

中国外卖O2O行业发展报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

报告概要

2

中国外卖O2O行业发展环境

3

中国外卖O2O行业发展现状

4

国内外典型企业案例分析

5

中国外卖O2O行业发展趋势

研究背景

中国O2O行业发展速度迅猛。一方面2014年中国移动网民达到5.6亿，为O2O业态奠定了坚实的用户基础，另一方面2014年中国O2O行业整体渗透率仅为4.5%，市场空间广阔。其中餐饮行业的用户消费频次较高，易于形成较大的市场规模。

中国外卖O2O行业市场广阔。2014年餐饮O2O市场规模接近千亿，餐饮O2O较高的市场规模反映出餐饮商户对O2O模式较高的认可程度。艾瑞调研数据显示，用户外卖叫餐的习惯已经形成，46.9%的网民在2014年使用过外卖。除此之外，外卖O2O行业颇受资本市场的认可，众多第三方外卖O2O企业获得多轮融资。

报告主旨

全面梳理中国外卖O2O行业现状。就外卖O2O行业现状、产业链模式以及行业规模三个方面进行深入分析，分别阐述：1.外卖行业区别于堂食的独特运营模式及其互联网化的优势所在；2.现阶段业内主要的外卖O2O运营模式及其优劣势分析；3.目前我国外卖及其O2O模式下的市场规模及预期。

深度洞察用户对外卖的真实需求和消费特征。基于艾瑞2014年大调研期间的外卖O2O调研数据对我国餐饮外卖受众使用外卖平台的消费行为和诉求进行较为全面的分析。

国内外典型外卖O2O企业分析。通过国内外颇具代表性的外卖O2O企业的实际案例，了解现阶段我国外卖O2O企业的发展现状和较为典型的运营模式，以期相关企业从中找到改进方向甚至新的突破点。

趋势预判

中国外卖O2O行业五大发展趋势。基于国内外外卖O2O行业的发展趋势以及业内专家的深度访谈，整理提炼出我国外卖O2O未来即将出现或已经在部分环节初步实现的五大趋势，一是给到相关企业或个人就行业趋势判断等方面的参考，二是借此提出并明确外卖O2O行业需要多元化、专业化、健康化的发展期望。

1

报告概要

2

中国外卖O2O行业发展环境

3

中国外卖O2O行业发展现状

4

国内外典型企业案例分析

5

中国外卖O2O行业发展趋势

中国外卖O2O行业发展环境

章节导读

本章将主要从我国O2O发展环境以及外卖O2O发展基础两方面进行阐述，分别论述1.O2O发展的用户基础、市场潜力以及餐饮这一热点领域；2.外卖O2O在餐户、用户以及资本三方面的发展基础。

