

2023-2029年中国生活服务数字化行业市场深度研究及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国生活服务数字化行业市场深度研究及投资前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/tmt/912106.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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家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：

第一章 2018-2022年全球数字化行业发展分析

第一节 2018-2022年全球数字化行业发展现状

第二节 2018-2022年全球数字化行业竞争情况

一、全球各地区数字化行业发展现状

二、全球数字化行业发展新态势

第二章 2018-2022年中国数字化行业发展分析

第一节 2018-2022年中国数字化行业发展特点

第二节 2018-2022年中国数字化行业发展现状

一、中国数字化行业发展分析

二、中国数字化行业发展模式

第三章 2018-2022年中国数字化行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、2018-2022年宏观经济运行情况

二、2018-2022年中国居民（消费者）收入情况

三、2018-2022年中国城市化率

第二节 2022年中国数字化行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 数字化行业相关政策

一、国家“十四五”产业政策

二、其他相关政策（标准、技术）

第四章 2018-2022年中国数字化产业主要技术发展分析

第一节 大数据技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第二节 云计算技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第三节 传感技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第四节 人工智能技术发展分析

一、技术发展现状

二、技术在数字化转型中的作用

三、技术在数字化转型中的应用

四、技术在数字化转型中的发展趋势

第五节 物联网技术发展分析

第六节 信息化技术发展分析

第七节 数字化转型技术发展趋势

一、智能自动化

二、流动的员工

三、平台经济

四、可预见的颠覆

五、数字信用

第五章 2018-2022年中国生活服务数字化行业现状分析

第一节 生活服务数字化发展现状

一、服务消费成为消费增长的核心驱动力

二、服务业向数字化转型具有良好的发展基础

三、数字生活新服务空间巨大

四、生活服务业的数字化水平差异较大

五、疫情加速生活服务业数字化渠道建设

第二节 生活服务数字化消费洞察

一、生活服务数字化消费快速渗透

二、从一二线城市向下沉市场扩展

三、中老年群体生活服务数字化消费增速最快

四、消费者更加关注安全与健康

五、消费者拥抱绿色低碳生活

第三节 生活服务数字化发展趋势

一、远近融合

二、上下融合

三、软硬融合

四、虚实融合

第六章 生活服务业数字化发展特征

第一节 生活服务业数字化发展背景与意义

一、生活服务业数字化的背景

二、生活服务业数字化的内涵

三、生活服务业数字化的意义

第二节 生活服务业数字化发展机理与特征

一、生活服务业数字化发展机理

二、生活服务业数字化发展特征

第三节 生活服务业数字化发展动力与趋势

一、生活服务业数字化发展动力

二、生活服务业数字化发展趋势

第四节 生活服务业数字化发展面对的问题与瓶颈

一、数字化发展程度不充分

二、数字化水平不均衡

三、要素支撑能力弱

四、重视程度待加强

第五节 推进生活服务业数字化的政策建议

一、加强顶层设计，营造良好政策环境

二、充分发挥生活服务电子商务平台的作用，促进服务消费

三、加快推进生活服务新基建，加大对具有新基建属性的生活服务电子商务平台的支持力度

四、强化要素支撑，夯实生活服务业数字化发展基础

五、发挥平台数据、技术优势，推进生活服务业数字化协同共治

第七章 生活服务市场数字化发展现状

第一节 市场规模及发展趋势

第二节 主要细分市场竞争格局

一、餐饮

1、发展现状

2、市场规模

3、发展趋势

二、旅游

1、发展现状

2、市场规模

3、发展趋势

三、出行

1、发展现状

2、市场规模

3、发展趋势

第八章 生活服务行业商业模式分析

第一节 商业模式的相关概述

一、参考模型

二、成功特征

三、历史发展

第二节 生活服务行业主要商业模式案例分析

一、美团

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

二、饿了么

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

三、京东

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

四、支付宝

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

五、拼多多

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

六、携程网

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

七、滴滴出行

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

八、高德地图

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、企业价值

九、叮咚买菜

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式

5、企业价值

十、盒马鲜生

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、企业价值

第九章 生活服务市场的趋势与机遇

第一节 生活服务市场发展的影响因素

一、总体概况

二、新一代消费者崛起

三、科技进步

四、平台化

第二节 主要细分市场的趋势和机遇分析

一、传统领域深化发展

二、新兴领域快速演进

三、平台运营能力提升

四、推动供给侧改革

五、业务模式拓展

第十章 行业生态展望

第一节 平台经济模式确立

一、生态性

二、开放性

三、共赢性

四、普惠性

第二节 平台经济治理

第三节 潜在的行业重塑趋势

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/tmt/912106.html>