2024-2029年中国餐饮行业发展前景与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：国际餐饮业发展状况分析
1.1 国际餐饮业发展概况
1.1.1 国际餐饮业发展特征
1.1.2 国际餐饮业市场规模
（1）国际餐饮市场情况
（2）全球餐饮业业态分布
（3）全球餐饮品牌分析
1.1.3 国际餐饮业先进经营模式
（1）麦当劳本土化创新模式
（2）肯德基“CHAMPS”冠军计划——肯德基全球推广的标准化服务方案
1.2 中餐业在国际市场的发展
1.2.1 中餐业进入国际市场的方式介绍
1.2.2 中餐业进入国际市场的模式选择
（1）契约进入模式
（2）投资进入模式
（3）网络进入模式
1.2.3 中餐业在国际市场的发展
（1）美国中餐业发展分析
1）发展阶段
2）典型中餐集团案例分析
（2）欧洲中餐业发展分析
（3）亚洲中餐业发展分析
1.3 国际餐饮业发展趋势分析
第2章：中国餐饮行业发展状况分析
2.1 中国餐饮行业发展状况分析
2.1.1 中国餐饮行业发展历程
（1）中国餐饮业发展状况分析
1）中国餐饮业发展规模
2）中国餐饮业发展特点
1、餐饮市场重新领跑社会零售市场
2、非一线城市成餐饮增长潜力点
3）中国餐饮业面临问题
4）中国餐饮业发展建议
1、加强管理创新，寻求新的利润增长源
2、自觉主动求变，全面推动产业转型升级
3、转变思想观念，建立人才培养使用机制
2.1.2 中国餐饮业行业竞争状况分析
（1）国内餐饮行业竞争格局分析
（2）餐饮企业核心竞争力分析
1）品牌分众力
2）门店吸引力
3）菜谱静销力
4）服务员推销力
5）美食口碑力
2.2 中国餐饮行业整体经营情况
2.2.1 中国餐饮行业营收情况分析
2.2.2 中国餐饮行业企业地理分布分析
2.2.3 中国餐饮行业连锁化发展现状分析
（1）中国餐饮行业连锁化率分析
（2）中国餐饮细分行业连锁化发展现状
2.3 中国餐饮数智化发展情况

2.3.1 中国餐饮数智化的必要性
2.3.2 中国餐饮企业数智化渗透情况
（1）中国餐饮企业对数智化的重视程度
（2）中国餐饮数智化产品应用情况
2.3.3 中国餐饮企业数智化成本预期
（1）数智化进行阻碍因素
（2）企业数智化投入预算
2.3.4 中国餐饮数智化市场规模
第3章：中国餐饮行业细分市场发展分析
3.1 中国餐饮业经营业态格局
3.2 中国正餐市场发展分析
3.2.1 中国正餐市场发展概况
3.2.2 中国正餐市场发展特征
（1）规模化、品牌化不断呈现
（2）投资主体呈多元化组合趋势
（3）连锁经营发展迅速
（4）东部地区以及新西南地区发展较快
3.2.3 中国正餐市场竞争格局
3.2.4 中国正餐市场消费需求
（1）假日餐饮频掀热潮
（2）以节造市，以市促销
（3）地方菜系市场反响强烈
3.2.5 中国正餐市场发展趋势
3.2.6 中国正餐市场发展前景
3.3 中国快餐市场发展分析
3.3.1 中国快餐市场发展概况
3.3.2 中国快餐市场发展特征
3.3.3 西式快餐市场发展分析
（1）西式快餐发展概况
（2）西式快餐市场竞争情况
（3）西式快餐在中国的竞争优势
1）餐厅方便快捷、卫生干净，就餐环境宽敞明亮，装修格调比较活泼
2）价格全国统一，不设雅座，无歧视原则
3）处处突显人性化的服务
（4）西式快餐竞争策略分析
3.3.4 中式快餐市场发展分析
（1）中式快餐市场发展概况
（2）中式快餐企业经营模式
（3）中式快餐市场竞争格局
1）投资主体多元化，发展中国快餐业已成为社会各界的基本共识
2）中式快餐仍然占据较大的市场份额，海外风味快餐发展迅速
3）传统快餐企业担当主力，现代快餐模式渐成方向
（4）中式快餐SWOT分析
1）优势
2）劣势
3）威胁
4）机遇
（5）中式快餐的发展策略
1）确定市场
2）确定产品
3）摸索经验
4）走向世界
（6）中式快餐竞争策略分析
1）获得竞争优势的各种战略
2）市场细分
3）创造有中国特色的快餐
4）发挥快餐店竞争优势的其他因素
3.3.5 快餐市场发展趋势及前景
（1）快餐市场发展趋势分析

