

# 2017-2022年中国餐饮业O 2O市场研究与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国餐饮业O2O市场研究与产业竞争格局报告》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/R4380255U0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

餐饮业（catering）是通过即时加工制作、商业销售和服务性劳动于一体，向消费者专门提供各种酒水、食品，消费场所和设施的食品生产经营行业。按欧美《标准行业分类法》的定义，餐饮业是指以商业赢利为目的的餐饮服务机构。在我国，据《国民经济行业分类注释》的定义，餐饮业是指在一定场所，对食物进行现场烹饪、调制，并出售给顾客主要供现场消费的服务活动。

餐饮业主要分为旅游饭店、餐厅(中餐、西餐)、自助餐和盒饭业、冷饮业和摊贩五大类。具体又分为三种类型:便利型大众餐饮市场、高档型餐饮市场、气氛型餐饮市场。便利型大众餐饮市场都是大众消费;高档型餐饮市场二级、三级城市非常多，尤其在三级城市里;气氛型餐饮市场是夹在高档和低档之间的档次，主要是一些主题餐厅、气氛餐厅。

餐饮业是我国较早开放的行业。国际知名餐饮企业的不断涌进，对我国餐饮业的经营理念、服务质量标准、文化氛围、饮食结构、从业人员素质要求等产生了深刻影响。可以预见，未来我国餐饮行业竞争局面激烈仍将维持。

国内餐饮产业由于走出国门、跨国经营的企业还不多，中餐在海外发展的主要顾客群还是华人华侨，中餐也是当今世界华人经济的支柱行业之一。但由于中餐要求品种多，烹制工艺各异，季节变换对饮食产生不同要求，故中餐无法像麦当劳、肯德基那样标准化、工厂化，所以其“走出去”之路就显得步履艰难。

经历30余年的发展与市场竞争，我国餐饮业发展已经进入了投资主体多元化、经营业态多样化、经营模式连锁化和行业发展产业化的新阶段，行业的发展势头强劲。

### 餐饮业O2O模式

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国餐饮业O2O市场研究与产业竞争格局报告》共十八章。首先介绍了餐饮业O2O行业市场发展环境、餐饮业O2O整体运行态势等，接着分析了餐饮业O2O行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮业O2O市场竞争格局。随后，报告对餐饮业O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了餐饮业O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮业O2O产业有个系统的了解或者想投资餐饮业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 产业环境篇

#### 第一章 餐饮业O2O行业发展综述

##### 1.1 餐饮业O2O行业定义及分类

###### 1.1.1 行业定义

###### 1.1.2 主要产品/服务分类

###### 1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

##### 1.2 餐饮业O2O行业统计标准

###### 1.2.1 统计部门和统计口径

###### 1.2.2 主要统计方法介绍

###### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

##### 1.3 最近3-5年中国餐饮业O2O行业经济指标分析

###### 1.3.1 赢利性

###### 1.3.2 成长速度

###### 1.3.3 附加值的提升空间

###### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

###### 1.3.5 风险性

###### 1.3.6 行业周期

###### 1.3.7 竞争激烈程度指标

###### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

##### 1.4 餐饮业O2O行业产业链分析

###### 1.4.1 产业链结构分析

###### 1.4.2 主要环节的增值空间

###### 1.4.3 与上下游行业之间的关联性

###### 1.4.4 行业产业链上游相关行业分析

###### 1.4.5 行业下游产业链相关行业分析

###### 1.4.6 上下游行业影响及风险提示

#### 第二章 餐饮业O2O行业市场环境及影响分析（PEST）

##### 2.1 餐饮业O2O行业政治法律环境（P）

###### 2.1.1 行业管理体制分析

- 2.1.2 行业主要法律法规
- 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.1.4 政策环境对行业的影响
- 2.2 行业经济环境分析（E）
  - 2.2.1 宏观经济形势分析
  - 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 行业社会环境分析（S）
  - 2.3.1 餐饮业O2O产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 餐饮业O2O产业发展对社会发展的影响
- 2.4 行业技术环境分析（T）
  - 2.4.1 餐饮业O2O技术分析
    - （1）技术水平总体发展情况
    - （2）我国餐饮业O2O行业新技术研究
  - 2.4.2 餐饮业O2O技术发展水平
    - （1）我国餐饮业O2O行业技术水平所处阶段
    - （2）与国外餐饮业O2O行业的技术差距
  - 2.4.3 2015年餐饮业O2O技术发展分析
  - 2.4.4 行业主要技术发展趋势
  - 2.4.5 技术环境对行业的影响

