

2021-2027年中国餐饮移动 应用(APP)市场发展态势与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)市场发展态势与未来前景预测报告》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/ruanjian/441043FKX5.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

2017年全年,中国本地生活O2O整体市场规模达9992.1亿元,较2016年增长71.5%,其中,到店O2O市场规模7611.9亿元,在本地O2O整体市场中交易占比76.2%。综合来看,虽然外卖行业表现强势,但是到店餐饮仍将是餐饮O2O最重要场景之一。2012-2022年中国餐饮O2O市场规模及增速走势

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)市场发展态势与未来前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国餐饮移动应用(APP)行业市场发展环境、餐饮移动应用(APP)整体运行态势等,接着分析了中国餐饮移动应用(APP)行业市场运行的现状,然后介绍了餐饮移动应用(APP)市场竞争格局。随后,报告对餐饮移动应用(APP)做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国餐饮移动应用(APP)行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮移动应用(APP)产业有个系统的了解或者想投资中国餐饮移动应用(APP)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1章 餐饮移动应用(APP)行业发展综述1.1 餐饮移动应用(APP)行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业产品/服务分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 餐饮移动应用(APP)行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 餐饮移动应用(APP)行业在产业链中的地位1.3 餐饮移动应用(APP)行业政治法律环境分析1.3.1 行业管理体制分析1.3.2 行业主要法律法规1.3.3 行业相关发展规划1.4 餐饮移动应用(APP)行业经济环境分析1.4.1 国际宏观经济形势分析1.4.2 国内宏观经济形势分析1.4.3 产业宏观经济环境分析1.5 餐饮移动应用(APP)行业技术环境分析1.5.1 餐饮移动应用(APP)技术发展水平1.5.2 行业主要技术现状及发展趋势 第2章 国际餐饮移动应用(APP)行业发展经验借鉴和典型企业运营情况分析2.1 国际餐饮移动应用(APP)行业发展总体状况2.1.1 国际餐饮移动应用(APP)行业发展规模分析2.1.2 国际餐饮移动应用(APP)行业市场结构分析2.1.3 国际餐饮移动应用(APP)行业竞争格局分析2.1.4 国际餐饮移动应用(APP)行业市场容量预测2.2 国外主要餐饮移动应用(APP)市场发展状况分析2.2.1 欧盟餐饮移动应用(APP)行业发展状况分析2.2.2 美国餐饮移动应用(APP)行业发展状况分析2.2.3 日本餐饮移动应用(APP)行业发展状况分析2.3 国际餐饮移动应用(APP)企业运营状况分析 第3章 我国餐饮移动应用(APP)所属行业发展现状得益于早期“百团大战”时积累下来的规模,美团的到店业务优势明显。根据极光大数据,2018年8月美团、大众点评和口碑MAU分别为24200.0、6372.4和567.7万人,美团和大众点评活跃用户数远大于口碑,使用率也远高于口碑。美团和大众点评APP在2017年到2018年期间日新增用户数达百万级,口碑仅达万级,新增用户趋势来看美团和大众点评也占巨大优势。在对APP的使用评

