

中国本地生活O2O行业研究报告

2017年



海量行研报告免费读

核心观点



中国本地生活O2O定义及分类	1
中国本地生活O2O行业发展背景	2
中国本地生活O2O行业发展现状	3
典型企业案例介绍	4
未来发展趋势	5

本地生活O2O是与居民日常生活相关的线上线下服务

本地生活O2O，指在同一城市（或地区），为满足居民日常生活需求提供商品或服务的商业模式，必须同时涉及线上线下流程（包括但不限于预订、支付、下单），且商品交易与服务产生的场所必须在本地。本报告中，本地生活O2O仅包括餐饮、商超宅配、送洗、家政维修、美容美护、休闲娱乐（包括按摩、洗浴服务等）、婚庆、亲子、教育、电影共十个细分领域。

O2O相关概念界定

定义



- Online To Offline：通过线上营销推动的方式，将消费者从线上平台引入线下实体店；
- Offline To Online：通过线下营销推广的方式，将消费者从线下转移到线上；



- 消费者通过线上平台在线购买并支付/预订某类商品/服务，并线下体验/消费完成交易；
- 消费者在线下体验后通过扫描二维码/移动终端等方式在线上平台购买并支付/预订某类服务/商品



- 本报告中本地生活O2O指狭义O2O范围内聚焦在本地的，串联当地居民与其生活周边商家的平台
- 本地生活O2O强调本地，因此涉及异地预订/消费的机票、旅游等领域不包含在内
- 交通出行领域暂未列入本报告的研究范畴



特征

侧重服务型消费

- 与侧重购物性消费的跨区域电商平台有明显区别

不强调线上支付

以消费导向为主，强调在线支付/预订

- 因此以信息服务为导向的地方社区论坛、分类信息平台均不包含在研究范围内

商家营销效果可预测、可测量

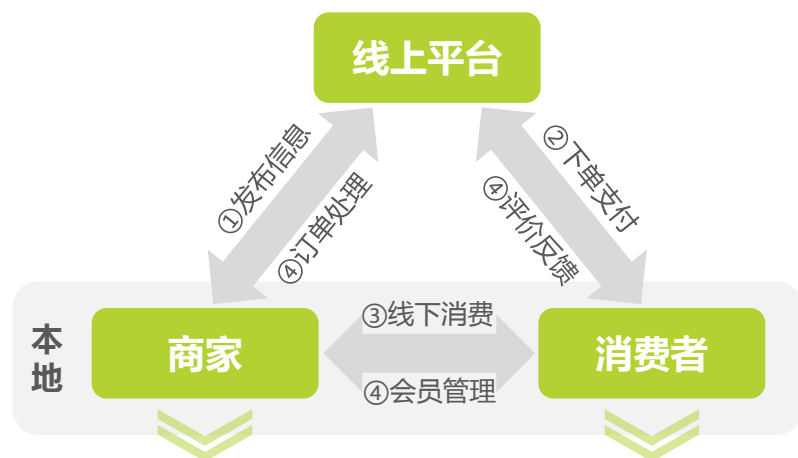
- 因此通过微信/支付宝等个人之间转账方式进行的消费不包含在研究范围内

本地生活O2O涉及领域包罗万象

O2O带动本地生活各垂直领域全面互联网化

根源于居民生活的多元化需求，本地生活O2O囊括范围非常广阔。一方面，O2O提供更方便快捷的消费方式，改变了人们的消费习惯；另一方面，O2O平台帮助商家吸引客户、提升效率，其中蕴藏的巨大潜能吸引众多不同行业的企业纷纷试水O2O。O2O本质是发挥互联网信息平台的优势，提升信息传播效率。将传统纯线下的点到点的信息流通和产品消费，变为消费者点到面的信息触达、店家点到面的信息传达。

2017年中国本地生活O2O模式分析



- 产品/服务多渠道覆盖
- 全方位信息闭环，精准定位消费需求
- 降低地理位置依赖，拓展服务边界

- 信息实时展现，选择便利
- 满足不同场景下多种消费需求
- 交易机制更透明，消费评价更方便

2017年中国本地生活O2O细分领域



按交付场景不同，本地生活O2O分两类

iResearch

艾瑞咨询

到店O2O、到家O2O

按照商品/服务交付的场景不同，本地生活O2O可以分为到店和到家两类。

- **到店O2O**聚焦店铺中的商品/服务交付。消费者通过线上平台在线购买并支付/预订某类商品/服务，体验/消费在线下店中完成。本研究中到店O2O包括线上餐饮（不含外卖），商超，到店洗衣，到店美容美护，线上休闲娱乐，线上婚庆，线上亲子，线上教育，线上电影。
- **到家O2O**聚焦上门商品/服务交付，商品交付/服务产生的场所在社区（包括商区、校区）之内，且必须同时涉及线上流程及线下产品消费或服务体验。本研究中到家O2O研究主体范围包括餐饮外卖、家政维修、上门美护、送洗服务、商超宅配服务。

2017年中国到店O2O、到家O2O模式介绍



到店O2O

商品：

- 餐饮、商超

服务：

- 休闲娱乐
- 亲子
- 美容美护
- 教育
- 婚庆
- 电影
- 洗衣



O2O平台

消费者在线下单/支付

实体门店完成消费



实体门店



到家O2O

商品：

- 外卖、商超宅配

服务：

- 家政维修
- 上门美护
- 送洗



O2O平台

在线
下单



配送

送货
上门

消费者在线下单/支付

商家上门服务



社区



校区



商区

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国本地生活O2O定义及分类

1

中国本地生活O2O行业发展背景

2

中国本地生活O2O行业发展现状

3

典型企业案例介绍

4

未来发展趋势

5

利好政策助推本地生活O2O提速

国家鼓励生活服务业线上化，加强品质及规范化要求

2015年11月，国务院办公厅发布《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》，明确提出要大力推动居民生活服务企业运用互联网等现代信息技术、促进线上线下融合发展。

但行业快速发展的同时也出现了很多问题，涉及餐饮、购票等生活服务的O2O领域成为了用户投诉的重灾区。2017年3月，国家工商总局发文披露，由中国个体劳动者协会网络交易平台工作委员会制定的《互联网企业生活服务类平台服务自律规范》正式发布，对生活服务类电商、在线生活服务商和生活服务类电子商务平台经营服务提出自律要求。

2017年中国本地生活O2O政策环境



大力支持

2015年·国务院办公厅

《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》

2016年·商务部

《居民生活服务业发展“十三五”规划》

支持措施

1

创新财税政策

2

拓展融资渠道

3

健全价格机制

4

完善土地政策

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21424