O2O发展环境

用户基础

2014年中国移动网民达到**5.6亿**，为O2O业态奠定了坚实的用户基础和更为广阔的发展空间。

市场潜力

2014年中国O2O行业整体渗透率仅为**4.5%**，市场空间广阔。

热点领域

餐饮服务的消费频次较高，在对线上和线下服务均满意的情况下，用户粘性会越来越高。

外卖O2O发展基础

餐户基础

2014年餐饮O2O市场规模**接近千亿**，餐饮O2O较高的市场规模反映出餐饮商户对O2O模式较高的认可程度。

用户基础

用户外卖叫餐的习惯已经形成，**46.9%**的网民在2014年使用过外卖。

资本基础

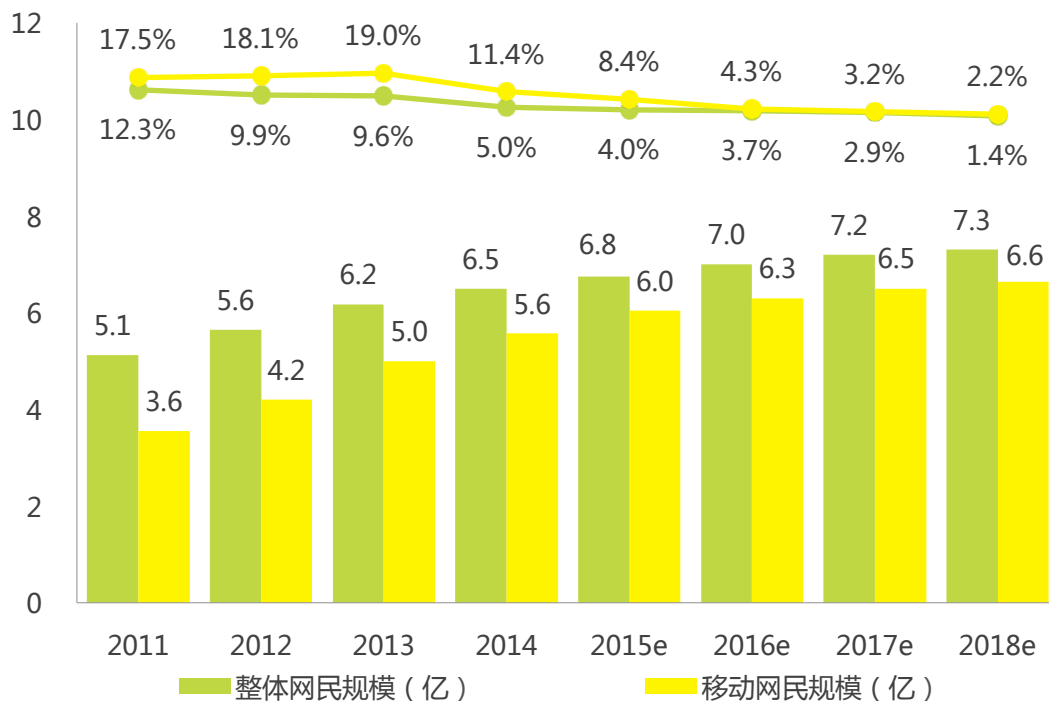
2014年外卖O2O融资事件层出不穷，饿了么、到家美食会等均进行了多轮次的**融资**。

中国外卖O2O行业发展环境

O2O的坚实基础——快速增长的移动网民

2014年中国整体网民规模达到6.5亿人，其中移动网民为5.6亿人，渗透率超过86%，移动网民的快速增长为O2O业态奠定了坚实的用户基础和更为广阔的发展空间。一方面移动端设备让用户的O2O行为（连接线上线下的行为）更加高效，这主要体现在：交互的实时性、操作的便捷性、定位的准确性以及交易的安全性；另一方面，移动上网较低的门槛让O2O模式得以进入更广阔的线下领域。

2011-2018年中国整体网民及移动网民规模



2014年保有量



智能手机

7.8亿台



平板电脑

0.5亿台

注释：1.中国移动互联网用户是指过去一年通过手机或平板电脑接入并使用互联网，但不限于仅通过手机或平板电脑接入互联网的用户；2.中国智能手机和平板电脑保有量是指在中国地区截止一年年底，市场中处于使用状态的智能手机和平板电脑数量。

