2021-2027年中国移动餐饮
市场深度分析与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国移动餐饮市场深度分析与战略咨询报告》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/202109/240444.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

移动平台在物理世界和数字世界之间搭起了一座桥梁，让实体店餐饮行业能够在越来越数字化的世界提升业务实力并实现增长。在全球范围内，餐饮App的使用次数明显增加。

“互联网+”时代，餐饮外卖O2O开始成为新的增长点和突破口。增长势头旺盛。2019年国内餐饮行业规模约4.2万亿元，同比增长9.5%，其中外卖O2O收入约4712亿元。2016-2018年中国外卖O2O行业市场规模分析　　中企顾问网发布的《2021-2027年中国移动餐饮市场深度分析与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国移动餐饮行业市场发展环境、移动餐饮整体运行态势等，接着分析了中国移动餐饮行业市场运行的现状，然后介绍了移动餐饮市场竞争格局。随后，报告对移动餐饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动餐饮行业发展趋势与投资预测。您若想对移动餐饮产业有个系统的了解或者想投资中国移动餐饮行业，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.一章移动餐饮行业发展概述
第.一节移动餐饮的定义及分类
一、移动餐饮的定义
二、移动餐饮的分类
三、移动餐饮的特性
第二节移动餐饮产业链分析
一、市场特点
二、行业经济特性
三、产业链结构分析
第三节移动餐饮行业发展成熟度分析
一、行业发展周期分析
二、行业中外市场成熟度对比
三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章全球移动餐饮所属行业市场发展分析

第.一节2019年全球移动餐饮市场分析

一、2019年全球移动餐饮市场回顾

二、2019年全球移动餐饮市场环境

三、2019年全球移动餐饮需求分析

四、2019年全球移动餐饮市场规模

第二节2019年全球移动餐饮市场分析

一、2019年全球移动餐饮需求分析

二、2019年全球移动餐饮市场规模

三、2019年全球移动餐饮品牌分析

四、2019年中外移动餐饮市场对比

第三节主要国家地区移动餐饮市场分析

一、2015-2019年美国移动餐饮市场分析

二、2015-2019年欧洲移动餐饮市场分析

三、2015-2019年日本移动餐饮市场分析

四、2015-2019年韩国移动餐饮市场分析

五、2015-2019年其他国家移动餐饮市场

第三章我国移动餐饮所属行业发展现状

第.一节我国移动餐饮所属行业发展现状

移动点餐即俗称的“外卖”。它是基于位置的手机点餐应用，利用智能手机实现移动购物的功能，属于移动电子商务。

当前，外卖O2O市场规模增长率惊人，但整体渗透率仍然处在低端水平，2019年仅有11.17%左右。伴随着互联网普及率的提升和城镇化水平的推进，以及大数据、人工智能、云计算等运用水平的提升，这一比例必将提升到一个新高度，外卖O2O市场具有良好的发展前景

。2016-2018年中国外卖O2O行业市场渗透率分析

一、移动餐饮行业品牌发展现状

二、移动餐饮行业消费市场现状

三、移动餐饮市场消费层次分析

四、我国移动餐饮市场走向分析

第二节2015-2019年移动餐饮业所属行业发展情况分析

一、2019年移动餐饮行业发展情况分析

二、2019年移动餐饮行业发展情况分析

三、2019年移动餐饮行业发展特点分析
四、2019年移动餐饮行业发展情况

第四章我国移动餐饮市场发展研究
第.一节2015-2019年我国移动餐饮市场发展研究
一、2015年我国移动餐饮市场研究
二、2015年我国移动餐饮市场研究
三、2019年我国移动餐饮市场研究
四、2019年我国移动餐饮市场研究
第二节2019年我国移动餐饮市场情况
一、2019年我国移动餐饮市场需求情况
二、2019年我国移动餐饮市场价格情况
三、2019年重点城市移动餐饮市场分析
四、2019年我国移动餐饮市场发展情况
第三节2019年我国移动餐饮业市场发展特点分析
一、2019年我国移动餐饮市场格局特点
二、2019年我国移动餐饮产品创新特点
三、2019年我国移动餐饮市场服务特点
四、2019年我国移动餐饮市场品牌特点

