2019-2025年中国食品电商市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国食品电商市场运行态势及行业发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/445462.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 食品行业发展电商的必要性
第一节 食品行业发展背景
一、食品行业发展状况
二、食品行业发展特点
三、食品行业发展潜力
第二节 食品行业发展电商必要性
一、电商是不可阻挡的趋势
二、食品市场竞争形势变化
三、网购消费群体的兴起
第三节 食品企业发展电商的益处
一、食品电商打破时空限制
二、食品电商营销更为精准
三、食品电商的交易成本优势
四、食品电商的服务成本优势
五、食品电商密切用户关系优势
六、食品电商的效率优势分析
七、食品电商带来更多的机会
第四节 食品企业发展电商的优劣势
一、食品企业发展电商的优势
二、食品企业发展电商的劣势
三、食品企业发展电商的难点

第二章 食品行业电商发展环境分析
第一节 电子商务发展环境的成熟度
一、电子商务配套体系发展
二、电子商务应用状况分析

三、电子商务发展现状分析
四、电子商务发展前景预测
第二节 冷链物流行业配套能力分析
一、冷链物流发展现状分析
1）冷鲜产品损耗率分析
2）产品冷链流通率分析
3）与国外冷链物流的比较
二、冷库资源发展状况分析
三、第三方冷链物流发展分析
1）第三方冷链物流市场规模
2）第三方冷链物流发展特点
3）第三方冷链物流发展趋势
第三节 食品行业电商应用方向分析
一、食品电商目标市场特点
二、食品电子商务应用模式
三、食品电子商务应用方向
第四节 食品行业开展电商的可行性
一、开展电商的经济可行性
二、开展电商的技术可行性
三、开展电商的业务可行性

第三章 食品行业电商发展成熟度分析
第一节 食品行业电商渠道渗透率
一、食品行业电商规模分析
二、食品行业线下销售规模
三、食品行业电商渗透率分析
四、食品行业电商占比分析
第二节 食品行业电商的四个象限
一、附加值+低电商难度
二、附加值+高电商难度
三、附加值+低电商难度
四、附加值+高电商难度
第三节 食品行业电商竞争主体分析
一、综合型电商：靠平台争天下
二、垂直电商：卖的是生活方式

三、物流企业：搅局“意在沛公”
四、线下超市：依托体系优势
第四节 食品行业电商路径分化分析
一、老牌食品电商超市化
二、新晋电商猛攻生鲜领域
三、传统企业深挖渠道
四、农产品电商规模化不足
第五节 食品电商平台的竞争力比较
一、产品丰富度比较
二、产品价格对比
三、售比
四、下单体验对比
五、送货速度对比
六、配送态度及订单管理对比
七、食品保质期对比
八、食品包装对比
第六节 食品行业电商增长潜力预测
一、食品行业电商规模预测
二、食品行业电商渗透率预测
三、食品电商占电商比重预测

第四章 2018年食品电商消费者偏好深度调查
第一节 食品电商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
第二节 食品电商产品的品牌市场调查
一、消费者对品牌消费意识形态调研
二、消费者对食品电商产品偏好调查
三、消费者对食品电商的首要认知渠道
四、消费者经常购买的品牌调查
五、食品电商忠诚度调查
六、食品电商市场占有率调查
七、消费者的消费理念调研
第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度
二、品牌的影响
三、购买方便的影响
四、广告的影响程度
五、包装的影响程度

第五章 食品网购习惯及消费者前景调研
第一节 食品网购用户规模分析
第二节 食品网购商品类别分析
第三节 食品网购人群特征分析
一、食品网购人群性别特征
二、食品网购人群年龄特征
三、食品网购人群职业特征
四、食品网购人群家庭属性特征
五、食品网购人群收入特征
第四节 食品网购消费状况解析
一、食品网购品类消费类别
二、网购进口食品特征解析
三、网购奶制品特征解析
四、网购地方特产特征解析
五、网购生鲜食品特征解析
六、网购有机食品特征解析
七、网购健康食品特征解析
第五节 食品网购其它消费属性分析
一、食品网购支付方式特征
二、主要食品购物网站用户单一度
三、网购食品人群购买力分析
四、热销地区产品对比解析
五、消费者年龄递增与食品品类解析
第六节 食品网购满意度及网站选择因素
一、食品网购满意度调查
二、食品网购期望
三、食品购物网站选择因素
四、食品网购对线下购物影响
五、网民更加关注网购食品品质