来源：2011-2014年数据为CNNIC数据，之后为艾瑞预测数据。

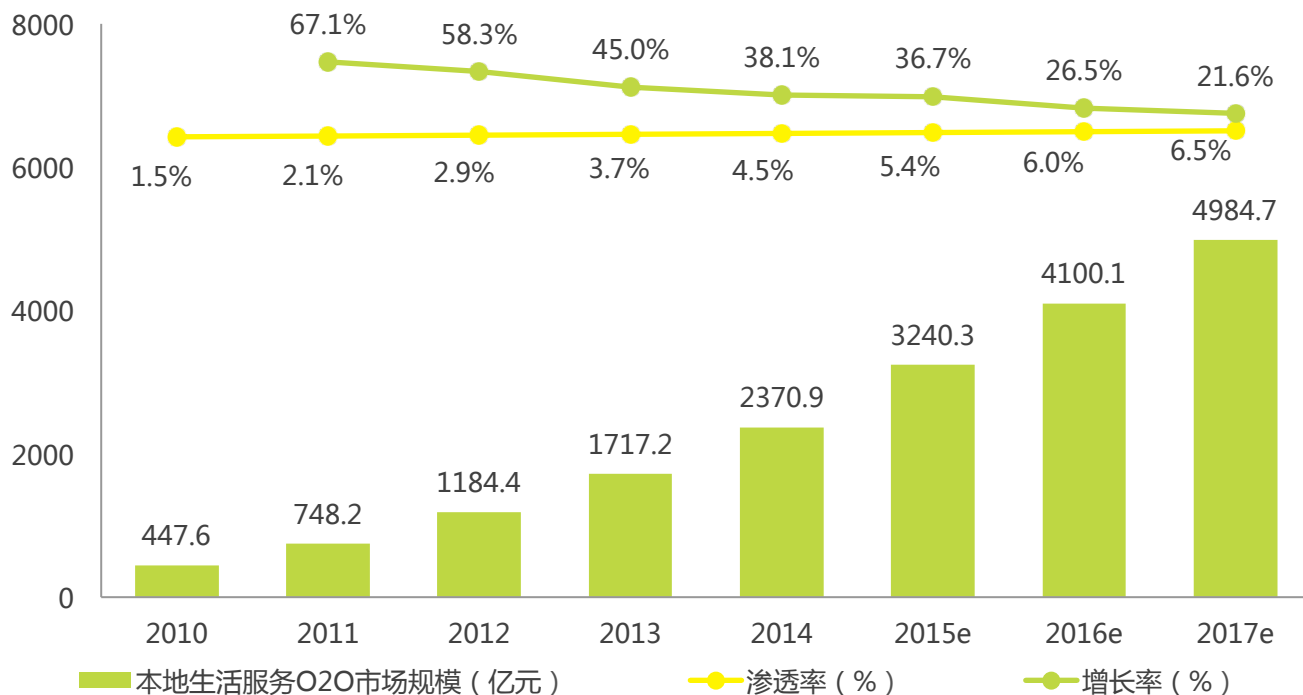
中国外卖O2O行业发展环境

O2O的发展潜力——2014年渗透率仅为4.5%

过去两年，中国涌现了大量本地生活服务O2O平台，促进本地生活服务O2O市场高速发展，2014年市场规模为2370.9亿元，预计到2017年市场规模将接近5000亿元，年复合增长率超过28%，线上渗透率超过6%。

艾瑞咨询认为，本地生活服务O2O市场的高速发展主要受各垂直行业的快速发展所推动，2013-2017年婚庆、餐饮、亲子及休闲娱乐O2O市场的年复合增长率均在28%以上。

2010-2017年中国本地生活服务O2O市场规模及渗透率



注释：1.本地生活服务O2O市场规模是餐饮、婚庆、休闲娱乐、亲子、美容美甲及酒店细分行业O2O市场规模之和；2.本地生活服务O2O渗透率=本地生活服务线上市场规模/本地生活服务整体市场规模*100%；3.不同细分行业线上渗透率综合行业专家、公开资料及艾瑞研究积累。

来源：根据公开资料整理及艾瑞统计模型核算。

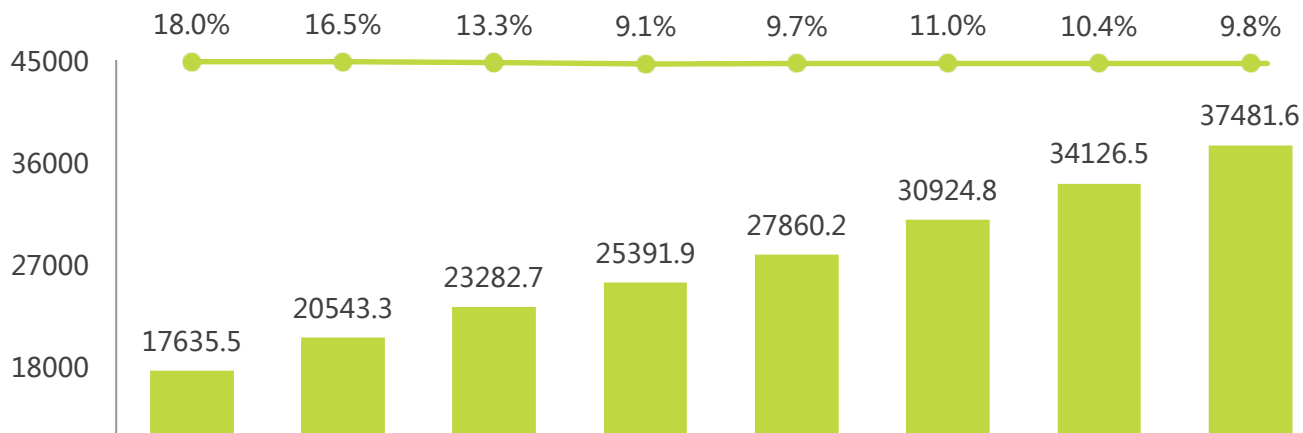
中国外卖O2O行业发展环境

O2O的热点领域——餐饮行业市场体量巨大

吃是人们生活的第一大要事，正所谓民以食为天，餐饮行业在第三产业中一直占有重要地位。国家统计局数据显示，2014年中国餐饮行业市场规模为2.79万亿元，同比增幅9.7%，相较13年增长率有所提升。

从整体体量以及同比增幅来看，2014年中国餐饮市场已经在一定程度上走出了2013年行业较为低迷的窘境，艾瑞咨询预计，未来三年（2015-2017年）餐饮行业将保持在10%上下的增长幅度。

2010-2017年中国餐饮行业市场规模



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_21774