第五章移动餐饮关联产业分析
第.一节旅游业发展分析
一、欧债危机对旅游市场的影响分析
二、我国旅游资源开发分析
三、我国旅游规划现状特征分析
四、我国旅游市场需求预测分析
五、我国旅游市场网络营销创新与管理分析
六、2019年中国游客数量预测
七、中国有望成为世界第.一入境游目的国
八、中国旅游收入逾3000亿美元
第二节餐饮业发展分析
一、欧债危机冲击下我国餐饮业发展分析

二、餐饮业连续18年保持两位数增长
三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示
四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速
五、餐饮业集体“用功”吸引资本
六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析
七、未来餐饮业发展前景分析
第三节会展业发展分析
一、会展与酒店业互动发展模式
二、2019年会展经济迎来新的发展机遇
三、会展业对唐山文化名城建设的促进作用
四、提升成都会展业竞争力路径分析
五、会展业在经济发展中的地位作用
六、我国实现会展与酒店互动发展的对策
七、未来中国会展业发展趋势预测

第六章移动餐饮区域市场情况分析
第.一节华北地区
一、2015-2019年行业发展现状分析
二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析
六、2021-2027年行业发展趋势分析
第二节东北地区
一、2015-2019年行业发展现状分析
二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析
六、2021-2027年行业发展趋势分析
第三节华东地区
一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析
六、2021-2027年行业发展趋势分析
第四节华南地区
一、2015-2019年行业发展现状分析
二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析
六、2021-2027年行业发展趋势分析
第五节中南地区
一、2015-2019年行业发展现状分析
二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析
六、2021-2027年行业发展趋势分析
第六节西南地区
一、2015-2019年行业发展现状分析
二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析
六、2021-2027年行业发展趋势分析
第七节西北地区
一、2015-2019年行业发展现状分析
二、2015-2019年市场需求情况分析
三、2015-2019年市场规模情况分析
四、2015-2019年行业竞争格局分析
五、2015-2019年消费者的偏好分析

六、2021-2027年行业发展趋势分析

第七章中国移动餐饮行业消费市场分析

第.一节中国移动餐饮消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2015-2019年消费者收入水平

三、2019年消费者信心指数分析

第二节移动餐饮行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节移动餐饮市场消费需求分析

一、移动餐饮市场的消费需求变化

二、移动餐饮行业的需求情况分析

三、2019年移动餐饮品牌市场消费需求分析

第四节移动餐饮消费市场状况分析

一、移动餐饮行业消费特点

二、移动餐饮消费者分析

三、移动餐饮消费结构分析

四、移动餐饮消费的市场变化

五、移动餐饮市场的消费方向

第八章移动餐饮行业竞争分析

第.一节旅游移动餐饮业竞争力分析

一、潜在竞争对手的威胁

二、替代竞争对手的威胁

三、来自买方(顾客)的压力

四、来自供应厂商的压力

五、现有移动餐饮之间的争夺

第二节2019年移动餐饮竞争分析

一、2019年移动餐饮市场竞争情况分析

二、2019年移动餐饮市场竞争形势分析

第三节2021-2027年中国移动餐饮行业竞争分析及预测
一、2021-2027年集中度分析及预测
二、2021-2027年SWOT分析及预测
三、2021-2027年进入退出状况分析及预测
四、2021-2027年生命周期分析及预测

第九章移动餐饮企业竞争策略分析
第.一节移动餐饮市场竞争策略分析
一、2019年移动餐饮市场增长潜力分析
二、2019年移动餐饮主要潜力项目分析
三、现有移动餐饮竞争策略分析
四、移动餐饮潜力项目竞争策略选择
五、典型企业项目竞争策略分析
第二节移动餐饮企业竞争策略分析
一、欧债危机对移动餐饮行业竞争格局的影响
二、欧债危机后移动餐饮行业竞争格局的变化
三、2021-2027年我国移动餐饮市场竞争趋势
四、2021-2027年移动餐饮行业竞争格局展望
五、2021-2027年移动餐饮行业竞争策略分析
六、2021-2027年移动餐饮企业竞争策略分析

