

# 2023-2029年中国外卖O2O发展趋势与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国外卖O2O发展趋势与前景趋势报告》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/202307/380255.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《2023-2029年中国外卖O2O发展趋势与前景趋势报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：外卖O2O行业综述及数据来源说明

#### 1.1 外卖行业界定

##### 1.1.1 外卖的界定

##### 1.1.2 外卖的分类

##### 1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中外卖行业归属

#### 1.2 外卖O2O行业界定

##### 1.2.1 O2O的界定

##### 1.2.2 O2O相似/相关概念辨析

##### 1.2.3 外卖O2O的界定与分类

#### 1.3 外卖O2O专业术语说明

#### 1.4 本报告研究范围界定说明

#### 1.5 本报告数据来源及统计标准说明

##### 1.5.1 本报告权威数据来源

##### 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

### 第2章：中国外卖O2O行业宏观环境分析（PEST）

#### 2.1 中国外卖O2O行业政策（Policy）环境分析

##### 2.1.1 中国外卖O2O行业监管体系及机构介绍

###### （1）中国外卖O2O行业主管部门

###### （2）中国外卖O2O行业自律组织

##### 2.1.2 中国外卖O2O行业标准体系建设现状

###### （1）中国外卖O2O标准体系建设

###### （2）中国外卖O2O现行标准汇总

###### （3）中国外卖O2O即将实施标准

###### （4）中国外卖O2O重点标准解读

### 2.1.3 中国外卖O2O行业发展相关政策规划汇总及解读

(1) 中国外卖O2O行业发展相关政策汇总

(2) 中国外卖O2O行业发展相关规划汇总

### 2.1.4 政策环境对外卖O2O行业发展的影响总结

## 2.2 中国外卖O2O行业经济 (Economy) 环境分析

2.2.1 中国宏观经济发展现状

2.2.2 中国宏观经济发展展望

2.2.3 中国外卖O2O行业发展与宏观经济相关性分析

## 2.3 中国外卖O2O行业社会 (Society) 环境分析

2.3.1 中国外卖O2O行业社会环境分析

2.3.2 社会环境对外卖O2O行业发展的影响总结

## 2.4 中国外卖O2O行业技术 (Technology) 环境分析

2.4.1 中国外卖O2O行业服务流程图解

2.4.2 中国外卖O2O行业关键/新兴技术分析

(1) 中国外卖O2O行业关键技术分析

(2) 中国外卖O2O新兴技术融合应用

2.4.3 技术环境对外卖O2O行业发展的影响总结

## 第3章：中国外卖行业发展现状调研及市场趋势洞察

3.1 中国外卖行业发展历程介绍

3.2 中国外卖行业市场特性分析

3.3 中国外卖行业发展现状分析

3.4 中国外卖行业市场规模体量

3.5 中国外卖行业细分市场分析

3.6 中国外卖行业市场竞争格局

3.7 中国外卖行业发展痛点分析

## 第4章：中国外卖O2O行业发展状况及发展痛点分析

4.1 中国外卖O2O行业发展历程

4.2 中国外卖O2O行业市场主体类型及入场方式

4.3 中国外卖O2O行业市场主体规模及特征

4.3.1 中国外卖O2O行业市场主体规模

4.3.2 中国外卖O2O行业注册企业特征

(1) 中国外卖O2O行业注册企业注册资本分布

## (2) 中国外卖O2O行业注册企业类型分布

### 4.4 中国外卖O2O行业竞争格局分析

### 4.5 中国外卖O2O行业投融资状况

### 4.6 中国外卖O2O行业需求特征分析

### 4.7 中国外卖O2O行业需求现状分析

### 4.8 中国外卖O2O行业客单价走势

### 4.9 中国外卖O2O行业市场规模体量

### 4.10 中国外卖O2O行业市场痛点分析

## 第5章：国外外卖O2O行业发展现状及经验借鉴

### 5.1 国外外卖O2O行业发展历程

### 5.2 国外外卖O2O行业发展现状

### 5.3 国外外卖O2O行业竞争状况

### 5.4 国外外卖O2O重点区域市场

### 5.5 国外外卖O2O行业市场规模

### 5.6 国外外卖O2O行业趋势前景

### 5.7 国外外卖O2O发展经验借鉴

## 第6章：中国外卖O2O生态体系及配套产业发展分析

### 6.1 中国外卖O2O产业链结构梳理

### 6.2 中国外卖O2O产业链生态图谱

### 6.3 中国外卖O2O配套产业发展分析

#### 6.3.1 中国厨师职业培训市场分析

#### 6.3.2 中国外卖O2O软件开发市场分析

#### 6.3.3 中国外卖O2O包装市场分析

## 第7章：中国外卖O2O商业模式发展深度解析