1）中式快餐将成主流
2）网络快餐受上班族青睐
3）中西快餐相互融合趋势
（2）快餐市场发展前景预测
3.4 中国火锅市场发展分析
3.4.1 火锅市场发展现状
（1）经营分类细化，特点各有所长
（2）火锅市场持续升温
（3）川渝火锅门店占比最多
（4）重庆、成都成为“火锅之城”
（5）头部品牌占领一二线市场，新锐品牌采取下沉策略
3.4.2 火锅企业主要经营模式
3.4.3 火锅市场竞争格局
3.4.4 火锅企业物流配送现状
3.4.5 火锅市场亟待解决问题与对策
（1）人力资源建设是企业发展的瓶颈
（2）连锁总部职责不明确，盲目扩张势头依然存在
（3）一味模仿使创新能力不足
（4）人员整体素质相对较低
3.4.6 解决行业薄弱环节的对策建议
（1）加强企业人力资源建设与开发
（2）加强连锁总部建设，统一发展规划
（3）原料创新、菜品创新、技术创新
（4）加强对从业人员的培训和对员工的关爱
（5）加强行业标准建设，完善火锅产业科学发展体系
（6）响应国家政策，争做大众化餐饮的中坚力量
（7）加强行业自律，高度重视食品安全
（8）倡导绿色环保，走可持续发展之路
3.4.7 火锅市场发展趋势及前景分析
（1）火锅市场发展趋势分析
1）连锁加盟依然是主流
2）随着消费需求细化，经营模式针对性更加明显
3）中心厨房和物流配送站将发挥越来越重要的作用
4）风险投资将更多的进入火锅行业
（2）火锅市场发展前景预测
3.5 休闲餐饮市场发展分析
3.5.1 休闲餐饮的概念界定
3.5.2 中国休闲餐饮市场发展现状
（1）休闲餐饮逐渐崛起商机无限
（2）白领消费大多选休闲餐饮
3.5.3 中国休闲餐饮市场竞争格局
3.5.4 中国休闲餐饮市场发展前景
3.6 团餐市场发展分析
3.6.1 团餐的概念界定
3.6.2 中国团餐发展阶段
3.6.3 中国团餐市场结构
3.6.4 中国团餐发展现状
（1）团餐消费场景以高校和单位为主
（2）团餐运营模式
（3）团餐分布情况
3.6.5 中国团餐市场品牌格局
（1）团餐行业集中度提升
（2）团餐品牌竞争格局
3.6.6 中国团餐市场亟待解决问题
（1）团餐经营场所分散，规模优势形成遇阻
（2）采购及人力成本高企
3.6.7 中国团餐市场发展前景
第4章：中国餐饮行业重点区域市场分析
4.1 中国餐饮行业区域发展总况

