2018-2024年中国互联网外卖行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国互联网外卖行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》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//detail/336053.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

报告目录：

第一章 中国O2O市场发展综述
1.1 O2O基本概念
1.1.1 O2O的定义
1.1.2 O2O模式简介
1.1.3 O2O发展阶段分析
（1）信息搬运阶段
（2）线上和线下的联动阶段
（3）服务标准化的时代
1.2 O2O市场发展概况
1.2.1 O2O产业结构图
1.2.2 O2O市场规模分析
1.2.3 O2O应用分布情况
1.2.4 O2O市场细分领域
1.2.5 O2O市场前景预测
1.3 O2O市场发展水平评估
1.3.1 各线城市发展水平评估
1.3.2 各经济带发展水平评估
1.3.3 重点城市发展水平评估
1.3.4 用户群体应用水平研究
第二章 外卖O2O市场发展状况分析
2.1 外卖O2O市场规模分析
2.1.1 外卖O2O市场用户规模
2.1.2 外卖O2O市场规模预测
2.1.3 外卖O2O市场细分领域市场份额
2.2 外卖O2O市场环境分析
2.2.1 外卖O2O发展政策环境分析
2.2.2 外卖O2O发展经济环境分析
2.2.3 外卖O2O发展技术环境分析
2.3 外卖O2O市场竞争分析
2.3.1 外卖O2O核心竞争力分析
（1）运营商户的能力
（2）运营用户的能力

（3）可持续的商业模式
（4）足够资金实力支撑
（5）团队综合实力的比拼
2.3.2 外卖O2O垂直领域平台分析
2.3.3 外卖O2O重点企业竞争格局
2.3.4 外卖O2O平台未来的竞争方向
2.4 外卖O2O发展趋势分析
2.4.1 从轻领域到重领域
2.4.2 从提升流量到提升管理
2.4.3 从平台化到交易化
2.4.4 从PC端到移动端
第三章 外卖O2O商业模式与生态体系搭建
3.1 外卖O2O的不同商业组合模式
3.1.1 线上社区+线下消费/社区
3.1.2 线上消费/社区+线下社区
3.1.3 线上消费/社区+线下消费/社区
3.1.4 线上社区+线下社区
3.2 外卖O2O商业模式及发展前景
3.2.1 外卖O2O商业模式的背景与目标
3.2.2 外卖O2O商业模式的发展现状
3.2.3 外卖O2O模式的优势劣势分析
（1）从商家的角度分析
（2）从消费者的角度分析
（3）从O2O 平台的角度分析
3.2.4 外卖O2O商业模式的发展前景
（1）建立诚信体系
（2）进一步细分市场
（3）更多传统行业的参与
（4）抓住移动商务的发展机遇
（5）探索更好的盈利模式
3.3 外卖O2O生态体系的搭建
3.3.1 外卖O2O生态体系搭建的基础
（1）外卖行业线下竞争格局分析
（2）外卖行业线上线下融合趋势
（3）移动互联网的快速发展

1）用户注意力向移动端迁徙
2）用户多屏交互的情况分析
3）用户的消费行为模式变化
3.3.2 外卖O2O生态体系搭建的重点 中
（1）整合的O2O内循环
（2）建立跨平台的互动生态圈
（3）大数据运营与营销
第四章 外卖O2O产品设计与运营分析
4.1 外卖O2O产品设计分析
4.1.1 外卖O2O产品设计的基本内容
4.1.2 外卖O2O产品设计的基本要求
4.1.3 外卖O2O产品设计的成功案例
4.2 外卖O2O数据运营分析
4.2.1 外卖O2O消费者数据分析
4.2.2 外卖O2O供应方数据分析
4.2.3 外卖O2O使用场景分析
4.2.4 外卖O2O运营效果分析
4.3 外卖O2O闭环打造与一体化整合
4.3.1 外卖O2O会员数据的统一
4.3.2 外卖O2O全触点的采集数据
4.3.3 外卖O2O大数据中心的构建
4.4 外卖O2O运营支撑体系设计
4.4.1 外卖O2OSOP质量体系
4.4.2 外卖O2O实施/监控
4.4.3 外卖O2O客服/运维
4.4.4 外卖O2O现场服务
4.4.5 外卖O2O数据化运营支撑 线
第五章 外卖O2O模式网站综合分析
5.1 外卖O2O模式网站概述
5.1.1 外卖O2O模式网站介绍
5.1.2 外卖O2O模式网站核心功能
5.1.3 外卖O2O模式网站的特点
5.1.4 外卖O2O模式网站的优势
（1）本地化优势
（2）真实的消费体验、专业化的服务