### 第三章 国际餐饮业O2O行业发展分析及经验借鉴

- 3.1 全球餐饮业O2O市场总体情况分析
  - 3.1.1 全球餐饮业O2O行业发展特点
  - 3.1.2 全球餐饮业O2O市场结构分析
  - 3.1.3 全球餐饮业O2O行业发展分析
  - 3.1.4 全球餐饮业O2O行业竞争格局
  - 3.1.5 全球餐饮业O2O市场区域分布
  - 3.1.6 国际重点餐饮业O2O企业运营分析
- 3.2 全球主要国家（地区）市场分析
  - 3.2.1 欧洲
    - （1）欧洲餐饮业O2O行业发展概况

- (2) 欧洲餐饮业O2O市场结构及产销情况
- (3) 2017-2022年欧洲餐饮业O2O行业发展前景预测

### 3.2.2 北美

- (1) 北美餐饮业O2O行业发展概况
- (2) 北美餐饮业O2O市场结构及产销情况
- (3) 2017-2022年北美餐饮业O2O行业发展前景预测

### 3.2.3 日本

- (1) 日本餐饮业O2O行业发展概况
- (2) 日本餐饮业O2O市场结构及产销情况
- (3) 2017-2022年日本餐饮业O2O行业发展前景预测

### 3.2.4 韩国

- (1) 韩国餐饮业O2O行业发展概况
- (2) 韩国餐饮业O2O市场结构及产销情况
- (3) 2017-2022年韩国餐饮业O2O行业发展前景预测

### 3.2.5 其他国家地区

## 第四章 中国餐饮业O2O行业的国际比较分析

### 4.1 中国餐饮业O2O行业的国际比较分析

- 4.1.1 中国餐饮业O2O行业竞争力指标分析
- 4.1.2 中国餐饮业O2O行业经济指标国际比较分析
- 4.1.3 餐饮业O2O行业国际竞争力比较
  - (1) 生产要素
  - (2) 需求条件
  - (3) 支援与相关产业
  - (4) 企业战略、结构与竞争状态
  - (5) 政府的作用

### 4.2 全球餐饮业O2O行业市场需求分析

- 4.2.1 市场规模现状
- 4.2.2 需求结构分析
- 4.2.3 重点需求客户
- 4.2.4 市场前景展望

### 4.3 全球餐饮业O2O行业市场供给分析

- 4.3.1 生产规模现状
- 4.3.2 产能规模分布
- 4.3.3 市场价格走势
- 4.3.4 重点厂商分布

## 第二部分 深度分析篇

### 第五章 我国餐饮业O2O行业运行现状分析

#### 5.1 我国餐饮业O2O行业发展状况分析

- 5.1.1 我国餐饮业O2O行业发展阶段
- 5.1.2 我国餐饮业O2O行业发展总体概况
- 5.1.3 我国餐饮业O2O行业发展特点分析
- 5.1.4 我国餐饮业O2O行业商业模式分析

#### 5.2 餐饮业O2O行业发展现状

##### 5.2.1 我国餐饮业O2O行业市场规模

据研究数据显示，2013年中国餐饮行业O2O在线用户规模将突破1亿，达到1.39亿。2012年中国餐饮O2O市场规模为386.6亿，比2011年增长87.1%;2013年中国餐饮行业O2O市场规模达到622.8亿，相比2012年增长61.1%;预计到2015年，中国餐饮行业O2O市场规模将达到1200亿左右。

##### 中国餐饮业O2O市场规模

##### 5.2.2 我国餐饮业O2O行业发展分析

##### 5.2.3 中国餐饮业O2O企业发展分析

#### 5.3 餐饮业O2O市场情况分析

- 5.3.1 中国餐饮业O2O市场总体概况
  - 5.3.2 中国餐饮业O2O产品/服务分析
- #### 5.4 我国餐饮业O2O市场价格走势分析
- 5.4.1 餐饮业O2O市场定价机制组成
  - 5.4.2 餐饮业O2O市场价格影响因素
  - 5.4.3 餐饮业O2O产品价格走势分析
  - 5.4.4 2017-2022年餐饮业O2O价格走势预测