六、生鲜产品网购受网民追捧
七、全球直采和产地直采将成食品电商新增长点
八、食品网购用户细分化加剧
九、网购单一度呈现逐年下降趋势

第六章 消费者使用食品电商数据调查信息反馈
第一节 消费者使用食品电商产品基本情况调查
一、消费者使用食品电商产品的比例分析
二、消费者使用的食品电商产品的品牌排名分析
三、消费者对其使用的食品电商产品的满意度分析
四、消费者对其使用的食品电商产品的不满意的地方分析
第二节 消费者将来准备或者继续使用食品电商产品的情况分析
一、没有或者曾经使用过食品电商产品的消费者准备重新使用比例分析
二、现在正在使用的或者准备使用食品电商产品的消费者继续使用比例分析
三、消费者认为可能成为购买食品电商产品契机的广告形式分析
四、消费者在购买食品电商产品时将会做为参考的信息来源分析
五、消费者在购买食品电商产品时所重视的要素分析
六、消费者想要购买的食品电商产品的品牌排名分析
七、消费者感兴趣的食品电商产品品牌排名分析
第三节 食品电商厂商的品牌推广情况研究
一、消费者眼里各大食品电商产品厂商的品牌形象情况
二、消费者认为最近强烈关注某食品电商产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第七章 食品行业垂直电商发展战略分析
第一节 食品垂直电商运营指标分析
一、垂直类电商运营成本
二、垂直类电商盈利能力
三、垂直类电商运营优势
四、垂直类电商运营劣势
五、垂直类电商发展机遇
六、垂直类电商面临的威胁
第二节 食品企业自建平台战略解析
一、中粮我买网
1）发展简介
2）定位与规划

3）产品布置特点
4）电子商务架构
5）物流配送体系
二、芳斋
1）发展简介
2）定位与规划
3）产品布置特点
4）电子商务架构
三、蒙牛网上商城
1）发展简介
2）定位与规划
3）产品布置特点
4）电子商务架构
第三节 跨界垂直电商平台战略解析
一、顺丰优选
1）发展简介
2）定位与规划
3）产品布置特点
4）电子商务架构
二、中通优选
1）发展简介
2）定位与规划
3）产品布置特点
4）电子商务架构
三、申通爱买网超失败案例解读
第四节 垂直类美食互动社区战略解析
一、cookpad
1）发展简介
2）定位与规划
3）盈利模式分析
4）营销推广模式
5）运营情况分析
6）经营优劣势分析
二、豆果网
1）发展简介

2）定位与规划
3）盈利模式分析
4）营销推广模式
5）运营情况分析
6）经营优劣势分析
第五节 其它专业自建平台战略解析
一、同源康商城
1）发展简介
2）定位与规划
3）电子商务架构
二、龙宝溯源商城
1）发展简介
2）定位与规划
3）电子商务架构
4）产品布置特点
三、沱沱工社
1）发展简介
2）定位与规划
3）电子商务架构

第八章 食品行业平台类b2c电商战略分析
第一节 平台类b2c电商运营指标
一、平台类 b2c电商运营指标
二、平台类b2c电商发展模式
三、平台类b2c电商交易规模
四、平台类b2c电商经营情况
五、平台类b2c电商核心优势
六、平台类b2c电商发展机遇
七、平台类b2c电商发展威胁
第二节 第三方直销平台发展分析
一、天猫商城
1）天猫商城总体战略布局
2）天猫商城食品企业数量
3）天猫商城食品经营业绩
4）天猫商城运营推广策略

二、1号商城
1）1号商城总体战略布局
2）1号商城食品企业数量
3）1号商城食品经营业绩
三、qq商城
1）qq商城总体战略布局
2）qq商城食品企业数量
3）qq商城食品经营业绩
4）qq商城运营推广策略
第三节 线上超市/百货型b2c平台发展分析
一、1号店
1）1号店总体战略布局
2）1号店食品品类特点
3）1号店食品运营策略
4）1号店食品供应管理
二、京东商城
1）京东商城总体战略布局
2）京东商城食品品类特点
3）京东商城食品运营策略
三、亚马逊中国
1）亚马逊中国总体战略布局
2）亚马逊中国食品品类特点
3）亚马逊中国食品运营策略
4）亚马逊中国食品供应管理

第九章 食品行业b2b电商发展战略分析
第一节 食品b2b电商商业模式分析
一、食品2b电商发展模式
二、食品 2b电商盈利模式
第二节 食品2b电商运营情况分析
一、食品2b电商市场规模
二、食品2b电商盈利水平
三、食品2b电商市场格局
四、食品2b电商发展瓶颈
五、食品2b电商发展趋势

第三节 食品2b电商运营策略分析
一、食品2b电商成功因素
二、swot分析
三、食品2b电商转型方向
1） 2b平台与供应链金融结合
2）2b平台大数据的应用
四、食品2b电商优化策略
第四节 食品b2b电商平台运作分析
一、食品商务网
1）发展简介
2）定位与服务内容
3）电子商务架构
4）盈利模式分析
5）营销推广模式
6）经营业绩分析
7）经营优劣势分析
二、上河网
1）发展简介
2）定位与服务内容
3）电子商务架构
4）盈利模式分析
5）营销推广模式
6）经营业绩分析
7）经营优劣势分析
三、中华名优土特产网
1）发展简介
2）定位与服务内容
3）电子商务架构
4）盈利模式分析
5）营销推广模式
6）经营业绩分析
7）经营优劣势分析
四、中国糖果网
1）发展简介
2）定位与服务内容