### 7.1 中国外卖O2O经营模式发展分析

#### 7.1.1 中国外卖O2O主流经营模式类型（自建自营、第三方加盟等）

#### 7.1.2 中国外卖O2O商业模式发展现状

#### 7.1.3 中国外卖O2O商业模式发展趋势

### 7.2 中国外卖O2O服务模式发展分析

#### 7.2.1 中国外卖O2O主流服务模式类型（上门、到店、配送等）

#### 7.2.2 中国外卖O2O服务模式市场结构

#### 7.2.3 中国外卖O2O服务模式发展趋势

## 7.3 中国外卖O2O服务渠道发展分析

### 7.3.1 中国外卖O2O主流服务渠道类型（PC网页/手机APP/公众号/小程序等）

### 7.3.2 中国外卖O2O服务渠道发展现状

### 7.3.3 中国外卖O2O服务渠道发展趋势

## 7.4 中国外卖O2O服务内容需求分析

### 7.4.1 中国外卖O2O主要服务内容类型（早餐、午餐、晚餐等）

### 7.4.2 中国外卖O2O服务细分市场发展现状

### 7.4.3 中国外卖O2O服务细分市场发展趋势

## 7.5 中国外卖O2O服务群体需求分析

### 7.5.1 中国外卖O2O主流服务群体分布（消费者画像）

### 7.5.2 中国外卖O2O服务群体需求现状（行为特征/区域分布等）

### 7.5.3 中国外卖O2O服务群体需求趋势

## 第8章：中国外卖O2O行业重点企业布局案例研究

### 8.1 中国外卖O2O重点企业布局梳理及对比

### 8.2 中国外卖O2O企业案例分析（可定制）

#### 8.2.1 北京三快在线科技有限公司（美团外卖）

##### （1）企业发展历程及基本信息

###### 1) 企业发展历程

###### 2) 企业基本信息

###### 3) 企业股权结构

##### （2）企业业务架构及经营情况

###### 1) 企业整体业务架构

###### 2) 企业整体经营情况

##### （3）企业外卖O2O商业模式要素解析

###### 1) 企业外卖O2O价值主张

###### 2) 企业外卖O2O目标用户

###### 3) 企业外卖O2O核心资源

###### 4) 企业外卖O2O关键业务

###### 5) 企业外卖O2O渠道通路

###### 6) 企业外卖O2O客户关系

###### 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

##### （4）企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

## 8.2.2 拉扎斯网络科技（上海）有限公司（饿了么）

### （1）企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

### （2）企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况

### （3）企业外卖O2O商业模式要素解析

- 1) 企业外卖O2O价值主张
- 2) 企业外卖O2O目标用户
- 3) 企业外卖O2O核心资源
- 4) 企业外卖O2O关键业务
- 5) 企业外卖O2O渠道通路
- 6) 企业外卖O2O客户关系
- 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

### （4）企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

## 8.2.3 中国外卖O2O企业案例三

### （1）企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

### （2）企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况

### （3）企业外卖O2O商业模式要素解析

- 1) 企业外卖O2O价值主张
- 2) 企业外卖O2O目标用户

- 3) 企业外卖O2O核心资源
- 4) 企业外卖O2O关键业务
- 5) 企业外卖O2O渠道通路
- 6) 企业外卖O2O客户关系
- 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

#### (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

### 8.2.4 中国外卖O2O企业案例四

#### (1) 企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

#### (2) 企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况

#### (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

- 1) 企业外卖O2O价值主张
- 2) 企业外卖O2O目标用户
- 3) 企业外卖O2O核心资源
- 4) 企业外卖O2O关键业务
- 5) 企业外卖O2O渠道通路
- 6) 企业外卖O2O客户关系
- 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

