2025-2030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2：2019-2024年中国餐饮业和社会零售总额增速对比（单位：%）
图表3：2024年各省市餐饮收入排行（2019财年）（单位：亿元，%）
图表4：2016-2024年中国餐饮收入情况（单位：亿元，%）
图表5：2017-2024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7：2024年中国餐饮细分市场规模（按服务类型）（单位：亿元，%）
图表8：2024年中国餐饮细分市场规模（按菜式）（单位：亿元，%）
图表9：2019-2024年国内餐饮行业门店数量（单位：万家）
图表10：2024年中国餐饮市场规模（按经营模式）（单位：亿元，%）
图表11：2024年中国主要餐饮上市企业经营情况（单位：亿元，%）
图表12：2024年中国主要餐饮上市企业门店数量及变化（单位：家）
图表13：2017-2024年中国餐饮百强企业营业收入占比变化（单位：%）
图表14：2024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16：2017-2024年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
图表17：2017-2024年居民人均可支配收入水平趋势图（单位：元）
图表18：2020-2024年我国网民及移动网民规模（单位：万人，%）
图表19：2020-2024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21：2024年三季度不同餐饮外卖平台用户性别分布（单位：%）
图表22：2024年三季度不同餐饮外卖平台用户年龄分布（单位：%）
图表23：2024年三季度互联网餐饮外卖用户职业分布（单位：%）
图表24：2024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25：2024年网络外卖服务用户获取服务的渠道分布（单位：%）
图表26：2024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28：2024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40：2020-2024年中国在线外卖市场规模（单位：亿元，%）
图表41：2019-2024年在线外卖渗透率（单位：%）
图表42：2019-2024年在线外卖用户规模（单位：亿人）
图表43：2019-2024年手机外卖用户规模（单位：亿人）
图表44：2019-2024年在线外卖订单量（单位：亿个）
图表45：2019-2024年在线外卖平均客单价（单位：元）
图表46：2019-2024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48：2020-2024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54：2025-2030年中国在线外卖市场规模预测（单位：亿元）
图表55：2024年下半年餐饮信息化市场融资情况
图表56：2020-2024年美团点评到店、酒店及旅游交易金额（单位：亿元）
图表57：2020-2024年中国到店餐饮（O2O）市场规模（单位：亿元）
图表58：2018-2024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60：2019-2024年美团、大众点评月活跃用户数量（单位：万人）
图表61：2019-2024年到店餐饮用户规模（月度）（单位：亿人）
图表62：2020-2024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66：2024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68：2025-2030年中国到店餐饮（O2O）市场规模预测（单位：亿元）
图表69：2024年美团外卖用户城市等级分布情况（单位：%）
图表70：2020-2024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74：2024年饿了么用户城市等级分布（单位：%）
图表75：2020-2024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80：2019-2024年必胜客餐厅数量（单位：家）
图表81：2020-2024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83：2020-2024年美团点评交易用户数量（年度）（单位：百万）

图表84：2020-2024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95：2013-2024年中国餐饮行业融资事件及融资额情况（单位：件，亿元）
图表96：2024年餐饮行业细分领域融资分布（按事件）（单位：%）
图表97：2024年餐饮行业细分领域融资分布（按融资额）（单位：%）
图表98：2024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！