

中国互联网餐饮发展现状及前景模式分析报告2021-2026年

产品名称	中国互联网餐饮发展现状及前景模式分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国互联网餐饮发展现状及前景模式分析报告2021-2026年【报告编号】：325390【出版时间】：2021年1月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/325390.html>免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第1章：中国餐饮业发展概况分析1.1 中国餐饮行业发展状况分析1.1.1 中国餐饮行业发展历程1.1.2 中国餐饮业发展特点（1）餐饮市场稳定增长（2）经济贡献持续强劲（3）区域发展步伐各异（4）品牌引领作用继续加强（5）餐饮行业信息化、智能化深入发展（6）营商环境进一步优化（7）非一线城市成餐饮增长潜力点（8）餐饮行业产业集中度较低（9）山东持续蝉联“吃货大省”1.1.3 中国餐饮业存在的问题1.1.4 中国餐饮业发展建议1.2 中国餐饮业经营状况分析1.2.1 中国餐饮业发展规模1.2.2 百强企业营收规模分析1.2.3 行业企业地理分布分析1.2.4 餐饮行业业态分布分析1.2.5 餐饮行业企业门店数量分析1.2.6 餐饮行业连锁化程度分析1.3 中国餐饮业竞争状况分析1.3.1 国内餐饮行业竞争格局分析1.3.2 国内餐饮产业集中度分析第2章：互联网餐饮行业发展现状与运营模式2.1 互联网餐饮行业发展环境分析2.1.1 行业政策环境分析（1）网络食品交易日益规范（2）互联网+国家战略的形成2.1.2 行业经济环境分析（1）GDP增长情况（2）居民可支配收入2.1.3 行业社会环境分析（1）网名规模持续增长（2）“宅经济”、“懒人经济”崛起（3）传统餐饮企业积极拥抱互联网2.1.4 行业技术环境分析2.2 互联网餐饮行业发展状况分析2.2.1 行业发展概况分析2.2.2 行业市场规模分析2.2.3 行业发展特点分析（1）信息数据化（2）产品视觉化（3）食品安全线上监管相对困难（4）互联网餐饮外卖占据主导2.2.4 行业经营模式分析（1）团购模式（2）外卖模式（3）私厨服务模式（4）信息服务模式（5）信息化管理服务模式2.2.5 行业存在问题分析（1）餐饮企业信息化程度有待提高（2）互联网餐饮企业食品安全问题（3）互联网餐饮行业食品监管机制不健全、不规范（4）传统餐饮向互联网方向转型的难度较大2.2.6 互联网餐饮发展对策（1）充分利用大数据分析，为顾客提供个性化服务（2）加强对从业

人员的计算机培训，优化顾客消费体验（3）完善食品监管体制，规范管理（4）塑造优质互联网餐饮品牌，促进行业健康发展2.3 互联网餐饮行业竞争状况分析2.3.1 行业并购重组分析2.3.2 行业竞争状况分析第3章：互联网餐饮行业用户市场特征的分析3.1 互联网餐饮用户群体分析3.1.1 互联网餐饮用户性别属性3.1.2 互联网餐饮用户年龄属性3.1.3 互联网餐饮用户职业属性3.1.4 互联网餐饮用户区域分布3.2 互联网餐饮用户渠道分析3.2.1 互联网餐饮用户的主要使用渠道3.2.2 互联网餐饮用户用餐场景分析3.2.3 互联网用户用餐时段分析3.3 互联网餐饮用户消费分析3.3.1 用户选择互联网餐饮原因3.3.2 互联网餐饮用户获取信息及决策偏好3.3.3 互联网餐饮用户餐饮类型偏好3.3.4 互联网餐饮用户点餐频次和时间分布3.3.5 互联网餐饮用户消费金额3.4 互联网餐饮用户平台分析3.4.1 互联网餐饮用户平台选择分析3.4.2 互联网餐饮用户满意度分析（1）对商家满意度分析第4章：互联网餐饮行业细分市场发展前景与趋势预测4.1 在线外卖市场分析4.1.1 在线外卖市场发展动向分析（1）外卖行业环保问题受到关注，外卖行业面临绿色转型挑战机遇（2）饿了么百亿补贴扩大至124城，外卖战火升级（3）外卖平台由配送送餐向配送万物转型（4）美团饿了么进军B端，助力商户数字化升级4.1.2 在线外卖市场发展现状分析（1）在线外卖交易规模（2）在线外卖渗透率（3）在线外卖用户规模（4）在线外卖平均客单价（5）在线外卖用户消费习惯4.1.3 在线外卖市场竞争格局分析（1）在线外卖产业图谱（2）在线外卖平台用户规模对比（3）在线外卖平台市场占有率4.1.4 在线外卖平台运营模式分析4.1.5 在线外卖行业发展趋势与前景分析（1）在线外卖行业发展趋势分析（2）在线外卖行业发展前景分析4.2 到店餐饮（O2O）市场分析4.2.1 