2024-2030年中国互联网餐饮行业发展趋势与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国互联网餐饮行业发展趋势与未来发展趋势报告》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.cction.com/report/202312/431965.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网餐饮行业发展趋势与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 互联网餐饮行业发展现状与运营模式 1.1 餐饮团购市场现状与运营模式 1.1.1 餐饮团购市场发展规模 （1）餐饮团购整体市场规模 1）餐饮团购成交额 2）餐饮团购参团人数 3）餐饮团购在售团单 （2）餐饮细分品类团购规模 1）地方菜团购规模 2）火锅烧烤团购规模 3）自助餐团购规模 4）快餐团购规模 5）日韩料理团购规模 6）蛋糕甜品团购规模 7）西餐国际团购规模 8）海鲜团购规模 1.1.2 餐饮团购市场竞争分析 （1）团购企业用户基础 1）APP应用下载量 2）百度指数格局 3）微博指数格局 4）用户基础总结 （2）团购企业运营能力 1）团队管理与执行效率 2）战略定位与城市布局 （3）团购企业服务粘性 （4）餐饮团购企业竞争力总结 1）大众点评竞争力总结 2）美团网竞争力总结 3）其他团购网站竞争力总结 1.1.3 餐饮团购市场运营模式 （1）信息驱动模式 1）模式缩略图 2）模式优劣势 3）典型案例代表 （2）交易驱动模式 1）模式缩略图 2）模式优劣势 3）典型案例代表 1.1.4 餐饮团购市场盈利模式 （1）佣金收入模式 （2）线下服务模式 （3）电子商务模式 （4）网络广告模式 1.2 在线外卖市场现状与运营模式 1.2.1 在线外卖市场发展规模 （1）在线外卖市场订单规模 （2）在线外卖市场交易规模 1.2.2 在线外卖市场竞争格局 （1）在线外卖整体市场格局 （2）在线外卖细分市场格局 1）家庭市场竞争格局 2）白领市场竞争格局 3）校园市场竞争格局 （3）在线外卖移动端竞争格局 1.2.3 在线外卖运营模式分析 （1）餐户自建自营模式 1）模式缩略图 2）模式优劣势 3）适用企业类型 （2）第三方轻平台模式 1）模式缩略图 2）模式优劣势 3）典型案例代表 （3）第三方重平台模式 1）模式缩略图 2）模式优劣势 3）典型案例代表 （4）第三方轻重结合平台模式 1）模式缩略图 2）模式优劣势 3）典型案例代表 1.2.4 在线外卖盈利模式分析 （1）抽成模式 1）模式简介 2）模式盈利点 3）典型代表 （2）固定费用模式 1）模式简介 2）模式盈利点 3）典型代表 （3）打包收费模式 1）模式简介 2）模式盈利点 3）典型代表 （4）免费服务模式 1）模式简介 2）模式盈利点 3）典型代表 1.3 私厨分享市场现状与运营模式 1.3.1 私厨分享市场发展规模 1.3.2 私厨分享市场竞争格局 1.3.3 私厨分享市场运营模式 （1）Airbnb式运营模式 （2）Uber式运营模式 1.3.4 私厨分享市场盈利模式 （1）基于C端的佣金模式 （2）基于B端的广告和佣金模式 1.3.5 私厨分享用户需求分析 （1）私厨分享用户接受情况 （2）私厨分享用户期望情况 （3）私厨分享用户门槛情况 （4）私厨分享用户用餐偏好 （5）私厨分享用户服务偏好 （6）私厨分享用户参与情况 （7）私厨分享用户参与原因

第二章 互联网餐饮行业用户市场特征的分析 2.1 互联网餐饮用户属性分析 2.1.1 互联网餐饮用户性别属性 2.1.2 互联网餐饮用户年龄属性 2.1.3 互联网餐饮用户婚姻属性 2.1.4 互联网餐饮用户收入属性 2.2 互联网餐饮用户渠道分析 2.2.1 互联网用户叫餐渠道选择 2.2.2 互联网用户叫餐场景及渠道 （1）互联网用户叫餐场景 （2）不同场景叫餐渠道情况 2.2.3 互联网用户叫餐时段及渠道 （1）互联网用户叫餐时段 （2）不同时段叫餐渠道情况 2.3 互联网餐饮用户消费分析 2.3.1 互联网餐饮用户消费金额 （1）不同渠道餐饮消费金额情况 1）电话外卖消费金额结构 2）在线外卖消费金额结构 3）其他外卖消费金额结构 （2）不同职业餐饮消费金额情况 1）在校学生外卖消费金额结构 2）自由职业者外卖消费金额结构 3）企业员工外卖消费金额结构 4）专业人士外卖消费金额结构 5）公务员/事业单位人员外卖消费金额结构 6）企业管理人员外卖消费金额结构 2.3.2 互联网餐饮用户消费频次 （1）不同渠道餐饮消费频次 1）电话外卖消费频次 2）在线外卖消费频次 3）其他外卖消费频次 4）整体外卖消费频次 （2）不同时段餐饮消费频次 1）10：00-11：30外卖消费频次 2）11：30-14：00外卖消费频次 3）17：00-21：00外卖消费频次 4）21：00-次日2：00外卖消费频次 5）整体时段外卖消费频次 2.3.3 互联网餐饮用户消费诉求 （1）不同渠道餐饮消费诉求 1）电话外卖消费诉求 2）在线外卖消费诉求 （2）不同人群餐饮消费诉求 1）在校学生餐饮消费诉求 2）普通员工餐饮消费诉求 3）专业人士餐饮消费诉求 4）中层管理者餐饮消费诉求 2.3.4 互联网餐饮用户消费原因 （1）电话外卖用户消费原因 （2）在线外卖用户消费原因 2.4 互联网餐饮用户平台分析 2.4.1 互联网餐饮用户平台选择 （1）不同人群餐饮平台选择 （2）不同类型平台用户比例 2.4.2 互联网餐饮用户餐户类型选择 （1）不同类型餐户预订分布 （2）不同模式平台预订分布 2.4.3 互联网餐饮用户餐户选择特征 （1）用户选择餐户原因分布 （2）用户选择餐户数量分布 2.4.4 互联网餐饮用户平台满意度情况 （1）轻模式平台用户满意度情况 （2）轻模式平台用户满意度情况 第三章 互联网餐饮平台典型案例分析与解读 3.1 餐饮团购平台优秀案例 3.1.1 美团网 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.1.2 大众点评 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.1.3 百度糯米 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.1.4 窝窝团 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.1.5 拉手网 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.2 在线外卖平台优秀案例 3.2.1 自建自营模式