4.1.1 各省市餐饮收入排行
4.1.2 “丝绸之路”主要省市餐饮收入排行
4.1.3 “海上丝绸之路”主要省市餐饮收入排行
4.1.4 “京津冀”主要省市餐饮收入排行
4.1.5 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行
4.2 北部地区餐饮市场分析
4.2.1 北京餐饮市场发展分析
（1）北京餐饮业相关政策规划
（2）北京餐饮市场消费特征
1）不同年龄段消费需求差异明显
2）外卖市场男性消费者贡献大
3）餐饮外卖面向“一人食”市场
（3）北京餐饮市场规模分析
（4）北京餐饮业市场竞争现状
（5）北京餐饮业发展前景预测
4.2.2 天津餐饮市场发展分析
（1）天津餐饮业相关政策规划
（2）天津餐饮市场消费特征
（3）天津餐饮业市场规模
（4）天津餐饮业市场竞争现状
（5）天津餐饮业发展前景预测
4.3 东部地区餐饮市场分析
4.3.1 上海餐饮市场发展分析
（1）上海餐饮业相关政策规划
（2）上海餐饮市场消费特征
（3）上海餐饮市场规模
（4）上海餐饮业市场竞争现状
（5）上海餐饮业发展趋势
4.3.2 苏州餐饮市场发展分析
（1）苏州餐饮业相关政策规划
（2）苏州餐饮市场消费特征
（3）苏州餐饮业市场规模
（4）苏州餐饮业市场竞争现状
（5）苏州餐饮业发展趋势
4.3.3 杭州餐饮市场发展分析
（1）杭州餐饮业相关政策规划
（2）杭州餐饮市场消费特征
（3）杭州餐饮业市场规模
（4）杭州餐饮业市场竞争现状
（5）杭州餐饮业发展趋势
4.3.4 南京餐饮市场发展分析
（1）南京餐饮业相关政策规划
（2）南京餐饮市场消费特征
（3）南京餐饮业市场规模
（4）南京餐饮业市场竞争现状
（5）南京餐饮业发展趋势
4.3.5 福州餐饮市场发展分析
（1）福州餐饮业相关政策规划
（2）福州餐饮市场消费特征
（3）福州餐饮业市场规模
（4）福州餐饮业市场竞争现状
（5）福州餐饮业发展趋势
4.4 西部地区餐饮市场分析
4.4.1 重庆餐饮市场发展分析
（1）重庆餐饮业相关政策规划
（2）重庆餐饮市场消费特征分析
（3）重庆餐饮业市场规模
（4）重庆餐饮业市场竞争现状
（5）重庆餐饮业发展前景预测

4.4.2 西安餐饮市场发展分析
（1）西安餐饮业相关政策规划
（2）西安餐饮市场消费特征
（3）西安餐饮业市场规模
（4）西安餐饮业市场竞争现状
（5）西安餐饮业发展趋势
第5章：中国餐饮行业互联网转型升级分析
5.1 餐饮行业采购互联网化分析
5.1.1 餐饮行业采购互联网化发展概述
5.1.2 餐饮行业采购互联网化发展路径
（1）第三方互联网平台的建设
（2）农村物联网体系的全面建设
（3）供货商转变观念、创新思维
5.1.3 餐饮行业采购互联网化成本分析
（1）减少流通环节、降低采购成本
（2）加大前期投入，完善物联网体系建设
5.1.4 餐饮食材互联网采购平台典型案例
（1）美菜网
1）基本信息
2）运营模式
3）大数据平台的建设
4）美菜网发展现状
（2）链农
1）基本信息
2）运营模式
3）仓储运输发展
4）发展现状
（3）菜筐子
1）基本信息
2）运营模式
3）发展现状
5.1.5 餐饮行业采购互联网化发展趋势
（1）市场发展阶段趋势
（2）市场竞争格局趋势
（3）市场运营模式趋势
5.2 餐饮行业管理与营销互联网化分析
5.2.1 餐饮管理与营销互联网化发展概述
（1）从产业形态看
（2）从结构形态看
5.2.2 餐饮管理与营销互联网化发展路径
（1）食品安全第一，服务至上
（2）挖掘传统美食、传统小吃，提档升级
（3）餐厅重视餐饮管理信息化
5.2.3 餐饮管理与营销互联网化成本分析
（1）经营模式转变，人工成本增加
（2）餐厅的采购成本降低
（3）提升服务，降低宣传成本
5.2.4 餐饮管理软件平台竞争格局分析
5.2.5 餐饮管理营销软件平台典型案例
（1）餐饮管理软件典型案例
1）天财商龙
2）蛙管家
3）饭菜先生
4）餐行健
（2）餐饮新媒体平台典型案例
1）餐饮老板内参
2）掌柜攻略
3）红餐网
4）餐饮界