### 第六章 我国餐饮业O2O行业整体运行指标分析

## 6.1 中国餐饮业O2O行业总体规模分析

### 6.1.1 企业数量结构分析

### 6.1.2 人员规模状况分析

### 6.1.3 行业资产规模分析

### 6.1.4 行业市场规模分析

## 6.2 中国餐饮业O2O行业产销情况分析

### 6.2.1 我国餐饮业O2O行业产值

### 6.2.2 我国餐饮业O2O行业收入

### 6.2.3 我国餐饮业O2O行业产销率

## 6.3 中国餐饮业O2O行业财务指标总体分析

### 6.3.1 行业盈利能力分析

### 6.3.2 行业偿债能力分析

### 6.3.3 行业营运能力分析

### 6.3.4 行业发展能力分析

## 第七章 2017-2022年我国餐饮业O2O市场供需形势分析

### 7.1 我国餐饮业O2O市场供需分析

#### 7.1.1 我国餐饮业O2O行业供给情况

##### (1) 我国餐饮业O2O行业供给分析

##### (2) 餐饮业O2O重点企业供给及占有份额

#### 7.1.2 我国餐饮业O2O行业需求情况

##### (1) 餐饮业O2O行业需求市场

##### (2) 餐饮业O2O行业客户结构

##### (3) 餐饮业O2O行业需求的地区差异

#### 7.1.3 我国餐饮业O2O行业供需平衡分析

### 7.2 餐饮业O2O行业进出口结构及面临的机遇与挑战

#### 7.2.1 餐饮业O2O行业进出口市场分析

##### (1) 餐饮业O2O行业进出口综述

##### (2) 餐饮业O2O行业出口市场分析

##### (3) 餐饮业O2O行业进口市场分析

#### 7.2.2 2017-2022年中国餐饮业O2O出口面临的挑战及对策

##### (1) 中国餐饮业O2O出口面临的挑战



(2) 中国餐饮业O2O行业未来出口展望

(3) 餐饮业O2O行业进出口前景及建议

7.3 2017-2022年餐饮业O2O市场应用及需求预测

7.3.1 餐饮业O2O应用市场总体需求分析

(1) 餐饮业O2O应用市场需求特征

(2) 餐饮业O2O应用市场需求总规模

7.3.2 2017-2022年餐饮业O2O行业领域需求量预测

(1) 2017-2022年餐饮业O2O行业领域需求产品功能预测

(3) 2017-2022年餐饮业O2O行业领域需求市场格局预测

7.3.3 2017-2022年重点行业餐饮业O2O产品需求分析预测

### 第三部分 全景调研篇

#### 第八章 餐饮业O2O行业产业结构分析

8.1 餐饮业O2O产业结构分析

8.1.1 市场细分充分程度分析

8.1.2 各细分市场领先企业排名

8.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

8.1.4 领先企业的结构分析

8.2 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

8.2.1 产业价值链的构成

8.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

8.3 产业结构发展预测

8.3.1 产业结构调整指导政策分析

8.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

8.3.3 中国餐饮业O2O行业参与国际竞争的战略市场定位

8.3.4 产业结构调整方向分析

#### 第九章 我国餐饮业O2O行业营销趋势及策略分析

9.1 餐饮业O2O行业销售渠道分析

9.1.1 营销分析与营销模式推荐

(1) 渠道构成

(2) 销售贡献比率

(3) 覆盖率

(4) 销售渠道效果

(5) 价值流程结构

(6) 渠道建设方向

#### 9.1.2 餐饮业O2O营销环境分析与评价

(1) 国际环境下的餐饮业O2O

(2) 企事业需求下的餐饮业O2O

(3) 评价

#### 9.1.3 销售渠道存在的主要问题

#### 9.1.4 营销渠道发展趋势与策略

### 9.2 餐饮业O2O行业营销策略分析

#### 9.2.1 中国餐饮业O2O营销概况

#### 9.2.2 餐饮业O2O营销策略探讨

(1) 中国餐饮业O2O产品/服务营销策略浅析