价上，美团和大众点评APP各项均高于口碑。到店餐饮APP首选占比（单选）

3.1 我国餐饮移动应用(APP)所属行业发展现状

3.1.1 餐饮移动应用(APP)行业品牌发展现状

3.1.2 餐饮移动应用(APP)行业消费市场现状

3.1.3 餐饮移动应用(APP)市场需求层次分析

3.1.4 我国餐饮移动应用(APP)市场走向分析

3.2 我国餐饮移动应用(APP)行业发展状况

3.2.1 2019年中国餐饮移动应用(APP)所属行业发展回顾

3.2.2 2019年餐饮移动应用(APP)行业发展情况分析

3.2.3 2019年我国餐饮移动应用(APP)市场特点分析

3.2.4 2019年我国餐饮移动应用(APP)市场发展分析

3.3 中国餐饮移动应用(APP)所属行业供需分析

3.3.1 2019年中国餐饮移动应用(APP)市场供给总量分析

3.3.2 2019年中国餐饮移动应用(APP)市场供给结构分析

3.3.3 2019年中国餐饮移动应用(APP)市场需求总量分析

3.3.4 2019年中国餐饮移动应用(APP)市场需求结构分析

3.3.5 2019年中国餐饮移动应用(APP)市场供需平衡分析

第4章 中国餐饮移动应用(APP)所属行业经济运行分析

4.1 2015-2019年餐饮移动应用(APP)所属行业运行情况

4.1.1 2019年餐饮移动应用(APP)所属行业经济指标分析

4.1.2 2019年餐饮移动应用(APP)所属行业经济指标分析

4.2 2019年餐饮移动应用(APP)所属行业进出口分析

4.2.1 2015-2019年餐饮移动应用(APP)所属行业进口总量及价格

4.2.2 2015-2019年餐饮移动应用(APP)所属行业出口总量及价格

4.2.3 2015-2019年餐饮移动应用(APP)所属行业进出口数据统计

4.2.4 2021-2027年餐饮移动应用(APP)所属进出口态势展望

第5章 我国餐饮移动应用(APP)所属行业整体运行指标分析

5.1 2015-2019年中国餐饮移动应用(APP)所属行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 人员规模状况分析

5.1.3 所属行业资产规模分析

5.1.4 所属行业市场规模分析

5.2 2015-2019年中国餐饮移动应用(APP)所属行业运营情况分析

5.2.1 我国餐饮移动应用(APP)所属行业营收分析

5.2.2 我国餐饮移动应用(APP)所属行业成本分析

5.2.3 我国餐饮移动应用(APP)所属行业利润分析

5.3 2015-2019年中国餐饮移动应用(APP)所属行业财务指标总体分析

5.3.1 所属行业盈利能力分析

5.3.2 所属行业偿债能力分析

5.3.3 所属行业营运能力分析

5.3.4 所属行业发展能力分析

第6章 我国餐饮移动应用(APP)行业竞争形势及策略

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 餐饮移动应用(APP)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

6.1.2 餐饮移动应用(APP)行业企业间竞争格局分析

6.1.3 餐饮移动应用(APP)行业集中度分析

6.2 中国餐饮移动应用(APP)行业竞争格局综述

6.2.1 餐饮移动应用(APP)行业竞争概况（1）中国餐饮移动应用(APP)行业竞争格局（2）餐饮移动应用(APP)行业未来竞争格局和特点（3）餐饮移动应用(APP)市场进入及竞争对手分析

6.2.2 中国餐饮移动应用(APP)行业竞争力分析（1）我国餐饮移动应用(APP)行业竞争力剖析（2）我国餐饮移动应用(APP)企业市场竞争的优势（3）国内餐饮移动应用(APP)企业竞争能力提升途径

