

2021-2026年中国互联网+绿色食品市场调查研究 及行业投资潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国互联网+绿色食品市场调查研究及行业投资潜力预测报告》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/channel/foods/698563.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

绿色食品，是指产自优良生态环境、按照绿色食品标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质食用农产品及相关产品。

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：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下绿色食品行业的机会与挑战

第一节 中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

(二) 商务交易发展情况

(三) 交流沟通现状分析

(四) 网络娱乐应用分析

三、移动互联网发展状况

(一) 移动互联网市场规模

(二) 移动互联网流量情况

(三) 移动互联网产业结构

(四) 移动互联网主要特点

第二节 互联网环境下绿色食品行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网助力企业开拓市场

三、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网绿色食品行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

第四节 绿色食品与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 绿色食品行业发展现状及发展前景分析

第一节 绿色食品行业发展现状分析

一、绿色食品产业发展情况及标准分析

(一) 绿色食品产业基本情况

(二) 绿色食品分级标准分析

二、绿色食品行业运行情况分析

(一) 我国绿色食品发展总体概况

(二) 我国绿色食品产品结构分析

(三) 原料标准化生产基地产品结构

(四) 我国绿色食品生产资料概况

三、绿色食品行业企业数量分析

四、绿色食品行业市场规模分析

第二节 绿色食品行业市场前景分析

一、绿色食品行业发展机遇分析

- (一) 政策支持更加强化
- (二) 消费拉动更加强势
- (三) 科技支撑更加有力
- 二、绿色食品行业市场规模预测
- 三、绿色食品行业发展重点分析
- 第四章 绿色食品行业市场规模与电商未来空间预测
- 第一节 绿色食品电商市场规模分析
- 一、绿色食品电商总体开展情况
- 二、绿色食品电商交易规模分析
- 第二节 绿色食品电商行业盈利能力分析
- 一、绿色食品电子商务发展有利因素
- 二、绿色食品电子商务发展制约因素
- 三、绿色食品电商行业经营成本分析
- 四、绿色食品电商行业盈利模式分析
- 五、绿色食品电商提高有效消费的措施
- (一) 加强对绿色食品相关知识的宣传
- (二) 增加绿色食品的市场有效供给
- 第三节 电商行业未来前景及趋势预测
- 一、绿色食品电商市场规模预测
- 二、绿色食品电商发展趋势分析
- 第五章 绿色食品企业互联网战略体系构建及平台选择
- 第一节 绿色食品企业转型电商平台构建分析
- 一、绿色食品电子商务关键环节分析
- (一) 产品采购与销售
- (二) 电商网站建设
- (三) 品牌建设及营销
- (四) 网站服务意识
- (五) 网站增值服务
- 二、绿色食品企业电子商务网站构建
- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划
- 第二节 绿色食品企业转型电商发展模式
- 一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 绿色食品企业转型电商平台选择分析

一、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

二、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

三、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

四、绿色食品企业电商平台选择策略

(一) 行业资历能增强竞争实力

(二) 自营模式有利于食品安全

(三) 专业管理能决定食品品质

第六章 绿色食品行业电子商务运营模式分析

第一节 绿色食品电子商务B2B模式分析

一、绿色食品电子商务B2B市场概况

二、绿色食品电子商务B2B运营模式

三、绿色食品电子商务B2B盈利模式

四、绿色食品电子商务B2B的供应链

第二节 绿色食品电子商务B2C模式分析

一、绿色食品电子商务B2C市场概况

二、绿色食品电子商务B2C运营模式

三、绿色食品电子商务B2C盈利模式

四、绿色食品电子商务B2C物流模式

第三节 绿色食品电子商务C2C模式分析

一、绿色食品电子商务C2C市场概况

二、绿色食品电子商务C2C盈利模式

三、绿色食品电子商务C2C信用体系

四、绿色食品电子商务C2C物流特征

第四节 绿色食品电子商务O2O模式分析

一、绿色食品电子商务O2O市场概况

二、绿色食品电子商务O2O优势分析

三、绿色食品电子商务O2O营销模式

四、绿色食品电子商务O2O潜在风险

第七章 绿色食品主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 中粮我买网

一、网站发展基本概述

二、网站零售商品分析

三、网站渠道规划分析

四、网站赢利模式分析

五、网站物流配送体系

第二节 顺丰优选

一、网站发展基本概述

二、网站市场定位分析

三、网站相关处罚条例

四、网站物流配送体系

五、网站运营风险分析

第三节 本来生活网

一、网站发展基本概述

二、网站零售商品分析

三、绿色食品网销优势

四、网站物流配送体系

五、网站配送收费标准

第四节 中绿生活网

一、网站发展基本概述

二、网站绿色食品基地

三、网站食品线下门店

四、网站发展优势分析

第五节 龙宝溯源商城

一、网站发展基本概述

二、网站合作商家分析

三、入驻合作模式分析

四、食品网销优势分析

五、网销物流配送体系

第八章 绿色食品企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 绿色食品企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 绿色食品企业转型电商物流投资分析

一、绿色食品企业电商自建物流分析

- (一) 电商自建物流的优势分析
- (二) 电商自建物流的负面影响

二、绿色食品企业电商外包物流分析

- (一) 快递业务量完成情况
- (二) 快递业务的收入情况
- (三) 快递业竞争格局分析

第三节 绿色食品企业电商市场策略分析

- (一) 自营型电商平台市场分析
- (二) 垂直型电商平台市场分析
- (三) 运用农产品冷链物流体系
- (四) 提升绿色食品的信任度

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/698563.html>