

## 2025-2030年中国外卖O2O行业发展前景预测与商业模式深度分析报告

## 目 录

## CONTENTS

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>第1章：外卖O2O行业综述及数据来源说明</b>      |
| 1.1 外卖行业界定                       |
| 1.1.1 外卖的界定                      |
| 1.1.2 外卖的分类                      |
| 1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中外卖行业归属       |
| 1.2 外卖O2O行业界定                    |
| 1.2.1 O2O的界定                     |
| 1.2.2 O2O相似/相关概念辨析               |
| 1.2.3 外卖O2O的界定与分类                |
| 1.3 外卖O2O专业术语说明                  |
| 1.4 本报告研究范围界定说明                  |
| 1.5 本报告数据来源及统计标准说明               |
| 1.5.1 本报告权威数据来源                  |
| 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明             |
| <b>第2章：中国外卖O2O行业宏观环境分析（PEST）</b> |
| 2.1 中国外卖O2O行业政策（Policy）环境分析      |
| 2.1.1 中国外卖O2O行业监管体系及机构介绍         |
| （1）中国外卖O2O行业主管部门                 |
| （2）中国外卖O2O行业自律组织                 |
| 2.1.2 中国外卖O2O行业标准体系建设现状          |
| （1）中国外卖O2O标准体系建设                 |
| （2）中国外卖O2O现行标准汇总                 |
| （3）中国外卖O2O即将实施标准                 |
| （4）中国外卖O2O重点标准解读                 |
| 2.1.3 中国外卖O2O行业发展相关政策规划汇总及解读     |
| （1）中国外卖O2O行业发展相关政策汇总             |
| （2）中国外卖O2O行业发展相关规划汇总             |
| 2.1.4 政策环境对外卖O2O行业发展的影响总结        |
| 2.2 中国外卖O2O行业经济（Economy）环境分析     |
| 2.2.1 中国宏观经济发展现状                 |
| 2.2.2 中国宏观经济发展展望                 |
| 2.2.3 中国外卖O2O行业发展与宏观经济相关性分析      |
| 2.3 中国外卖O2O行业社会（Society）环境分析     |
| 2.3.1 中国外卖O2O行业社会环境分析            |
| 2.3.2 社会环境对外卖O2O行业发展的影响总结        |
| 2.4 中国外卖O2O行业技术（Technology）环境分析  |
| 2.4.1 中国外卖O2O行业服务流程图解            |
| 2.4.2 中国外卖O2O行业关键/新兴技术分析         |
| （1）中国外卖O2O行业关键技术分析               |
| （2）中国外卖O2O新兴技术融合应用               |
| 2.4.3 技术环境对外卖O2O行业发展的影响总结        |
| <b>第3章：中国外卖行业发展现状调研及市场趋势洞察</b>   |
| 3.1 中国外卖行业发展历程介绍                 |
| 3.2 中国外卖行业市场特性分析                 |
| 3.3 中国外卖行业发展现状分析                 |
| 3.4 中国外卖行业市场规模体量                 |
| 3.5 中国外卖行业细分市场分析                 |
| 3.6 中国外卖行业市场竞争格局                 |
| 3.7 中国外卖行业发展痛点分析                 |
| <b>第4章：中国外卖O2O行业发展状况及发展痛点分析</b>  |
| 4.1 中国外卖O2O行业发展历程                |

