

2020-2026年中国快餐O2O O市场分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国快餐O2O市场分析与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/canyin/883827B6CE.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

在线订餐模式最早在美国兴起，但当时只有麦当劳、肯德基、必胜客等具备规模优势的商家才能提供配送服务。而外卖进入中国后，为满足没有配送能力的中小型商户的外卖业务需求，以美团、饿了么为代表的中国外卖O2O平台开发出“外卖+配送”的“双轮驱动”模式，快速提升了中国外卖市场的线上化率，实现爆发性增长。而后，这样的成功模式开始被美国的Doordash、Uber Eats等平台纷纷效仿，英国的Just Eat也在通过收购、投资物流公司的方式建立配送能力。目前，从全球市场来看，中国外卖行业规模遥遥领先其他市场，美国、英国、德国以及印度等市场外卖行业头部公司逐渐成型并呈现快速增长态势。2017年全球主要外卖平台GMV（亿美元）美团外卖、饿了么两强格局

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国快餐O2O市场分析与投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了中国快餐O2O行业市场发展环境、快餐O2O整体运行态势等，接着分析了中国快餐O2O行业市场运行的现状，然后介绍了快餐O2O市场竞争格局。随后，报告对快餐O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快餐O2O行业发展趋势与投资预测。若您想对快餐O2O产业有个系统的了解或者想投资中国快餐O2O行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 电子商务与快餐行业概况

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、O2O的提出

二、O2O的内涵

三、O2O的发展

四、O2O的评价

五、O2O的趋势

第三节 快餐行业发展概况

一、快餐行业发展现状

二、互联网趋势下快餐行业面临的机遇与挑战

三、快餐O2O发展现状

四、快餐O2O发展潜力

第二章 互联网+环境下快餐行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、交流沟通现状分析

4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下快餐行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 快餐O2O行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变传统快餐营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 快餐O2O融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

第二部分 行业深度分析

第三章 快餐O2O所属行业发展概况分析

第一节 快餐O2O发展现状分析

- 一、快餐O2O产业政策分析
- 二、快餐O2O行业发展现状分析
- 三、快餐O2O行业市场规模分析2011-2018年中国在线外卖市场规模走势

第二节 快餐O2O行业市场前景分析

- 一、快餐O2O行业发展机遇分析
- 二、快餐O2O行业市场规模预测
- 三、快餐O2O行业发展前景分析

第四章 快餐行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 快餐O2O市场规模与渗透率

- 一、快餐O2O总体开展情况
- 二、快餐O2O交易规模分析
- 三、快餐O2O渠道渗透率分析

第二节 快餐O2O行业盈利能力分析

- 一、快餐O2O发展有利因素
- 二、快餐O2O发展制约因素
- 三、快餐O2O行业经营成本分析
- 四、快餐O2O行业盈利模式分析
- 五、快餐O2O行业盈利水平分析

第三节 快餐O2O行业未来前景及趋势预测

- 一、快餐O2O行业市场空间测算
- 二、快餐O2O市场规模预测分析
- 三、快餐O2O发展趋势预测分析

第五章 快餐企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 快餐企业转型电商构建分析

一、快餐O2O关键环节分析

- 1、产品采购与组织
- 2、电商网站建设
- 3、网站品牌建设及营销
- 4、服务及配送体系
- 5、网站增值服务

二、快餐平台电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

第二节 快餐企业转型电商发展途径

- 一、电商环境下快餐发展机遇
- 二、快餐店与第三方平台的合作模式
- 三、互联网+快餐行业的配送服务
- 四、快餐实体与第三方平台的利润分配

第三节 快餐企业转型电商平台选择分析

- 一、第三方快餐配送平台建设模式
- 二、借助第三方平台的发展情况
 - 1、第三方快餐配送平台的优劣势
 - 2、第三方快餐配送平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
 - 1、电商服务外包的优势
 - 2、电商服务外包可行性
 - 3、电商服务外包前景
- 五、快餐企业电商平台选择策略

第六章 2017-2019年快餐O2O运营模式分析

第一节 2017-2019年快餐O2O发展分析

- 一、2017-2019年快餐O2O市场概况
 - 二、2017-2019年快餐O2O市场规模
 - 三、2017-2019年快餐O2O盈利分析
 - 五、2017-2019年快餐O2O模式选择
- 第二节 2017-2019年快餐O2O运营模式
- 一、2017-2019年快餐O2O支付方式
 - 二、2017-2019年快餐O2O运营特点
 - 三、2017-2019年快餐O2O服务体系
 - 四、2017-2019年重点快餐O2O平台发展分析
- 第三节 快餐O2O消费人群分析
- 一、快餐O2O市场区域分析
 - 二、快餐O2O消费人群分析
 - 三、快餐O2O地域特点模式

