3月，高德召开内部会议，宣布和阿里旗下本地生活的到店业务口碑正式合并。
内容兴趣平台加入到本地生活市场争夺时间表

资料来源：观研天下整理
同日，另一本地生活服务巨头美团宣布，大众点评“重启”品质外卖服务，将通过B端自研大模型，结合海量真实评价数据分析用户需求，进一步剔除非真实点评数据，以“AI+真实高分”为用户提供可靠决策（依据）。当前，首批已集合超百万家高分堂食优质商家，通过AI大模型分析海量真实评价，依托高分堂食餐厅供给、用户真实到店评价，以及美团履约配送体系，为用户提供“真品质、真堂食、真评价”的外卖服务。
为何美团、阿里巴巴齐压本地生活服务业务呢？主要还是因为市场挖掘空间大。根据相关数据显示，2021年，本地生活的线上渗透率仅为12.7%，本地生活市场规模到2025年将增长至35.3万亿元，市场空间非常广阔。
更值得注意的是，在两家公司对业务的升级中，AI均被寄予厚望。高德地图相关负责人表示：“AI确实是我们今天这个时刻来做这件事的最大变量。就在不久前，高德地图完成了全面AI化，且在AI与生活服务的融合方面，有了一些探索成绩，如今‘高德扫街榜’底层也是由AI驱动的。”
而2025年以来，美团AI进展频传，先后发布AI Coding Agent工具NoCode、AI经营决策助手“袋鼠参谋”、酒店经营的垂类AI Agent“美团既白”等多款应用。
由此可见，生态和AI逐渐成为巨头开战本地生活关键变量。
综上所述，万亿的本地生活赛道还有无数互联网新玩家蓄势待发、等待入场，在高频刚需的生活消费赛道寻找新增量。（WYD）
注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。
观研报告网发布的《中国本地生活行业发展趋势研究与投资前景预测报告（2025-2032年）》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，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。
行业报告是业内企业、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、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。
目录大纲：
【第一部分 行业定义与监管 】
第一章 2020-2024年中国| | 本地生活| | | | | | | 行业发展概述
第一节| | 本地生活| | | | | | | 行业发展情况概述
一、| | 本地生活| | | | | | | 行业相关定义
二、| | 本地生活| | | | | | | 特点分析
三、| | 本地生活| | | | | | | 行业基本情况介绍
四、| | 本地生活| | | | | | | 行业经营模式
（1）生产模式
（2）采购模式
（3）销售/服务模式
五、| | 本地生活| | | | | | | 行业需求主体分析
第二节 中国| | 本地生活| | | | | | | 行业生命周期分析
一、| | 本地生活| | | | | | | 行业生命周期理论概述
二、| | 本地生活| | | | | | | 行业所属的生命周期分析
第三节| | 本地生活| | | | | | | 行业经济指标分析
一、| | 本地生活| | | | | | | 行业的赢利性分析
二、| | 本地生活| | | | | | | 行业的经济周期分析
三、| | 本地生活| | | | | | | 行业附加值的提升空间分析
第二章 中国| | 本地生活| | | | | | | 行业监管分析
第一节 中国| | 本地生活| | | | | | | 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制
二、行业准入制度
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业政策法规
一、行业主要政策法规
二、主要行业标准分析
第三节 国内监管与政策对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】
第三章 2020-2024年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
一、中国宏观经济环境
二、中国宏观经济环境对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
第四节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业投资环境分析
第五节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业技术环境分析
第六节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业进入壁垒分析
一、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业资金壁垒分析
二、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业技术壁垒分析
三、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业人才壁垒分析
四、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业品牌壁垒分析
五、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业其他壁垒分析
第七节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业风险分析
一、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业宏观环境风险
二、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业技术风险
三、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业竞争风险
四、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业其他风险
第四章 2020-2024年全球 | 本地生活 | | | | | | | 行业发展现状分析
第一节 全球 | 本地生活 | | | | | | | 行业发展历程回顾
第二节 全球 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模与区域分 | 布 | | | | 情况
第三节 亚洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业地区市场分析
一、亚洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场现状分析
二、亚洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场前景分析
第四节 北美 | 本地生活 | | | | | | | 行业地区市场分析
一、北美 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场现状分析