(2) 餐饮业O2O新产品/服务的市场推广策略

### 9.3 餐饮业O2O营销的发展趋势

#### 9.3.1 未来餐饮业O2O市场营销的出路

#### 9.3.2 中国餐饮业O2O营销的趋势预测

## 第四部分 竞争格局分析

### 第十章 餐饮业O2O行业区域市场分析

#### 10.1 行业总体区域结构特征及变化

##### 10.1.1 行业区域结构总体特征

##### 10.1.2 行业区域集中度分析

##### 10.1.3 行业区域分布特点分析

##### 10.1.4 行业规模指标区域分布分析

##### 10.1.5 行业效益指标区域分布分析

##### 10.1.6 行业企业数的区域分布分析

#### 10.2 餐饮业O2O区域市场分析

##### 10.2.1 东北地区餐饮业O2O市场分析

##### 10.2.2 华北地区餐饮业O2O市场分析

##### 10.2.3 华东地区餐饮业O2O市场分析

10.2.4 华南地区餐饮业O2O市场分析

10.2.5 华中地区餐饮业O2O市场分析

10.2.6 西南地区餐饮业O2O市场分析

10.2.7 西北地区餐饮业O2O市场分析

## 第十一章 2017-2022年餐饮业O2O行业竞争形势及策略

11.1 行业总体市场竞争状况分析

11.1.1 餐饮业O2O行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

11.1.2 餐饮业O2O行业企业间竞争格局分析

11.1.3 餐饮业O2O行业集中度分析

11.1.4 餐饮业O2O行业SWOT分析

(1) 餐饮业O2O行业优势分析

(2) 餐饮业O2O行业劣势分析

(3) 餐饮业O2O行业机会分析

(4) 餐饮业O2O行业威胁分析

11.2 中国餐饮业O2O行业竞争格局综述

11.2.1 餐饮业O2O行业竞争概况

(1) 中国餐饮业O2O行业品牌竞争格局

(2) 餐饮业O2O业未来竞争格局和特点

(3) 餐饮业O2O市场进入及竞争对手分析

11.2.2 中国餐饮业O2O行业竞争力分析

(1) 我国餐饮业O2O行业竞争力剖析

(2) 我国餐饮业O2O企业市场竞争的优势

(3) 民企、国企、外企比较分析

(4) 餐饮业O2O企业竞争能力提升途径

11.2.3 中国餐饮业O2O产品竞争力优势分析

- (1) 整体产品竞争力评价
- (2) 产品竞争力评价结果分析
- (3) 竞争优势评价及构建建议
- 11.2.4 餐饮业O2O行业主要企业竞争力分析
- 11.3 餐饮业O2O行业竞争格局分析
  - 11.3.1 国内外餐饮业O2O竞争分析
  - 11.3.2 我国餐饮业O2O市场竞争分析
  - 11.3.3 我国餐饮业O2O市场集中度分析
  - 11.3.4 国内主要餐饮业O2O企业动向
  - 11.3.5 国内餐饮业O2O企业拟在建项目分析
- 11.4 餐饮业O2O行业并购重组分析
  - 11.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析
  - 11.4.2 本土企业投资兼并与重组分析
  - 11.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析
- 11.5 餐饮业O2O市场竞争策略分析
  - 11.5.1 产品策略
  - 11.5.2 技术策略
  - 11.5.3 服务策略
  - 11.5.4 品牌策略

## 第十二章 2017-2022年餐饮业O2O行业领先企业经营形势分析

- 12.1 中国餐饮业O2O企业总体发展状况分析
  - 12.1.1 餐饮业O2O企业主要类型
  - 12.1.2 餐饮业O2O企业资本运作分析
  - 12.1.3 餐饮业O2O企业创新及品牌建设
  - 12.1.4 餐饮业O2O企业国际竞争力分析
  - 12.1.5 2015年餐饮业O2O行业企业排名分析
- 12.2 中国领先餐饮业O2O企业经营形势分析
  - 12.2.1 A公司经营分析
    - (1) 企业发展概况分析
    - (2) 企业产品结构分析
    - (3) 企业技术水平分析

- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

#### 12.2.2 B公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

#### 12.2.3 C公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

#### 12.2.4 D公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析

- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

## 第五部分 前景展望篇

### 第十三章 2017-2022年餐饮业O2O行业前景及趋势预测

#### 13.1 餐饮业O2O行业五年规划现状及未来预测

##### 13.1.1 “十二五”期间餐饮业O2O行业运行情况

##### 13.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响

##### 13.1.3 餐饮业O2O行业“十三五”发展方向预测

- (1) 餐饮业O2O行业“十三五”规划制定进展
- (2) 餐饮业O2O行业“十三五”规划重点指导
- (3) 餐饮业O2O行业在“十三五”规划中重点部署
- (4) “十三五”时期餐饮业O2O行业发展方向及热点

#### 13.2 2017-2022年餐饮业O2O市场发展前景

##### 13.2.1 2017-2022年餐饮业O2O市场发展潜力

##### 13.2.2 2017-2022年餐饮业O2O市场发展前景展望

##### 13.2.3 2017-2022年餐饮业O2O细分行业发展前景分析

#### 13.3 2017-2022年餐饮业O2O市场发展趋势预测

##### 13.3.1 2017-2022年餐饮业O2O行业发展趋势

##### 13.3.2 2017-2022年餐饮业O2O市场规模预测

- (1) 餐饮业O2O行业市场容量预测
- (2) 餐饮业O2O行业销售收入预测

##### 13.3.3 2017-2022年餐饮业O2O行业应用趋势预测

##### 13.3.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

#### 13.4 2017-2022年中国餐饮业O2O行业供需预测

##### 13.4.1 2017-2022年中国餐饮业O2O行业供给预测

##### 13.4.2 2017-2022年中国餐饮业O2O行业需求预测

##### 13.4.3 2017-2022年中国餐饮业O2O行业供需平衡预测

#### 13.5 影响企业生产与经营的关键趋势

##### 13.5.1 市场整合成长趋势

- 13.5.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 13.5.3 企业区域市场拓展的趋势
- 13.5.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 13.5.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十四章 2017-2022年餐饮业O2O行业投资价值评估分析

- 14.1 餐饮业O2O行业投资特性分析
  - 14.1.1 餐饮业O2O行业进入壁垒分析
  - 14.1.2 餐饮业O2O行业盈利因素分析
  - 14.1.3 餐饮业O2O行业盈利模式分析
- 14.2 2017-2022年餐饮业O2O行业发展的影响因素
  - 14.2.1 有利因素
  - 14.2.2 不利因素
- 14.3 2017-2022年餐饮业O2O行业投资价值评估分析
  - 14.3.1 行业投资效益分析
  - 14.3.2 产业发展的空白点分析
  - 14.3.3 投资回报率比较高的投资方向
  - 14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

## 第十五章 2017-2022年餐饮业O2O行业投资机会与风险防范

- 15.1 餐饮业O2O行业投融资情况
  - 15.1.1 行业资金渠道分析
  - 15.1.2 固定资产投资分析
  - 15.1.3 兼并重组情况分析
  - 15.1.4 餐饮业O2O行业投资现状分析
    - (1) 餐饮业O2O产业投资经历的阶段
    - (2) 2015年餐饮业O2O行业投资状况回顾
    - (3) 中国餐饮业O2O行业风险投资状况
    - (4) 我国餐饮业O2O行业的投资态势
- 15.2 2017-2022年餐饮业O2O行业投资机会
  - 15.2.1 产业链投资机会
  - 15.2.2 细分市场投资机会

- 15.2.3 重点区域投资机会
- 15.2.4 餐饮业O2O行业投资机遇
- 15.3 2017-2022年餐饮业O2O行业投资风险及防范
  - 15.3.1 政策风险及防范
  - 15.3.2 技术风险及防范
  - 15.3.3 供求风险及防范
  - 15.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 15.3.5 关联产业风险及防范
  - 15.3.6 产品结构风险及防范
  - 15.3.7 其他风险及防范
- 15.4 中国餐饮业O2O行业投资建议
  - 15.4.1 餐饮业O2O行业未来发展方向
  - 15.4.2 餐饮业O2O行业主要投资建议
  - 15.4.3 中国餐饮业O2O企业融资分析