6.2.3 餐饮移动应用(APP)市场竞争策略分析

第7章 中国餐饮移动应用(APP)行业区域市场调研

7.1 华北地区餐饮移动应用(APP)行业调研

7.1.1 2015-2019年行业发展现状分析

7.1.2 2015-2019年市场规

模情况分析7.1.3 2021-2027年市场需求情况分析7.1.4 2021-2027年行业趋势预测分析7.2 东北地区餐饮移动应用(APP)行业调研7.2.1 2015-2019年行业发展现状分析7.2.2 2015-2019年市场规模情况分析7.2.3 2021-2027年市场需求情况分析7.2.4 2021-2027年行业趋势预测分析7.3 华东地区餐饮移动应用(APP)行业调研7.3.1 2015-2019年行业发展现状分析7.3.2 2015-2019年市场规模情况分析7.3.3 2021-2027年市场需求情况分析7.3.4 2021-2027年行业趋势预测分析7.4 华南地区餐饮移动应用(APP)行业调研7.4.1 2015-2019年行业发展现状分析7.4.2 2015-2019年市场规模情况分析7.4.3 2021-2027年市场需求情况分析7.4.4 2021-2027年行业趋势预测分析7.5 华中地区餐饮移动应用(APP)行业调研7.5.1 2015-2019年行业发展现状分析7.5.2 2015-2019年市场规模情况分析7.5.3 2021-2027年市场需求情况分析7.5.4 2021-2027年行业趋势预测分析7.6 西南地区餐饮移动应用(APP)行业调研7.6.1 2015-2019年行业发展现状分析7.6.2 2015-2019年市场规模情况分析7.6.3 2021-2027年市场需求情况分析7.6.4 2021-2027年行业趋势预测分析7.7 西北地区餐饮移动应用(APP)行业调研7.7.1 2015-2019年行业发展现状分析7.7.2 2015-2019年市场规模情况分析7.7.3 2021-2027年市场需求情况分析7.7.4 2021-2027年行业趋势预测分析 第8章 我国餐饮移动应用(APP)行业产业链分析8.1 餐饮移动应用(APP)行业产业链分析8.1.1 产业链结构分析8.1.2 主要环节的增值空间8.1.3 与上下游行业之间的关联性8.2 餐饮移动应用(APP)上游行业分析8.2.1 餐饮移动应用(APP)产品成本构成8.2.2 2015-2019年上游行业发展现状8.3 餐饮移动应用(APP)下游行业分析8.3.1 餐饮移动应用(APP)下游行业分布8.3.2 2015-2019年下游行业发展现状8.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势8.3.4 下游需求对餐饮移动应用(APP)行业的影响 第9章 餐饮移动应用(APP)重点企业发展分析9.1 重点企业一9.1.1 企业概况9.1.2 企业经营状况9.1.3 企业盈利能力9.1.4 企业市场战略9.2 重点企业二9.2.1 企业概况9.2.2 企业经营状况9.2.3 企业盈利能力9.2.4 企业市场战略9.3 重点企业三9.3.1 企业概况9.3.2 企业经营状况9.3.3 企业盈利能力9.3.4 企业市场战略9.4 重点企业四9.4.1 企业概况9.4.2 企业经营状况9.4.3 企业盈利能力9.4.4 企业市场战略9.5 重点企业五9.5.1 企业概况9.5.2 企业经营状况9.5.3 企业盈利能力9.5.4 企业市场战略9.6 重点企业六9.6.1 企业概况9.6.2 企业经营状况9.6.3 企业盈利能力9.6.4 企业市场战略9.7 重点企业七9.7.1 企业概况9.7.2 企业经营状况9.7.3 企业盈利能力9.7.4 企业市场战略9.8 重点企业八9.8.1 企业概况9.8.2 企业经营状况9.8.3 企业盈利能力9.8.4 企业市场战略9.9 重点企业九9.9.1 企业概况9.9.2 企业经营状况9.9.3 企业盈利能力9.9.4 企业市场战略9.10 重点企业十9.10.1 企业概况9.10.2 企业经营状况9.10.3 企业盈利能力9.10.4 企业市场战略 第10章 餐饮移动应用(APP)行业投资与趋势预测分析10.1 2019年餐饮移动应用(APP)行业投资情况分析10.1.1 2019年总体投资结构10.1.2 2019年投资规模情况10.1.3 2019年投资增速情况10.1.4 2019年分行业投资分析10.2 餐饮移动应用(APP)行业投资机会分析10.2.1 餐饮移动应用(APP)投资项目分析10.2.2 2019年餐饮移动应用(APP)投资新方向10.3 2021-2027年餐饮移动应用(APP)行业投资建议11.3.1 2019年餐饮移动应

用(APP)行业投资前景研究11.3.2 2021-2027年餐饮移动应用(APP)行业投资前景研究 第.11章 餐饮移动应用(APP)行业发展预测分析11.1 2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)市场预测分析11.1.1 2021-2027年我国餐饮移动应用(APP)发展规模预测11.1.2 2021-2027年餐饮移动应用(APP)产品价格预测分析11.2 2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)行业供需预测11.2.1 2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)供给预测11.2.2 2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)需求预测11.3 2021-2027年中国餐饮移动应用(APP)市场趋势分析 第.12章 餐饮移动应用(APP)企业管理策略建议()12.1 提高餐饮移动应用(APP)企业竞争力的策略12.1.1提高中国餐饮移动应用(APP)企业核心竞争力的对策12.1.2 餐饮移动应用(APP)企业提升竞争力的主要方向12.1.3 影响餐饮移动应用(APP)企业核心竞争力的因素及提升途径12.1.4 提高餐饮移动应用(APP)企业竞争力的策略12.2 对我国餐饮移动应用(APP)品牌的战略思考12.2.1 餐饮移动应用(APP)实施品牌战略的意义12.2.2 餐饮移动应用(APP)企业品牌的现状分析12.2.3 我国餐饮移动应用(APP)企业的品牌战略12.2.4 餐饮移动应用(APP)品牌战略管理的策略 ()

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/441043FKX5.html>