5.2.6 餐饮管理与营销互联网化发展前景与趋势预测
（1）餐饮管理与营销互联网发展前景预测
（2）餐饮管理与营销互联网发展趋势预测
5.3 餐饮行业外卖O2O市场发展分析
5.3.1 外卖O2O市场订单市场规模分析
5.3.2 外卖O2O市场在线订餐用户规模分析
5.3.3 外卖O2O市场竞争格局分析
（1）在线外卖平台竞争格局
（2）在线外卖区域竞争格局
5.3.4 外卖O2O运营模式分析
（1）餐户自建自营模式
1）模式缩略图
2）模式优劣势
3）适用企业类型
（2）第三方轻平台模式
1）模式缩略图
2）模式优劣势
3）典型案例代表
（3）第三方重平台模式
1）模式缩略图
2）模式优劣势
（4）第三方轻重结合平台模式
1）模式的必要性
2）典型案例代表
5.3.5 餐饮企业加入外卖O2O平台运营成本分析
（1）商家经营成本
（2）物流配送成本
（3）包装成本增加
（4）平台抽成费用
5.3.6 外卖O2O平台典型案例分析
（1）美团外卖
1）平台概况简介
2）平台运营模式
3）平台盈利模式
4）平台营销推广
5）平台成功因素
（2）饿了么
1）平台概况简介
2）平台运营模式
3）平台营销推广
4）平台成功因素
5.3.7 外卖O2O市场发展趋势
第6章：国内外知名餐饮企业经营情况分析
6.1 西式快餐企业经营情况分析
6.1.1 百胜中国经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业经营模式分析
1）百胜餐饮集团的经营结构
2）百胜中国核心竞争优势
（4）企业营销策略分析
（5）企业市场网络分析
（6）企业经营状况优劣势分析
6.1.2 麦当劳公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业经营模式分析
1）特许加盟和连锁经营
2）依靠房地产营运获得收入

（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.1.3 德克士经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业经营模式分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.2 中国特色酒楼经营情况分析
6.2.1 中国全聚德（集团）股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.2.2 西安饮食股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.2.3 重庆陶然居饮食文化（集团）股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.2.4 国际天食集团
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营策略分析
（4）企业经营状况优劣势分析
6.3 中式及日式快餐企业经营情况分析
6.3.1 味千（中国）控股有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业业务结构分析
（4）企业经营模式分析
（5）企业营销策略分析
（6）企业经营状况优劣势分析
6.3.2 乡村基（重庆）投资有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营模式分析
（4）企业经营状况优劣势分析
6.3.3 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营模式分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.3.4 永和食品（中国）股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业经营模式分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.3.5 大娘水饺餐饮集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营规模分析
（3）企业战略布局
（4）企业门店分布
（5）企业经营状况优劣势分析
6.4 火锅企业经营情况分析
6.4.1 四川海底捞餐饮股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营规模分析
（4）企业业务结构分析
（5）企业营销策略分析
（6）企业经营状况优劣势分析
6.4.2 成都小龙坎餐饮管理有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业营销策略分析
（4）企业经营状况优劣势分析
6.5 休闲餐饮企业经营情况分析
6.5.1 上海仙踪林餐饮管理有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业经营模式分析
（4）业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.5.2 广州至尊披萨餐饮管理有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业经营模式分析
（4）企业营销策略分析
（5）企业经营状况优劣势分析
6.5.3 浙江两岸食品连锁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营规模分析
（3）企业营销策略分析
（4）企业经营状况优劣势分析
第7章：中国餐饮行业发展趋势与投资预测
7.1 中国餐饮行业发展趋势
7.1.1 中国餐饮行业发展趋势分析
（1）线上线下融合创新，数据指导未来发展
（2）品牌化、小面积化是餐饮未来发展第一共同特征
（3）供应链能力正成为餐饮企业的核心能力
（4）餐饮零售化
（5）多场景化多模式运作
7.1.2 中国餐饮行业发展前景预测
7.2 餐饮行业资本市场运作分析
7.2.1 餐饮业资本市场主要运作模式分析
（1）上市融资
（2）风险资本的引入
7.2.2 资本运作模式比较
（1）企业上市融资利弊分析
（2）企业引入风险资本的利弊分析
7.2.3 餐饮业资市场运作模式成功案例分析
7.2.4 餐饮业上市情况分析
（1）餐饮企业上市动向
（2）餐饮企业上市失败案例
（3）餐企A股上市困境原因分析
7.3 中国餐饮行业投资机会与建议
7.3.1 餐饮行业投资现状分析
（1）餐饮业投资概况