- 4.2 中国外卖O2O行业市场主体类型及入场方式
- 4.3 中国外卖O2O行业市场主体规模及特征
  - 4.3.1 中国外卖O2O行业市场主体规模
  - 4.3.2 中国外卖O2O行业注册企业特征
    - (1) 中国外卖O2O行业注册企业注册资本分布
    - (2) 中国外卖O2O行业注册企业类型分布
- 4.4 中国外卖O2O行业竞争格局分析
- 4.5 中国外卖O2O行业投融资状况
- 4.6 中国外卖O2O行业需求特征分析
- 4.7 中国外卖O2O行业需求现状分析
- 4.8 中国外卖O2O行业客单价走势
- 4.9 中国外卖O2O行业市场规模体量
- 4.10 中国外卖O2O行业市场痛点分析
- 第5章：国外外卖O2O行业发展现状及经验借鉴**
  - 5.1 国外外卖O2O行业发展历程
  - 5.2 国外外卖O2O行业发展现状
  - 5.3 国外外卖O2O行业竞争状况
  - 5.4 国外外卖O2O重点区域市场
  - 5.5 国外外卖O2O行业市场规模
  - 5.6 国外外卖O2O行业趋势前景
  - 5.7 国外外卖O2O发展经验借鉴
- 第6章：中国外卖O2O生态体系及配套产业发展分析**
  - 6.1 中国外卖O2O产业链结构梳理
  - 6.2 中国外卖O2O产业链生态图谱
  - 6.3 中国外卖O2O配套产业发展分析
    - 6.3.1 中国厨师职业培训市场分析
    - 6.3.2 中国外卖O2O软件开发市场分析
    - 6.3.3 中国外卖O2O包装市场分析
- 第7章：中国外卖O2O商业模式发展深度解析**
  - 7.1 中国外卖O2O经营模式发展分析
    - 7.1.1 中国外卖O2O主流经营模式类型（自建自营、第三方加盟等）
    - 7.1.2 中国外卖O2O商业模式发展现状
    - 7.1.3 中国外卖O2O商业模式发展趋势
  - 7.2 中国外卖O2O服务模式发展分析
    - 7.2.1 中国外卖O2O主流服务模式类型（上门、到店、配送等）
    - 7.2.2 中国外卖O2O服务模式市场结构
    - 7.2.3 中国外卖O2O服务模式发展趋势
  - 7.3 中国外卖O2O服务渠道发展分析
    - 7.3.1 中国外卖O2O主流服务渠道类型（PC网页/手机APP/公众号/小程序等）
    - 7.3.2 中国外卖O2O服务渠道发展现状
    - 7.3.3 中国外卖O2O服务渠道发展趋势
  - 7.4 中国外卖O2O服务内容需求分析
    - 7.4.1 中国外卖O2O主要服务内容类型（早餐、午餐、晚餐等）
    - 7.4.2 中国外卖O2O服务细分市场发展现状
    - 7.4.3 中国外卖O2O服务细分市场发展趋势
  - 7.5 中国外卖O2O服务群体需求分析
    - 7.5.1 中国外卖O2O主流服务群体分布（消费者画像）
    - 7.5.2 中国外卖O2O服务群体需求现状（行为特征/区域分布等）
    - 7.5.3 中国外卖O2O服务群体需求趋势
- 第8章：中国外卖O2O行业重点企业布局案例研究**
  - 8.1 中国外卖O2O重点企业布局梳理及对比
  - 8.2 中国外卖O2O企业案例分析（可定制）
    - 8.2.1 北京三快在线科技有限公司（美团外卖）
      - (1) 企业发展历程及基本信息
        - 1) 企业发展历程
        - 2) 企业基本信息
        - 3) 企业股权结构
      - (2) 企业业务架构及经营情况
        - 1) 企业整体业务架构

- 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.2 拉扎斯网络科技(上海)有限公司(饿了么)
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.3 中国外卖O2O企业案例三
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.4 中国外卖O2O企业案例四
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
  - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.5 中国外卖O2O企业案例五
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.6 中国外卖O2O企业案例六
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.7 中国外卖O2O企业案例七
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构

- (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.8 中国外卖O2O企业案例八
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.9 中国外卖O2O企业案例九
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息
    - 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 8.2.10 中国外卖O2O企业案例十
- (1) 企业发展历程及基本信息
    - 1) 企业发展历程
    - 2) 企业基本信息