二、北美 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模与市场需求分析
三、北美 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场前景分析
第五节 欧洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业地区市场分析
一、欧洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场现状分析
二、欧洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球 | 本地生活 | | | | | | | 行业分布 | | | | 走势预测
第七节 2025-2032年全球 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】
第五章 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业运行情况
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模分析
一、影响中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模的因素
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模
三、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模解析
第三节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业供应情况分析
一、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业供应规模
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业供应特点
第四节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业需求情况分析
一、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业需求规模
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业需求特点
第五节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业供需平衡分析
第六节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业产业链及细分市场分析
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、| | 本地生活 | | | | | | | 行业产业链图解
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
三、下游产业发展现状

四、下游产业对 | 本地生活 | | | | | | | 行业的影响分析
第三节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二
第七章 2020-2024年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场竞争分析
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业竞争现状分析
一、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业竞争格局分析
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业主要品牌分析
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业集中度分析
一、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场集中度影响因素分析
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场集中度分析
第三节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分 布 | | | 特征
三、企业所有制分布特征
第八章 2020-2024年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业模型分析
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业SWOT分析
一、SWOT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业SWOT分析结论
第三节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素

四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论
第九章 2020-2024年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业需求特点与动态分析
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场动态情况
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 | | 本地生活 | | | | | | | 行业成本结构分析
第四节 | | 本地生活 | | | | | | | 行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业所属行业运行数据监测
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析
第十一章 2020-2024年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业区域市场现状分析
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业区域市场规模分析
一、影响 | 本地生活 | | | | | | | 行业区域市场分布 | | | 的因素

二、中国本地生活行业区域市场分布
第二节 中国华东地区本地生活行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区本地生活行业市场分析
（1）华东地区本地生活行业市场规模
（2）华东地区本地生活行业市场现状
（3）华东地区本地生活行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区本地生活行业市场分析
（1）华中地区本地生活行业市场规模
（2）华中地区本地生活行业市场现状
（3）华中地区本地生活行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区本地生活行业市场分析
（1）华南地区本地生活行业市场规模
（2）华南地区本地生活行业市场现状
（3）华南地区本地生活行业市场规模预测
第五节 华北地区本地生活行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区本地生活行业市场分析
（1）华北地区本地生活行业市场规模
（2）华北地区本地生活行业市场现状
（3）华北地区本地生活行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区本地生活行业市场分析
（1）东北地区本地生活行业市场规模
（2）东北地区本地生活行业市场现状

（3）东北地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场分析
（1）西南地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模
（2）西南地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场现状
（3）西南地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场分析
（1）西北地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模
（2）西北地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场现状
（3）西北地区 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模预测
第九节 2025-2032年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模区域分布 | | | 预测
第十二章 | | 本地生活 | | | | | | | 行业企业分析（随数据更新可能有调整）
第一节 企业一
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第二节 企业二
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第三节 企业三
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第四节 企业四
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第五节 企业五
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第六节 企业六
一、企业概况
二、主营产品

三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第七节 企业七
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第八节 企业八
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第九节 企业九
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
第十节 企业十
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
（1）主要经济指标情况
（2）企业盈利能力分析
（3）企业偿债能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业成长能力分析
四、公司优势分析
【第四部分 展望、结论与建议】
第十三章 2025-2032年中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业发展前景分析与预测
第一节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业未来发展前景分析
一、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场机会分析
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业投资增速预测
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业未来发展趋势预测
第三节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业规模发展预测
一、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模预测
二、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业市场规模增速预测
三、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业产值规模预测
四、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业产值增速预测
五、中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业供需情况预测
第四节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业盈利走势预测
第十四章 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节 中国 | 本地生活 | | | | | | | 行业进入策略分析
一、目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节 | | 本地生活 | | | | | | | 行业品牌营销策略分析
一、 | | 本地生活 | | | | | | | 行业产品策略

二、| | 本地生活| | | | | | | | 行业定价策略
三、| | 本地生活| | | | | | | | 行业渠道策略
四、| | 本地生活| | | | | | | | 行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/764264.html