3）电子商务架构
4）盈利模式分析
5）营销推广模式
6）经营业绩分析
7）经营优劣势分析

第十章 食品企业电商发展路径及构建策略
第一节 食品企业导入电商的核心问题
第二节 食品企业发展电商的路径选择
一、自建电商平台
1）自有平台建设方式分析
2）自建平台运营成本分析
3）企业自建平台优劣势分析
4）自建平台需注意的问题
二、借助第三方平台
1）第三方电商平台特点与作用
2）与第三方平台合作方式分析
3）借助第三方平台优劣势分析
4）第三方平台的选择依据分析
九、线上超市/百货型平台合作
1）线上超市/百货型平台特点分析
2）与线上超市/百货型平台合作方式
3）线上超市/百货型平台合作优劣势分析
4）线上超市/百货型平台的选择依据
第三节 食品企业电商物流配送模式的选择
一、自营物流配送模式
1）企业自营物流模式优缺点
2）企业自营物流的绩效分析
3）企业自营物流存在的问题
4）企业自营物流的发展优化
二、第三方物流配送模式
1）企业发展第三方物流模式优缺点
2）企业发展第三方物流的绩效分析
3）企业发展第三方物流存在的问题
4）企业第三方物流的发展优化分析

三、联盟物流配送模式
1）企业发展联盟物流模式优缺点
2）企业发展联盟物流的绩效分析
3）企业发展联盟物流存在的问题
4）企业联盟物流的发展优化分析
第四节 “o-s-o”物流模式
一、企业发展“o-s-o”物流模式优缺点
二、企业发展“o-s-o”物流的绩效分析
三、企业发展“o-s-o”物流存在的问题
四、企业“o-s-o”物流的发展优化分析
五、物流一体化模式
1）物流一体化模式优缺点
2）物流一体化模式的绩效分析
3）物流一体化模式存在的问题
4）物流一体化模式的发展优化
六、第四方物流模式
1）第四方物流模式优缺点
2）第四方物流模式的绩效分析
3）第四方物流模式存在的问题
4）第四方物流模式的发展优化
第四节 食品电商供应链管理优化策略分析
一、供应链管理的重要性分析
二、基于电商的食品供应链特点
三、食品电商供应链管理难点
四、食品电商供应链管理案例
五、食品电商供应链管理优化
第五节 食品电商运营中的营销策略构建
一、食品电商流量获取途径
二、食品电商商品营销策略
三、食品电商会员营销策略
四、食品电商营销渠道运用
1）搜索引擎营销
2）话题、事件炒作
3）新闻稿、软文撰写
4）媒体整合营销

5）网络口碑管理
6）微博、微信等社交媒体营销
五、食品电商内容建设策略
第六节 食品电商o2o发展战略分析
一、布局o 2o的战略意义
二、食品企业业o2o转型机遇
三、永辉超市o2o战略点评
四、京东o2o闭环战略
1）信息系统的深度打通
2）物流特色的极致发挥
五、食品企业o2o战略步骤

第十一章 食品行业电商风险控制与投资建议
第一节 食品行业不同类电商发展前景（AK LT）
一、品牌电商发展前景预测
二、b2c平台电商发展前景预测
三、上超市/百货型平台发展前景预测
四、电商发展前景预测
第二节 食品电商行业发展趋势
一、食品电商行业监管趋势
二、食品电商行业竞争趋势
三、食品电商行业分化趋势
四、食品电商行业整合趋势
五、食品电商模式创新趋势
第三节 食品行业电商投资风险控制
一、行业政策风险及控制
二、行业物流风险及控制
三、行业信用风险及控制
四、行业支付风险及控制
五、行业竞争风险及控制
六、行业资金风险及控制
七、行业盈利风险及控制

图表目录：

图表 1：2014-2018年食品行业产销情况分析

图表 2：电子商务行业主要政策解析
图表 3：2014-2018年电子商务行业市场规模
图表 4：中国与发达国家农产品腐率比较（单位：%）
图表 5：中国与发达国家冷链流通率比较（单位：%）
图表 6：国内外冷链发展情况对比（单位：%，万立方米，万辆）
图表 7：主要国家冷链状况比较（单位：%）
图表 8：冷库种类及用途对比（单位：oc）
图表 9：2014-2018年食品行业电商交易规模
图表 10：2014-2018年食品行业零售额
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/445462.html