- 3) 企业股权结构
  - (2) 企业业务架构及经营情况
    - 1) 企业整体业务架构
    - 2) 企业整体经营情况
  - (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析
    - 1) 企业外卖O2O价值主张
    - 2) 企业外卖O2O目标用户
    - 3) 企业外卖O2O核心资源
    - 4) 企业外卖O2O关键业务
    - 5) 企业外卖O2O渠道通路
    - 6) 企业外卖O2O客户关系
    - 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源
  - (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向
    - 1) 企业外卖O2O业务布局动向
    - 2) 企业外卖O2O业务投融资动向
  - (5) 企业外卖O2O业务发展优劣势分析
- 第9章：中国外卖O2O市场前景预测及发展趋势预判**
- 9.1 中国外卖O2OSWOT分析
  - 9.2 中国外卖O2O发展潜力评估
  - 9.3 中国外卖O2O发展前景预测
  - 9.4 中国外卖O2O发展趋势预判
- 第10章：中国外卖O2O投资战略规划策略及建议**
- 10.1 中国外卖O2O进入与退出壁垒
    - 10.1.1 外卖O2O进入壁垒分析
    - 10.1.2 外卖O2O退出壁垒分析
  - 10.2 中国外卖O2O投资风险预警
  - 10.3 中国外卖O2O投资价值评估
  - 10.4 中国外卖O2O投资机会分析
    - 10.4.1 外卖O2O产业链薄弱环节投资机会
    - 10.4.2 外卖O2O细分领域投资机会
    - 10.4.3 外卖O2O区域市场投资机会
    - 10.4.4 外卖O2O产业空白点投资机会
  - 10.5 中国外卖O2O投资策略与建议
  - 10.6 中国外卖O2O可持续发展建议

## 图表目录

- 图表1：外卖的分类
- 图表2：《国民经济行业分类与代码》中外卖行业归属
- 图表3：O2O的界定
- 图表4：O2O相似/相关概念辨析
- 图表5：外卖O2O的界定
- 图表6：外卖O2O的分类
- 图表7：外卖O2O专业术语说明
- 图表8：本报告研究范围界定
- 图表9：本报告权威数据资料来源汇总
- 图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明
- 图表11：中国外卖O2O行业监管体系
- 图表12：中国外卖O2O行业主管部门
- 图表13：中国外卖O2O行业自律组织
- 图表14：中国外卖O2O标准体系建设
- 图表15：中国外卖O2O现行标准汇总
- 图表16：中国外卖O2O即将实施标准
- 图表17：中国外卖O2O重点标准解读
- 图表18：截至2024年中国外卖O2O行业发展政策汇总
- 图表19：截至2024年中国外卖O2O行业发展规划汇总

- 图表20: 政策环境对外卖O2O行业发展的影响总结
- 图表21: 中国宏观经济发展现状
- 图表22: 中国宏观经济发展展望
- 图表23: 中国外卖O2O行业发展与宏观经济相关性分析
- 图表24: 中国外卖O2O行业社会环境分析
- 图表25: 社会环境对外卖O2O行业发展的影响总结
- 图表26: 中国外卖O2O行业服务流程图解
- 图表27: 中国外卖O2O行业关键技术分析
- 图表28: 中国外卖O2O新兴技术融合应用
- 图表29: 技术环境对外卖O2O行业发展的影响总结
- 图表30: 中国外卖行业发展历程
- 图表31: 中国外卖行业市场特性分析
- 图表32: 中国外卖行业发展现状
- 图表33: 中国外卖行业市场规模体量分析
- 图表34: 中国外卖行业市场竞争格局
- 图表35: 中国外卖行业发展痛点分析
- 图表36: 中国外卖O2O行业发展历程
- 图表37: 中国外卖O2O行业市场主体类型及入场方式
- 图表38: 中国外卖O2O行业市场主体数量
- 图表39: 中国外卖O2O行业注册企业注册资本分布
- 图表40: 中国外卖O2O行业注册企业类型分布
- 图表41: 中国外卖O2O行业竞争格局分析
- 图表42: 中国外卖O2O行业投融资状况
- 图表43: 中国外卖O2O行业需求特征分析
- 图表44: 中国外卖O2O行业需求现状分析
- 图表45: 中国外卖O2O行业客单价走势分析
- 图表46: 中国外卖O2O行业市场规模体量
- 图表47: 中国外卖O2O行业市场发展痛点分析
- 图表48: 国外外卖O2O行业发展历程
- 图表49: 国外外卖O2O行业发展现状
- 图表50: 国外外卖O2O行业竞争状况
- 图表51: 国外外卖O2O重点区域市场
- 图表52: 国外外卖O2O行业市场规模
- 图表53: 国外外卖O2O行业趋势前景
- 图表54: 国外外卖O2O发展经验借鉴
- 图表55: 中国外卖O2O产业链结构
- 图表56: 中国外卖O2O产业链生态图谱
- 图表57: 中国外卖O2O企业布局梳理
- 图表58: 北京三快在线科技有限公司发展历程
- 图表59: 北京三快在线科技有限公司基本信息表
- 图表60: 北京三快在线科技有限公司股权穿透图
- 图表61: 北京三快在线科技有限公司整体业务架构
- 图表62: 北京三快在线科技有限公司外卖O2O模式布局及发展状况
- 图表63: 北京三快在线科技有限公司价值主张
- 图表64: 北京三快在线科技有限公司目标用户
- 图表65: 北京三快在线科技有限公司核心资源
- 图表66: 北京三快在线科技有限公司关键业务
- 图表67: 北京三快在线科技有限公司渠道通路
- 图表68: 北京三快在线科技有限公司客户关系
- 图表69: 北京三快在线科技有限公司成本结构及收入来源
- 图表70: 北京三快在线科技有限公司业务布局动向
- 图表71: 北京三快在线科技有限公司投融资动向
- 图表72: 北京三快在线科技有限公司外卖O2O发展优劣势分析
- 图表73: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司发展历程
- 图表74: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司基本信息表
- 图表75: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司股权穿透图
- 图表76: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司整体业务架构
- 图表77: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司外卖O2O模式布局及发展状况
- 图表78: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司价值主张