（2）餐饮业投资事件汇总
7.3.2 餐饮行业投资机会分析
（1）绿色餐厅
（2）火锅品类
（3）婚庆市场
（4）老字号餐饮
7.3.3 餐饮行业主要投资建议
（1）餐饮行业产品投资建议
（2）餐饮行业投资区域建议
（3）餐饮行业运营管理建议
7.3.4 餐饮企业发展方向分析
（1）潜心专业，转型升级
（2）多样发展，专注业态

图表目录

图表1：国际餐饮业发展特征
图表2：2018-2023年全球主要国家与地区餐饮市场规模变化情况（单位：亿美元，万亿元，亿日元，亿欧元）
图表3：2023年全球餐饮品牌排行情况-按品牌价值（单位：亿美元）
图表4：2023年全球连锁餐饮企业财务状况（单位：亿美元，%）
图表5：中国餐饮行业发展历程
图表6：2018-2023年中国餐饮市场规模及变化情况（单位：万亿元，%）
图表7：2015-2023年中国餐饮业和社会零售总额增速对比（单位：%）
图表8：2018-2023年中国限额以上企业餐饮收入及变化情况（单位：亿元，%）
图表9：2021-2022年连锁餐饮企业门店地域分布情况（单位：%）
图表10：2018-2023年中国餐饮连锁化率（单位：%）
图表11：2022年中国餐饮细分行业连锁化率情况（单位：%）
图表12：中国餐饮数智化的价值
图表13：中国各规模等级的餐饮企业对数智化的重视程度
图表14：中国各细分赛道餐饮企业对数智化的重视程度
图表15：2023年中国各餐饮数智化产品应用率情况（单位：%）
图表16：2023年中国餐饮企业数智化转型阻碍因素分析（单位：%）
图表17：2023年中国餐饮企业数智化投入预算占比（单位：%）
图表18：2018-2023年中国餐饮数智化市场规模及变化情况（单位：亿元，%）
图表19：中国餐饮业经营业态格局
图表20：中国正餐市场区域发展格局
图表21：2022年中国正餐菜系门店数量及增速——按菜系（单位：万家，%）
图表22：2020-2022年中国正餐市场地方菜系连锁化情况（单位：%）
图表23：2024年中国正餐品牌排行榜
图表24：2019-2023年中国快餐门店数量变化情况（单位：万家，%）
图表25：2019-2023年中国西式快餐门店数量变化情况（单位：万家，%）
图表26：2023年中国西式快餐十大品牌及人均金额（单位：元/餐）
图表27：2018-2023年中国火锅市场规模变化情况（单位：亿元，%）
图表28：2023年中国各类口味火锅门店数量分布情况（单位：%）
图表29：2023年中国火锅门店数量TOP10城市火锅门店数量占全国比重（单位：%）
图表30：截至2023年中国部分火锅品牌各线级城市门店占比分布（单位：%）
图表31：2023年度中国火锅连锁品牌TOP10
图表32：2017-2022年中国休闲餐饮市场规模（单位：亿元）
图表33：2023年中国休闲餐饮排行榜
图表34：中国团餐发展阶段
图表35：中国团餐市场结构
图表36：2023年中国团餐消费场景占比情况以及单价情况（单位：%，元/人）
图表37：中国团餐业务模式
图表38：2022年团餐TOP100企业省份分布图（单位：%）
图表39：2020-2022年中国团餐百强企业营收占比（单位：亿元，%）
图表40：2023年中国十大团餐品牌