（3）真实的互动、与地方商家深度融合
5.2 外卖O2O模式网站类型
5.2.1 企业建设外卖O2O模式网站形式
（1）自建“官方商城+连锁店铺”
（2）借助第三方平台
（3）搭建网上商城
5.2.2 外卖O2O模式网站运用形式
（1）交易型O2O销售模式 调
（2）顾问型O2O销售模式 研
5.3 外卖O2O模式网站的发展
5.3.1 外卖O2O模式网站的发展缺陷
5.3.2 外卖O2O模式网站的发展应对措施
5.3.3 未来外卖O2O模式网站的发展趋势
5.4 外卖O2O模式网站的应用分析
5.4.1 外卖O2O模式网站的实施效益
5.4.2 外卖O2O模式网站的行业应用
5.4.3 外卖O2O模式网站的售后服务
第六章 外卖O2O移动应用市场分析
6.1 外卖O2O移动应用基本情况
6.1.1 外卖O2O移动应用用户规模
6.1.2 外卖O2O移动应用应用款数
6.1.3 外卖O2O移动应用用户需求
6.1.4 外卖O2O移动应用市场格局
6.1.5 外卖O2O移动应用融资情况
6.2 外卖O2O移动应用细分领域
6.2.1 外卖O2O移动应用主要分类
6.2.2 外卖O2O移动应用覆盖情况
6.2.3 外卖O2O移动应用典型案例
6.3 外卖O2O移动应用使用行为
6.3.1 外卖O2O移动应用活跃时段
6.3.2 外卖O2O移动应用使用频率
6.3.3 外卖O2O移动应用关联应用
6.4 外卖O2O移动应用人群分析
6.4.1 外卖O2O移动应用重点软件省份分布
6.4.2 外卖O2O移动应用用户城市分布对比

第七章外卖O2O面临的机遇与挑战
7.1 外卖O2O细分领域投资机会分析
7.1.1 细分领域一的投资机会
7.1.2 细分领域二的投资机会
7.1.3 细分领域三的投资机会
7.2 外卖O2O细分领域潜力指标分析
7.2.1 恰当的使用频率
7.2.2 运营推广的能力
7.2.3 线下商务谈判能力
7.2.4 服务能力的匹配
7.2.5 商业化的设计
7.3 外卖O2O面临的挑战分析
7.3.1 外卖O2O切入点的寻找
（1）客户基数大的领域
（2）客单价高的领域
（3）高频高单价领域
（4）低频高单价领域
（5）其它的相关领域
7.3.2 外卖O2O团队的组成
（1）产品和技术人才的招聘
（2）线下团队营销推广业务实施
（3）特殊专业技能人才的配置
7.3.3 外卖O2O商业模式的选择
（1）商家到平台到消费者
（2）服务提供者通过平台直接对接消费者
（3）商家直接服务消费者
7.3.4 外卖O2O盈利模式的选择 线
7.4 外卖O2O项目主要风险
7.4.1 流量成本分析
7.4.2 物流成本分析
7.4.3 与传统企业的竞争
图表目录：
图表 1：O2O的定义
图表 2：O2O模式简介
图表 3：O2O发展阶段分析

图表 4：O2O产业结构图
图表 5：2012-2017年O2O市场规模分析
图表 6：O2O应用分布情况
图表 7：O2O市场细分领域
图表 8：2018-2024年O2O市场规模预测
图表 9：各线城市发展水平评估
图表 10：各经济带发展水平评估
图表 11：重点城市发展水平评估
图表 12：用户群体应用水平研究
图表 13：2017年外卖O2O市场用户规模
图表 14：2018-2024年外卖O2O市场规模预测
图表 15：2017年外卖O2O市场细分领域市场份额
图表 16：外卖O2O发展政策环境分析
图表 17：外卖O2O发展经济环境分析
图表 18：外卖O2O发展技术环境分析
图表 19：外卖O2O核心竞争力分析
图表 20：外卖O2O发展趋势分析
图表 21：外卖O2O模式的优势劣势分析
图表 22：外卖行业线下竞争格局分析
图表 23：外卖行业线上线下融合趋势
图表 24：移动互联网的特点
图表 25：移动互联网用户规模
图表 26：移动互联网市场规模
图表 27：2017年外卖O2O移动应用用户规模
图表 28：2017年外卖O2O移动应用应用款数
图表 29：外卖O2O移动应用用户需求
图表 30：2017年外卖O2O移动应用市场格局
图表 31：2017年外卖O2O移动应用融资情况
图表 32：外卖O2O移动应用主要分类
图表 33：外卖O2O移动应用覆盖情况
图表 34：外卖O2O移动应用典型案例
图表 35：外卖O2O移动应用活跃时段
图表 36：外卖O2O移动应用使用频率
图表 37：外卖O2O移动应用关联应用
图表 38：外卖O2O移动应用重点软件省份分布

图表 39：外卖O2O移动应用用户城市分布对比
图表 40：2018-2024年国内O2O产业规模及增长速度预测
图表 41：中国本地生活服务O2O在线商务用户规模及增长率
图表 42：三大互联网巨头O2O领域布局 中
图表 43：2009-2017年中国网民及移动互联网用户规模图
图表 44：2011-2017年全国智能手机保有量及智能终端渗透率变化趋势
图表 45：2018-2024年网上支付交易规模及预测（单位：亿元，%）
图表 46：2008-2017年中国移动互联网用户规模（单位：亿人，%）
图表 47：2017年中国电子商务市场交易规模 研
图表 48：2017年中国电子商务市场细分行业构成
图表 49：省会城市O2O综合发展水平排名
图表 50：一二三线城市O2O应用用户群体分布

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/336053.html