图表79: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司目标用户  
图表80: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司核心资源  
图表81: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司关键业务  
图表82: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司渠道通路  
图表83: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司客户关系  
图表84: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司成本结构及收入来源  
图表85: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司业务布局动向  
图表86: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司投融资动向  
图表87: 拉扎斯网络科技(上海)有限公司外卖O2O发展优劣势分析  
图表88: 中国外卖O2O企业案例三发展历程  
图表89: 中国外卖O2O企业案例三基本信息表  
图表90: 中国外卖O2O企业案例三股权穿透图  
图表91: 中国外卖O2O企业案例三整体业务架构  
图表92: 中国外卖O2O企业案例三外卖O2O模式布局及发展状况  
图表93: 中国外卖O2O企业案例三价值主张  
图表94: 中国外卖O2O企业案例三目标用户  
图表95: 中国外卖O2O企业案例三核心资源  
图表96: 中国外卖O2O企业案例三关键业务  
图表97: 中国外卖O2O企业案例三渠道通路  
图表98: 中国外卖O2O企业案例三客户关系  
图表99: 中国外卖O2O企业案例三成本结构及收入来源  
图表100: 中国外卖O2O企业案例三业务布局动向  
图表101: 中国外卖O2O企业案例三投融资动向  
图表102: 中国外卖O2O企业案例三外卖O2O发展优劣势分析  
图表103: 中国外卖O2O企业案例四发展历程  
图表104: 中国外卖O2O企业案例四基本信息表  
图表105: 中国外卖O2O企业案例四股权穿透图  
图表106: 中国外卖O2O企业案例四整体业务架构  
图表107: 中国外卖O2O企业案例四外卖O2O模式布局及发展状况  
图表108: 中国外卖O2O企业案例四价值主张  
图表109: 中国外卖O2O企业案例四目标用户  
图表110: 中国外卖O2O企业案例四核心资源  
图表111: 中国外卖O2O企业案例四关键业务  
图表112: 中国外卖O2O企业案例四渠道通路  
图表113: 中国外卖O2O企业案例四客户关系  
图表114: 中国外卖O2O企业案例四成本结构及收入来源  
图表115: 中国外卖O2O企业案例四业务布局动向  
图表116: 中国外卖O2O企业案例四投融资动向  
图表117: 中国外卖O2O企业案例四外卖O2O业务发展优劣势分析  
图表118: 中国外卖O2O企业案例五发展历程  
图表119: 中国外卖O2O企业案例五基本信息表  
图表120: 中国外卖O2O企业案例五股权穿透图  
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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!