第三部分 竞争格局分析

第七章 快餐主流网站平台分析

第一节 百度外卖

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第二节 饿了么

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第三节 到家美食会

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第四节 淘点点

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第五节 大众点评

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第六节 美团外卖

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第七节 点我吧

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第八节 生活半径

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第九节 美餐网

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析
- 三、平台对快餐行业的影响
- 四、平台发展策略分析

第十节 外卖库

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台业务规模分析

三、平台对快餐行业的影响

四、平台发展策略分析

第四部分 行业投资分析

第八章 2020-2026年快餐O2O行业投资策略分析

第一节 2020-2026年快餐O2O行业市场投资要素

一、2020-2026年快餐O2O平台发展阶段的认知分析

二、2020-2026年快餐O2O行业市场规模分析

四、2020-2026年快餐O2O行业发展趋势

第二节 快餐O2O行业投资分析

一、快餐企业电商自建分析

1、快餐自建平台的优势分析

2、快餐自建平台的负面影响

二、快餐企业电商外包分析

1、快餐业务量完成情况

2、快餐业务的收入情况

3、快餐业竞争格局分析

第三节 快餐O2O市场策略分析

一、快餐O2O平台投资策略分析

二、快餐O2O平台投资潜力分析

三、快餐O2O平台投资前景分析

第九章 2020-2026年快餐O2O行业投资机会与风险防范

第一节 快餐O2O行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、快餐O2O行业投资现状分析

1、快餐O2O产业投资经历的阶段

2、2017-2019年快餐O2O行业投资状况回顾

3、2017-2019年中国快餐O2O行业风险投资状况

4、2020-2026年我国快餐O2O行业的投资态势

第二节 2020-2026年快餐O2O行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+快餐行业投资机遇

第三节 2020-2026年快餐O2O行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国快餐O2O行业投资建议

一、快餐O2O行业未来发展方向

二、快餐O2O行业主要投资建议

三、中国快餐O2O企业融资分析

1、中国快餐O2O企业IPO融资分析

2、中国快餐O2O企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十章 2020-2026年快餐O2O行业面临的困境及对策

第一节 2019年快餐O2O行业面临的困境

一、O2O发展制约因素

二、传统快餐行业面临困境

第二节 中国快餐O2O行业的发展对策

一、中国O2O发展对策

二、快餐O2O行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第十一章 快餐O2O行业发展战略研究（ ）

第一节 快餐O2O行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国快餐O2O品牌的战略思考

- 一、快餐O2O品牌的重要性
- 二、快餐O2O实施品牌战略的意义
- 三、快餐O2O企业品牌的现状分析
- 四、我国快餐O2O企业的品牌战略
- 五、快餐O2O品牌战略管理的策略

第三节 快餐O2O经营策略分析

- 一、快餐O2O市场细分策略
- 二、快餐O2O市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、快餐O2O新产品差异化战略

第四节 互联网+快餐行业投资战略研究

- 一、2019年快餐O2O行业投资战略
- 二、2020-2026年快餐O2O行业投资战略（ ）

图表目录：

图表 互联网+快餐行业生命周期

图表 互联网+快餐行业产业链结构

图表 2017-2019年中国快餐O2O行业市场规模
图表 2017-2019年快餐O2O行业重要数据指标比较
图表 2017-2019年快餐O2O行业销售收入
图表 2017-2019年快餐O2O行业利润总额
图表 2017-2019年快餐O2O行业盈利模式
图表 2017-2019年快餐O2O行业配送模式
图表 2017-2019年快餐O2O行业竞争力分析
图表 2017-2019年快餐O2O市场价格走势
图表 2017-2019年我国网民数量及同比增速
图表 2017-2019年我国快餐企业数量及同比增速
图表 2017-2019年我国快餐企业网点分析
图表 2017-2019年我国电子商务规模及同比增速
图表 2017-2019年我国电子商务网民数量增加情况
图表 2017-2019年百度外卖快餐网点分析
图表 2017-2019年百度外卖市场规模分析
图表 2017-2019年饿了么快餐网点分析
图表 2017-2019年饿了么市场规模分析
图表 2017-2019年快餐O2O市场规模及同比增速
图表 2017-2019年中国快餐O2O交易规模及同比增速
图表 2020-2026年国内快餐O2O市场规模预测
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/883827B6CE.html>