案例 （1）麦乐送 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （2）Hi捞送 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （3）吉食送 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 3.2.2 第三方轻平台模式案例 （1）美团外卖 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （2）淘点点 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 3.2.3 第三方重平台模式案例 （1）零号线 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （2）来一火 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （3）生活半径 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （4）到家美食会 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 3.2.4 第三方轻重结合平台模式案例 （1）饿了么 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 （2）百度外卖 1）平台概况简介 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）平台营销推广 7）平台融资成果 8）平台成功因素 3.3 私厨分享平台典型案例 3.3.1 我有饭 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.2 Enjoy （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.3 回家吃饭 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.4 妈妈的菜 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.5 觅食 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.6 下厨房 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.7 吖咪厨房 （1）平台概

况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.3.8 好厨师 （1）平台概况简介 （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）平台营销推广 （7）平台融资成果 （8）平台成功因素 3.4 互联网餐饮平台失败案例 3.4.1 失败案例概述 3.4.2 失败原因总结 第四章 互联网餐饮行业趋势预测与趋势预测 4.1 互联网餐饮行业趋势预测分析 4.1.1 互联网餐饮行业发展环境预测 （1）行业政策环境预测 1）网络食品交易日益规范 2）互联网+国家战略的形成 （2）行业经济环境预测 1）团购为在线外卖积累大量用户 2）“宅经济”、“懒人经济”日益凸显 （3）行业社会环境预测 1）用户形成互联网餐饮消费习惯 2）资本市场看好互联网餐饮市场 （4）行业技术环境预测 1）互联网餐饮订单管理系统已经成熟 2）移动互联网助推互联网餐饮的发展 3）大数据技术提升互联网餐饮精准性 4.1.2 互联网餐饮行业趋势预测分析 （1）餐饮团购市场规模预测 （2）在线外卖市场规模预测 （3）私厨分享市场规模预测 4.2 互联网餐饮行业发展趋势预测 4.2.1 餐饮团购市场发展趋势预测 （1）市场发展阶段预测 （2）市场竞争格局预测 （3）市场运营模式趋势 4.2.2 在线外卖市场发展趋势预测 （1）市场发展阶段预测 （2）市场竞争格局预测 （3）市场业态趋势预测 4.2.3 私厨分享市场发展趋势预测 （1）市场发展阶段预测 （2）市场竞争格局预测 （3）市场运营模式趋势 第五章 互联网餐饮行业投资潜力与策略规划 5.1 互联网餐饮行业投资潜力分析 5.1.1 互联网餐饮行业投资热潮分析 5.1.2 互联网餐饮行业投资推动因素 （1）行业热点扶持政策分析 （2）行业内部变革动因分析 （3）行业商业模式创新趋势 5.1.3 互联网餐饮行业投资前景分析 （1）行业市场波动风险 （2）行业经营风险分析 （3）行业其他投资前景 5.2 互联网餐饮行业投资现状分析 5.2.1 互联网餐饮行业投资主体 （1）行业投资主体构成 （2）各投资主体投资优势 5.2.2 互联网餐饮投资切入方式 （1）传统企业转战互联网餐饮 （2）电商平台部署餐饮业务 （3）资本机构投资互联网餐饮 （4）互联网餐饮众筹投资方式 5.2.3 互联网餐饮投资合并动向 （1）美团网与大众点评网合并 （2）百度外卖获投资独立运营 （3）竞技创投领投“楼下100” （4）千万天使投资“老枝花卤” （5）同创伟业领投“好厨师” （6）其他互联网餐饮投资动向 5.3 互联网餐饮行业投资前景研究规划 5.3.1 餐饮团购市场投资前景研究规划 （1）用户定位策略：白领群体为主 （2）业务拓展策略：助推餐饮企业增值服务 （3）市场拓展策略：加强移动互联网应用 5.3.2 在线外卖市场投资前景研究规划 （1）用户服务策略 1）解决用户核心痛点——快速送达 2）多维度保障互联网餐饮质量与安全 （2）市场拓展策略 1）深挖不断垂直细分的目标用户群体 2）抢摊移动端市场——深耕餐饮APP （3）业务拓展策略 1）快速促进线上与线下资源的有机融合 2）轻重模式平台优势互补，竞合发展 5.3.3 私厨分享市场投资前景研究规划 （1）价格定位策略：深挖100-300元产品

（2）业务拓展策略：大力挖掘新的增值空间 （3）产品服务策略：为私厨主人提供中介型服务 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：http://www.cction.com/report/202312/431965.html