第十章移动餐饮重点企业竞争分析
第.一节百胜餐饮集团中国事业部
一、饭店简介
二、竞争优势
三、经营状况
四、发展战略
第二节中国全聚德（集团）股份有限公司
一、饭店简介
二、竞争优势
三、经营状况
四、发展战略

第三节四川海底捞餐饮股份有限公司
一、饭店简介
二、竞争优势
三、经营状况
四、发展战略
第四节小南国（集团）有限公司
一、饭店简介
二、竞争优势
三、经营状况
四、发展战略
第五节俏江南
一、饭店简介
二、竞争优势
三、经营状况
四、发展战略
第六节广州酒家
一、饭店简介
二、竞争优势
三、经营状况
四、发展战略

第十一章移动餐饮行业发展趋势分析
第.一节2021-2027年移动餐饮市场趋势分析
一、2015-2019年移动餐饮市场趋势总结
二、2021-2027年移动餐饮发展趋势分析
三、2021-2027年移动餐饮市场发展空间
四、2021-2027年移动餐饮产业政策趋向
五、2021-2027年移动餐饮价格走势分析
第二节2021-2027年移动餐饮市场预测
一、2021-2027年移动餐饮市场结构预测
二、2021-2027年移动餐饮市场需求前景
三、2021-2027年移动餐饮市场价格预测

四、2021-2027年移动餐饮行业集中度预测

第十二章移动餐饮行业投资现状分析
第.一节2019年移动餐饮行业投资情况分析
一、2019年总体投资及结构
二、2019年投资规模情况
三、2019年投资增速情况
四、2019年分行业投资分析
五、2019年分地区投资分析
六、2019年外商投资情况
第二节2019年移动餐饮行业投资情况分析
一、2019年总体投资及结构
二、2019年投资规模情况
三、2019年投资增速情况
四、2019年分行业投资分析
五、2019年分地区投资分析
六、2019年外商投资情况

第十三章移动餐饮行业投资环境分析
第.一节经济发展环境分析
一、2015-2019年我国宏观经济运行情况
二、2021-2027年我国宏观经济形势分析
三、2021-2027年投资趋势及其影响预测
第二节政策法规环境分析
一、2019年移动餐饮行业政策环境
二、2019年国内宏观政策对其影响
三、2019年行业产业政策对其影响
第三节社会发展环境分析
一、国内社会环境发展现状
二、2019年社会环境发展分析
三、2021-2027年社会环境对行业的影响分析

第十四章移动餐饮行业投资机会与风险
第.一节移动餐饮行业投资效益分析
一、2015-2019年移动餐饮行业投资状况分析
二、2021-2027年移动餐饮行业投资效益分析
三、2021-2027年移动餐饮行业投资趋势预测
四、2021-2027年移动餐饮行业的投资方向
五、2021-2027年移动餐饮行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第二节影响移动餐饮行业发展的主要因素
一、2021-2027年影响移动餐饮行业运行的有利因素分析
二、2021-2027年影响移动餐饮行业运行的稳定因素分析
三、2021-2027年影响移动餐饮行业运行的不利因素分析
四、2021-2027年我国移动餐饮行业发展面临的挑战分析
五、2021-2027年我国移动餐饮行业发展面临的机遇分析
第三节移动餐饮行业投资风险及控制策略分析
一、2021-2027年移动餐饮行业市场风险及控制策略
二、2021-2027年移动餐饮行业政策风险及控制策略
三、2021-2027年移动餐饮行业经营风险及控制策略
四、2021-2027年移动餐饮同业竞争风险及控制策略
五、2021-2027年移动餐饮行业其他风险及控制策略

第十五章移动餐饮行业投资战略研究
第.一节移动餐饮行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、业务组合战略
三、区域战略规划
四、产业战略规划
五、营销品牌战略
六、竞争战略规划
第二节对移动餐饮品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、移动餐饮实施品牌战略的意义

三、移动餐饮企业品牌的现状分析
四、移动餐饮企业的品牌战略
五、移动餐饮品牌战略管理的策略
第三节移动餐饮行业投资战略研究
一、2019年餐饮行业投资战略
二、2019年移动餐饮行业投资战略
三、2021-2027年移动餐饮行业投资战略
四、2021-2027年细分行业投资战略

详细请访问：http://www.cction.com/report/202109/240444.html