图表41：中国团餐企业地域分布特征
图表42：食堂运营成本及净利润示意图（单位，%）
图表43：2022年中国各省市区餐饮收入排行（单位：亿元，%）
图表44：2022年中国“丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行（单位：亿元，%）
图表45：2022年度中国“21世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行（单位：亿元，%）
图表46：2022年中国“京津冀”主要省市餐饮收入排行（单位：亿元，%）
图表47：2022年中国“长江经济带”主要省市餐饮收入排行
图表48：2016-2020年北京市餐饮行业相关政策
图表49：北京市不同年龄段餐饮消费需求情况
图表50：北京市餐饮外卖男女消费量结构（单位：%）
图表51：2018-2023年北京市社会消费品零售总额之餐饮收入及增速（单位：亿元，%）
图表52：2016-2023年天津市餐饮行业相关政策
图表53：2018-2022年天津市餐饮收入规模及增速（单位：亿元，%）
图表54：天津市餐饮品牌口味排行榜TOP10
图表55：天津TOP3商圈营业门店品类分布
图表56：2016-2023年上海市餐饮行业相关政策
图表57：2018-2022年上海市餐饮收入规模及增速（单位：亿元，%）
图表58：上海地方菜订单增速前三名
图表59：上海市各商圈手机点单餐品TOP5
图表60：2017-2023年苏州市餐饮行业相关政策
图表61：苏州市餐饮业消费者结构（按年龄）（单位：%）
图表62：苏州市餐饮业消费者结构（按性别）（单位：%）
图表63：2018-2023年苏州市住宿和餐饮业零售额及增速（单位：亿元，%）
图表64：苏州TOP3商圈营业门店品类分布
图表65：2016-2023年杭州市餐饮行业相关政策
图表66：2018-2023年杭州市餐饮业零售额及增速（单位：亿元，%）
图表67：2017-2023年南京市餐饮行业相关政策
图表68：南京TOP3商圈营业门店品类分布
图表69：2018-2023年南京市餐饮营业收入情况（单位：亿元，%）
图表70：南京到店餐饮主要品类占比（单位：%）
图表71：2017-2023年福州市餐饮行业相关政策
图表72：2018-2022年福州市限额以上餐饮业营业额（单位：亿元）
图表73：福州市TOP3商圈营业门店品类分布
图表74：2016-2023年重庆市餐饮行业相关政策
图表75：2018-2022年重庆市限额以上餐饮业企业营业额（单位：亿元，%）
图表76：重庆市TOP3商圈营业门店品类分布
图表77：《重庆市商业委员会关于推动餐饮住宿业转型发展的意见》
图表78：2017-2023年西安市餐饮行业相关政策
图表79：西安市餐饮业消费者结构（按年龄）（单位：%）
图表80：西安市餐饮业消费者结构（按性别）（单位：%）
图表81：2018-2022年西安市餐饮业零售额及增速（单位：亿元，%）
图表82：西安市TOP3商圈营业门店品类分布
图表83：美菜网公司基本信息
图表84：北京链农互动科技公司基本信息
图表85：菜筐子公司基本信息
图表86：餐饮管理软件主要的参与者
图表87：天财商龙软件基本介绍
图表88：天财商龙发展历程介绍
图表89：天财商龙产品体系
图表90：蛙管家基本介绍
图表91：蛙管家主要客户及介绍
图表92：饭菜先生基本介绍
图表93：饭菜先生发展历程
图表94：饭菜先生主要客户
图表95：餐行健基本介绍
图表96：餐行健发展历程
图表97：餐行健服务网络
图表98：餐行健品牌
图表99：餐饮老板内参盈利模式分析

图表100：餐饮老板内参营销推广策略分析
图表101：掌柜攻略盈利模式分析
图表102：掌柜攻略营销推广策略分析
图表103：红餐网媒体矩阵
图表104：红餐网盈利模式分析
图表105：红餐网营销推广策略分析
图表106：餐饮界盈利模式分析
图表107：餐饮界营销推广策略分析
图表108：2016-2022年中国外卖市场规模变化情况（单位：亿元，%）
图表109：2012-2022年中国餐饮行业O2O在线订餐用户规模（单位：亿人，%）
图表110：2022年中国消费者最常使用的外卖平台情况（单位：%）
图表111：2022年中国在线外卖市场竞争格局（单位：%）
图表112：餐户自建自营模式简图
图表113：餐户自建自营模式优劣势简析
图表114：餐户自建自营模式适用企业分析
图表115：第三方轻平台模式简图
图表116：第三方轻平台模式优劣势简析
图表117：第三方重平台模式简图
图表118：第三方重平台模式优劣势简析
图表119：第三方轻、重平台模式的互补
图表120：美团网盈利模式分析
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！