

2024-2029年中国互联网餐饮行业运营模式与投资策略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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饮向配送万物转型
- (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2：2017-2022年中国餐饮业和社会零售总额增速对比（单位：%）
- 图表3：2022年各省市餐饮收入排行（2019财年）（单位：亿元，%）
- 图表4：2014-2022年中国餐饮收入情况（单位：亿元，%）
- 图表5：2015-2022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7：2022年中国餐饮细分市场规模（按服务类型）（单位：亿元，%）
- 图表8：2022年中国餐饮细分市场规模（按菜式）（单位：亿元，%）
- 图表9：2017-2022年国内餐饮行业门店数量（单位：万家）
- 图表10：2022年中国餐饮市场规模（按经营模式）（单位：亿元，%）
- 图表11：2022年中国主要餐饮上市企业经营情况（单位：亿元，%）
- 图表12：2022年中国主要餐饮上市企业门店数量及变化（单位：家）
- 图表13：2015-2022年中国餐饮百强企业营业收入占比变化（单位：%）
- 图表14：2022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16：2015-2022年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
- 图表17：2015-2022年居民人均可支配收入水平趋势图（单位：元）
- 图表18：2018-2022年我国网民及移动网民规模（单位：万人，%）
- 图表19：2018-2022年中国互联网餐饮主要细分市场规模（单位：亿元）
- 图表20：我国互联网餐饮产业链竞争图谱
- 图表21：2022年三季度不同餐饮外卖平台用户性别分布（单位：%）
- 图表22：2022年三季度不同餐饮外卖平台用户年龄分布（单位：%）
- 图表23：2022年三季度互联网餐饮外卖用户职业分布（单位：%）
- 图表24：2022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: 2022年网络外卖服务用户获取服务的渠道分布 (单位: %)
- 图表26: 2022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: 2022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: 2018-2022年中国在线外卖市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表41: 2017-2022年在线外卖渗透率 (单位: %)
- 图表42: 2017-2022年在线外卖用户规模 (单位: 亿人)
- 图表43: 2017-2022年手机外卖用户规模 (单位: 亿人)
- 图表44: 2017-2022年在线外卖订单量 (单位: 亿个)
- 图表45: 2017-2022年在线外卖平均客单价 (单位: 元)
- 图表46: 2017-2022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: 2018-2022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: 2023-2028年中国在线外卖市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表55: 2022年下半年餐饮信息化市场融资情况
- 图表56: 2018-2022年美团点评到店、酒店及旅游交易金额 (单位: 亿元)
- 图表57: 2018-2022年中国到店餐饮 (O2O) 市场规模 (单位: 亿元)
- 图表58: 2016-2022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: 2017-2022年美团、大众点评月活跃用户数量 (单位: 万人)
- 图表61: 2017-2022年到店餐饮用户规模 (月度) (单位: 亿人)
- 图表62: 2018-2022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: 2022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: 2023-2028年中国到店餐饮 (O2O) 市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表69: 2022年美团外卖用户城市等级分布情况 (单位: %)
- 图表70: 2019-2022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: 2022年饿了么用户城市等级分布 (单位: %)
- 图表75: 2019-2022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: 2017-2022年必胜客餐厅数量 (单位: 家)
- 图表81: 2018-2022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: 2018-2022年美团点评交易用户数量 (年度) (单位: 百万)

图表84: 2018-2022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: 2011-2022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: 2022年餐饮行业细分领域融资分布(按事件)(单位:%)
图表97: 2022年餐饮行业细分领域融资分布(按融资额)(单位:%)
图表98: 2022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
如需完整目录请联系客服

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!