到店餐饮市场发展动向分析（1）传统店铺运营模式向线上线下融合发展的“互联网+”“新零售”等模式转变（2）到店餐饮市场全面复苏4.2.2 到店餐饮市场发展现状分析（1）到店餐饮交易规模（2）到店餐饮市场渗透率（3）到店餐饮市场用户规模（4）到店餐饮市场平均客单价（5）到店餐饮市场用户画像4.2.3 到店餐饮市场竞争格局分析（1）到店餐饮产业图谱（2）到店餐饮平台竞争层次（3）到店餐饮平台市场占有率4.2.4 到店餐饮平台运营模式分析（1）到店餐饮行业发展趋势分析（2）到店餐饮行业发展前景分析第5章：互联网餐饮平台典型案例分析5.1 在线外卖平台典型案例分析5.1.1 美团外卖（1）平台简介（2）覆盖城市数量（3）平台用户规模（4）平台运营模式（5）平台盈利模式（6）平台推广策略（7）平台融资历程（8）平台成功因素5.1.2 饿了么（1）平台简介（2）覆盖城市数量（3）平台用户规模（4）平台运营模式（5）平台盈利模式（6）平台推广策略（7）平台融资历程（8）平台成功因素5.1.3 必胜客（1）平台简介（2）覆盖城市数量（3）平台用户规模（4）平台运营模式（5）平台盈利模式（6）平台推广策略（7）平台融资历程（8）平台成功因素5.2 互联网餐饮O2O平台典型案例分析5.2.1 美团点评（1）平台简介（2）覆盖城市数量（3）平台用户规模（4）平台运营模式（5）平台盈利模式（6）平台推广策略（7）平台成功因素5.2.2 口碑（1）平台简介（2）覆盖城市数量（3）平台用户规模（4）平台运营模式（5）平台融资历程（6）平台成功因素5.2.3 荟享生活（1）平台简介（2）覆盖城市数量（3）平台用户规模（4）平台运营模式（5）平台融资历程（6）平台成功因素5.2.4 微盟（1）平台简介（2）平台用户规模（3）平台运营模式（4）平台融资历程（5）平台成功因素第6章：互联网餐饮行业趋势及前景分析6.1 互联网餐饮行业发展趋势与前景分析6.1.1 行业发展趋势分析6.1.2 行业市场前景分析6.2 互联网餐饮行业投资现状分析6.2.1 行业投资主体分析6.2.2 行业投资切入方式分析6.2.3 行业投融资现状分析（1）餐饮业投融资现状（2）互联网餐饮投融资现状6.2.4 行业投资风险分析（1）行业市场波动风险（2）行业经营风险分析（3）行业其他投资风险6.3 互联网餐饮行业投资机会及策略分析6.3.1 行业投资机会分析6.3.2 行业投资策略分析图表目录图表1：中国餐饮业发展历程图表2：2014-2019年中国餐饮业和社会零售总额增速对比（单位：%）图表3：2020年各省市餐饮收入排行（2019财年）（单位：亿元，%）图表4：2012-2020中国餐饮收入情况（单位：亿元，%）图表5：2012-2019年中国餐饮百强企业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）图表6：餐饮行业企业地理分布情况（单位：%）图表7：2019年中国餐饮细分市场规（按服务类型）（单位：亿元，%）图表8：2019年中国餐饮细分市场规（按菜式）（单位：亿元，%）图表9：2014-2019年国内餐饮行业门店数量（单位：万家）图表10：2019年中国餐饮市场规模（按经营模式）（单位：亿元，%）图表11：2020年上半年中国主要餐饮上市企业经营情况（单位：亿元，%）图表12：2020年上半年中国主要餐饮上市企业门店数量及变化（单位：家）图表13：2012-2019年中国餐饮百强企业营业收入占比变化（单位：%）图表14：2019年餐饮行业前100企业名单图表15：我国网络食品交易领域相关法律法规及政策条例图表16：2013-2020年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）图表17：2013-2020年居民人均可支配收入水平走势图（单位：元）图表18：2017-2020年我国网民及移动网民规模（单位：万人，%）图表19：2015-2019年中国互联网餐饮主要细分市场规（单位：亿元）图表20：我国互联网餐饮产业链竞争图谱图表21