#### (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

### 8.2.5 中国外卖O2O企业案例五

#### (1) 企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构



## (2) 企业业务架构及经营情况

### 1) 企业整体业务架构

### 2) 企业整体经营情况

## (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

### 1) 企业外卖O2O价值主张

### 2) 企业外卖O2O目标用户

### 3) 企业外卖O2O核心资源

### 4) 企业外卖O2O关键业务

### 5) 企业外卖O2O渠道通路

### 6) 企业外卖O2O客户关系

### 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

## (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

### 1) 企业外卖O2O业务布局动向

### 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

## 8.2.6 中国外卖O2O企业案例六

## (1) 企业发展历程及基本信息

### 1) 企业发展历程

### 2) 企业基本信息

### 3) 企业股权结构

## (2) 企业业务架构及经营情况

### 1) 企业整体业务架构

### 2) 企业整体经营情况

## (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

### 1) 企业外卖O2O价值主张

### 2) 企业外卖O2O目标用户

### 3) 企业外卖O2O核心资源

### 4) 企业外卖O2O关键业务

### 5) 企业外卖O2O渠道通路

### 6) 企业外卖O2O客户关系

### 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

## (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

### 1) 企业外卖O2O业务布局动向

## 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

### 8.2.7 中国外卖O2O企业案例七

#### (1) 企业发展历程及基本信息

##### 1) 企业发展历程

##### 2) 企业基本信息

##### 3) 企业股权结构

#### (2) 企业业务架构及经营情况

##### 1) 企业整体业务架构

##### 2) 企业整体经营情况

#### (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

##### 1) 企业外卖O2O价值主张

##### 2) 企业外卖O2O目标用户

##### 3) 企业外卖O2O核心资源

##### 4) 企业外卖O2O关键业务

##### 5) 企业外卖O2O渠道通路

##### 6) 企业外卖O2O客户关系

##### 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

#### (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

##### 1) 企业外卖O2O业务布局动向

##### 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

### 8.2.8 中国外卖O2O企业案例八

#### (1) 企业发展历程及基本信息

##### 1) 企业发展历程

##### 2) 企业基本信息

##### 3) 企业股权结构

#### (2) 企业业务架构及经营情况

##### 1) 企业整体业务架构

##### 2) 企业整体经营情况

#### (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

##### 1) 企业外卖O2O价值主张

##### 2) 企业外卖O2O目标用户

##### 3) 企业外卖O2O核心资源

- 4) 企业外卖O2O关键业务
- 5) 企业外卖O2O渠道通路
- 6) 企业外卖O2O客户关系
- 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

(4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

#### 8.2.9 中国外卖O2O企业案例九

(1) 企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况

(3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

- 1) 企业外卖O2O价值主张
- 2) 企业外卖O2O目标用户
- 3) 企业外卖O2O核心资源
- 4) 企业外卖O2O关键业务
- 5) 企业外卖O2O渠道通路
- 6) 企业外卖O2O客户关系
- 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

(4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

#### 8.2.10 中国外卖O2O企业案例十

(1) 企业发展历程及基本信息

- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- 3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

- 1) 企业整体业务架构
- 2) 企业整体经营情况
- (3) 企业外卖O2O商业模式要素解析

- 1) 企业外卖O2O价值主张
- 2) 企业外卖O2O目标用户
- 3) 企业外卖O2O核心资源
- 4) 企业外卖O2O关键业务
- 5) 企业外卖O2O渠道通路
- 6) 企业外卖O2O客户关系
- 7) 企业外卖O2O成本结构及收入来源

#### (4) 企业外卖O2O业务最新发展动向

- 1) 企业外卖O2O业务布局动向
- 2) 企业外卖O2O业务投融资动向

### 第9章：中国外卖O2O市场前景预测及发展趋势预判

- 9.1 中国外卖O2OSWOT分析
- 9.2 中国外卖O2O发展潜力评估
- 9.3 中国外卖O2O发展前景预测
- 9.4 中国外卖O2O发展趋势预判

### 第10章：中国外卖O2O投资战略规划策略及建议

- 10.1 中国外卖O2O进入与退出壁垒
  - 10.1.1 外卖O2O进入壁垒分析
  - 10.1.2 外卖O2O退出壁垒分析
- 10.2 中国外卖O2O投资风险预警
- 10.3 中国外卖O2O投资价值评估
- 10.4 中国外卖O2O投资机会分析
  - 10.4.1 外卖O2O产业链薄弱环节投资机会
  - 10.4.2 外卖O2O细分领域投资机会
  - 10.4.3 外卖O2O区域市场投资机会
  - 10.4.4 外卖O2O产业空白点投资机会
- 10.5 中国外卖O2O投资策略与建议
- 10.6 中国外卖O2O可持续发展建议

### 图表目录

图表1：外卖的分类

图表2：《国民经济行业分类与代码》中外卖行业归属

图表3：O2O的界定

图表4：O2O相似/相关概念辨析

图表5：外卖O2O的界定

图表6：外卖O2O的分类

图表7：外卖O2O专业术语说明

图表8：本报告研究范围界定

图表9：本报告权威数据资料来源汇总

图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表11：中国外卖O2O行业监管体系

图表12：中国外卖O2O行业主管部门

图表13：中国外卖O2O行业自律组织

图表14：中国外卖O2O标准体系建设

图表15：中国外卖O2O现行标准汇总

图表16：中国外卖O2O即将实施标准

图表17：中国外卖O2O重点标准解读

图表18：截至2022年中国外卖O2O行业发展政策汇总

图表19：截至2022年中国外卖O2O行业发展规划汇总

图表20：政策环境对外卖O2O行业发展的影响总结

图表21：中国宏观经济发展现状

图表22：中国宏观经济发展展望

图表23：中国外卖O2O行业发展与宏观经济相关性分析

图表24：中国外卖O2O行业社会环境分析

图表25：社会环境对外卖O2O行业发展的影响总结

图表26：中国外卖O2O行业服务流程图解

图表27：中国外卖O2O行业关键技术分析

图表28：中国外卖O2O新兴技术融合应用

图表29：技术环境对外卖O2O行业发展的影响总结

图表30：中国外卖行业发展历程

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/380255.html>