## 第六部分 战略研究篇

### 第十六章 2017-2022年餐饮业O2O行业面临的困境及对策

- 16.1 餐饮业O2O行业面临的困境
- 16.2 餐饮业O2O企业面临的困境及对策
  - 16.2.1 重点餐饮业O2O企业面临的困境及对策
  - 16.2.2 中小餐饮业O2O企业发展困境及对策
- 16.3 中国餐饮业O2O行业存在的问题及对策
  - 16.3.1 中国餐饮业O2O行业存在的问题
  - 16.3.2 餐饮业O2O行业发展的建议对策
  - 16.3.3 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
- 16.4 中国餐饮业O2O市场发展面临的挑战与对策
  - 16.4.1 中国餐饮业O2O市场发展面临的挑战
  - 16.4.1 中国餐饮业O2O市场发展对策



## 第十七章 餐饮业O2O行业发展战略研究

### 17.1 餐饮业O2O行业发展战略研究

#### 17.1.1 战略综合规划

#### 17.1.2 技术开发战略

#### 17.1.3 业务组合战略

#### 17.1.4 区域战略规划

#### 17.1.5 产业战略规划

#### 17.1.6 营销品牌战略

#### 17.1.7 竞争战略规划

### 17.2 对我国餐饮业O2O品牌的战略思考

#### 17.2.1 餐饮业O2O品牌的重要性

#### 17.2.2 餐饮业O2O实施品牌战略的意义

#### 17.2.3 餐饮业O2O企业品牌的现状分析

#### 17.2.4 我国餐饮业O2O企业的品牌战略

#### 17.2.5 餐饮业O2O品牌战略管理的策略

### 17.3 餐饮业O2O经营策略分析

#### 17.3.1 餐饮业O2O市场细分策略

#### 17.3.2 餐饮业O2O市场创新策略

#### 17.3.3 品牌定位与品类规划

#### 17.3.4 餐饮业O2O新产品差异化战略

### 17.4 餐饮业O2O行业投资战略研究

#### 17.4.1 餐饮业O2O行业投资战略

#### 17.4.2 2017-2022年餐饮业O2O行业投资战略

#### 17.4.3 2017-2022年细分行业投资战略

## 第十八章 研究结论及发展建议 ( ZYPX )

### 18.1 餐饮业O2O行业研究结论及建议

### 18.2 餐饮业O2O子行业研究结论及建议

### 18.3 餐饮业O2O行业发展建议

#### 18.3.1 行业发展策略建议

#### 18.3.2 行业投资方向建议

### 18.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：餐饮业O2O行业生命周期

图表2：餐饮业O2O行业产业链结构

图表3：2013-2015年全球餐饮业O2O行业市场规模

图表4：2013-2015年中国餐饮业O2O行业市场规模

图表5：2013-2015年餐饮业O2O行业重要数据比较

图表6：2013-2015年中国餐饮业O2O市场占全球份额比较

图表7：2013-2015年餐饮业O2O行业工业总产值

图表8：2013-2015年餐饮业O2O行业销售收入

图表9：2013-2015年餐饮业O2O行业利润总额

图表10：2013-2015年餐饮业O2O行业资产总计

图表11：2013-2015年餐饮业O2O行业负债总计

图表12：2013-2015年餐饮业O2O行业竞争力分析

图表13：2013-2015年餐饮业O2O市场价格走势

图表14：2013-2015年餐饮业O2O行业主营业务收入

图表15：2013-2015年餐饮业O2O行业主营业务成本

图表16：2013-2015年餐饮业O2O行业销售费用分析

图表17：2013-2015年餐饮业O2O行业管理费用分析

图表18：2013-2015年餐饮业O2O行业财务费用分析

图表19：2013-2015年餐饮业O2O行业销售毛利率分析

图表20：2013-2015年餐饮业O2O行业销售利润率分析

图表21：2013-2015年餐饮业O2O行业成本费用利润率分析

图表22：2013-2015年餐饮业O2O行业总资产利润率分析

&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/R4380255U0.html>