

2020-2026年中国餐饮O2O市场评估与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国餐饮O2O市场评估与发展前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/184927.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2020-2026年中国餐饮O2O市场评估与发展前景报告》共十一章。首先介绍了餐饮O2O行业市场发展环境、餐饮O2O整体运行态势等，接着分析了餐饮O2O行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮O2O市场竞争格局。随后，报告对餐饮O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了餐饮O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮O2O产业有个系统的了解或者想投资餐饮O2O行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

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所属行业发展状况分析

- 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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国餐饮O2O行业企业分析

一、企业数量变化分析

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 2016-2019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 2016-2019年餐饮O2O行业投资发展前景

第一节 2020-2026年餐饮O2O市场发展趋势预测

一、2020-2026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、2020-2026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、2020-2026年餐饮O2O行业应用趋势预测

第二节 2020-2026年中国餐饮O2O行业市场预测

一、2020-2026年中国餐饮O2O行业平台数量预测

二、2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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、2020-2026年行业投资战略
- 二、2020-2026年行业投资方式建议
- 三、2020-2026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年GDP初步核算数据

图表：2019年GDP环比和同比增长速度

图表：2016-2019年我国GDP季度累计增长图

图表：2019年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2019年我国居民人均收入情况

图表：2016-2019年我国餐饮O2O行业资产规模分析

图表：2016-2019年我国餐饮O2O行业市场规模分析

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业市场发展特点

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业交易总额分析

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业订单量分析

图表：2016-2019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：2016-2019年企业数量变化分析分析

图表：2016-2019年不同规模企业结构分析

图表：2016-2019年网络平台数量分析

图表：2016-2019年从业人员数量分析

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业盈利能力分析

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业营运能力分析

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业偿债能力分析

图表：2016-2019年中国餐饮O2O行业发展能力分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/184927.html>