: 2019年三季度不同餐饮外卖平台用户性别分布 (单位: %) 图表22: 2019年三季度不同餐饮外卖平台用户年龄分布 (单位: %) 图表23: 2019年三季度互联网餐饮外卖用户职业分布 (单位: %) 图表24: 2019年三季度互联网餐饮外卖平台用户区域分布情况 (单位: %) 图表25: 2019年网络外卖服务用户获取服务的渠道分布 (单位: %) 图表26: 2019年上半年美团外卖消费场景分布 (单位: %) 图表27: 消费者点外卖时间点分布 图表28: 2019年上半年美团外卖24小时订单量分布 图表29: 互联网餐饮外卖用户选择外卖的原因 (单位: %) 图表30: 互联网餐饮外卖用户点外卖时浏览&查找商户习惯 (单位: %) 图表31: 互联网餐饮外卖用户下单时决策的考量因素 (单位: %) 图表32: 互联网餐饮外卖用户餐饮类型偏好 (单位: %) 图表33: 互联网餐饮外卖用户一周内订购频率 (单位: %) 图表34: 互联网餐饮外卖用户一周内订购时间分布 (单位: %) 图表35: 互联网餐饮外卖用户单次外卖价格区间 (单位: %) 图表36: 用户常用的互联网餐饮外卖订购渠道 (单位: %) 图表37: 用户对商家服务满意度情况 图表38: 用户对配送服务满意度情况 图表39: 用户对外卖服务平台满意度情况 图表40: 2015-2019年中国在线外卖市场规模 (单位: 亿元, %) 图表41: 2015-2020年在线外卖渗透率 (单位: %) 图表42: 2015-2020年在线外卖用户规模 (单位: 亿人) 图表43: 2015-2020年手机外卖用户规模 (单位: 亿人) 图表44: 2016-2019年在线外卖订单量 (单位: 亿个) 图表45: 2016-2019年在线外卖平均客单价 (单位: 元) 图表46: 2016-2019年在线外卖平均客单价 (单位: 元) 图表47: 美团外卖、饿了么平台用户规模数量对比 (单位: 万人, 万家, 万次, 人) 图表48: 2018-2020年在线外卖平台市场份额 (单位: %) 图表49: 在线外卖平台运营模式 图表50: 在线外卖平台盈利模式 图表51: 外卖商务服务生态 图表52: 美团配送科技开放平台 图表53: 消费者的健康意识 (单位: %) 图表54: 2021-2026年中国在线外卖市场规模预测 (单位: 亿元) 图表55: 2020年下半年餐饮信息化市场融资情况 图表56: 2015-2019年美团点评到店、酒店及旅游交易金额 (单位: 亿元) 图表57: 2015-2019年中国到店餐饮 (O2O) 市场规模 (单位: 亿元) 图表58: 2013-2019年生活服务行业交易线上渗透率 (单位: %) 图表59: 疫情过后消费使用意愿增加渠道TOP10 (单位: %) 图表60: 2015-2020年美团、大众点评月活跃用户数量 (单位: 万人) 图表61: 2015-2020年到店餐饮用户规模 (月度) (单位: 亿人) 图表62: 2015-2019年美团点评剔除酒店业务后到店业务客单价 (含预测) (单位: 元) 图表63: 中国到店餐饮产业图谱 图表64: 到店餐饮市场竞争层次 图表65: 用户到店餐饮APP首选占比 (单位: %) 图表66: 2020上半年中国餐饮用户到店就餐使用在线生活服务平台情况 (单位: %) 图表67: 大众点评平台运营流程图 图表68: 2021-2026年中国到店餐饮 (O2O) 市场规模预测 (单位: 亿元) 图表69: 2019年美团外卖用户城市等级分布情况 (单位: %) 图表70: 2019-2020年美团外卖MAU (月度) (单位: 万人) 图表71: 美团外卖的运营模式分析 图表72: 美团外卖潜在盈利模式 图表73: 美团融资历程 图表74: 2019年饿了么用户城市等级分布 (单位: %) 图表75: 2019-2020年饿了么MAU (月度) (单位: 万人) 图表76: 饿了么商业运营模式 图表77: 饿了么推广策略 图表78: 饿了么融资历程 图表79: 饿了么成功因素总结 图表80: 2015-2020年必胜客餐厅数量 (单位: 家) 图表81: 2016-2020年必胜客会员人数 (单位: 亿人) 图表82: 必胜客成功因素分析 图表83: 2017-2020年美团点评交易用户数量 (年度) (单位: 百万) 图表84: 2017-2020年美团点评年度活跃商家数量 (年度) (单位: 百万) 图表85: 美团网络营销推广策略分析 图表86: 美团点评平台成功因素分析 图表87: 口碑融资历程 图表88: 口碑成功因素 图表89: 荟享生活融资历程 图表90: 荟享生活成功因素 图表91: 微盟智慧餐厅运营模式 图表92: 微盟融资历程 图表93: 微盟智慧餐厅运营成功因素 图表94: 互联网餐饮行业投资切入方式分析 图表95: 2008-2019年中国餐饮行业融资事件及融资额情况 (单位: 件, 亿元) 图表96: 2019年餐饮行业细分领域融资分布 (按事件) (单位: %) 图表97: 2019年餐饮行业细分领域融资分布 (按融资额) (单位: %) 图表98: 2019年餐饮行业融资轮次分布 (单位: %) 图表99: 近年来我国互联网餐饮投融资汇总 (部分) 图表100: 近年来美团投融资情况