

2022-2028年中国食品行业 电子商务市场深度评估与投资策略报告

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

《2022-2028年中国食品行业电子商务市场深度评估与投资策略报告》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/202110/241578.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

电子商务是未来贸易的发展方向，因为它相对于传统商务模式具有各种优势，比如降低交易成本、减少库存、缩短生产周期、提供更高效的客户服务以及增加全球商业机会等。在当今顾客需求瞬息万变，技术创新不断加速、产品周期不断缩短、市场竞争日趋激烈的市场环境下，传统企业必须改革传统业务处理流程，去除冗余和无效的环节，并调整企业组织结构，实现扁平化管理，提高管理效率以及对客户的快速反应能力。

2017年中国网购用户将达5.4亿人，较2016年的5亿人有所增长。截至2019年12月，我国网络购物用户规模达6.10亿，较2017年底增长14.4%，占网民整体比例达73.6%。2012-2018年中国网络购物用户规模及占整体网民比例走势 中企顾问网发布的《2022-2028年中国食品行业电子商务市场深度评估与投资策略报告》共九章。首先介绍了中国食品行业电子商务行业市场发展环境、农产品物流整体运行态势等，接着分析了中国农产品物流行业市场运行的现状，然后介绍了农产品物流市场竞争格局。随后，报告对农产品物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国农产品物流行业发展趋势与投资预测。您若想对农产品物流产业有个系统的了解或者想投资中国农产品物流行业，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：

第一章中国食品行业电子商务市场发展综述

第一节电子商务行业概况

一、电子商务行业定义

二、电子商务行业结构分析

三、电子商务发展历程分析

第二节电子商务优势分析

一、成本优势

二、市场反应灵敏

三、消费便捷时尚

四、低门槛或者零门槛进入

第三节食品行业电子商务概况

- 一、食品行业进入电子商务必要性分析
- 二、食品行业电子商务现状分析
- 三、食品行业电子商务特征分析

第二章2015-2019年中国食品行业电子商务市场PEST分析

第一节电子商务业相关政策与规划

- 一、《电子商务模式规范》
- 二、《关于促进电子商务规范发展的意见》
- 三、《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》
- 四、《关于加快流通领域电子商务发展的意见》
- 五、《关于网上交易的指导意见（暂行）》
- 六、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- 七、《关于加强银行卡安全管理预防和打击银行卡犯罪的通知》
- 八、《非金融机构支付服务管理办法》
- 九、中国电子商务行业“十二五”规划
- 十、上海市电子商务行业规划
- 十一、杭州市电子商务行业规划
- 十二、广州市电子商务行业规划
- 十三、北京市电子商务行业规划
- 十四、深圳市电子商务行业规划
- 十五、厦门市电子商务行业规划

第二节食品业相关政策与规划

- 一、《中华人民共和国食品安全法》
- 二、《食品添加剂使用标准》三、卫生部质检总局关于规范食品添加剂标准管理的公告
- 四、《轻工业调整和振兴规划》
- 五、中国食品行业“十二五”规划

第三节经济环境（E）

- 一、国际经济环境
- 二、国内经济环境

第四节社会环境（S）

- 一、居民消费结构
- 二、居民消费观念

三、居民食品消费现状

四、居民食品购买渠道

第五节技术环境（T）

一、电子商务技术

二、食品物流技术

三、食品制造行业技术水平

第三章2015-2019年中国食品行业电子商务产业主体发展分析

第一节食品工业经济地位分析

第二节食品工业主要经济指标情况

一、产销规模

二、盈利规模

三、企业数量

四、成本费用结构

第三节食品工业运营绩效分析

一、成长能力

二、盈利能力

三、偿债能力

四、运营能力

第二节全球电子商务所属行业发展分析

一、全球电子商务所属行业发展概况

二、全球电子商务所属行业市场规模分析

三、全球电子商务行业市场竞争格局分析

1、美国电子商务行业发展状况分析

2、欧洲电子商务行业发展状况分析

3、亚洲电子商务行业发展状况分析

四、国际电子商务行业成功经验借鉴

第三节中国电子商务所属行业发展分析

一、中国电子商务所属行业发展规模

1、中国电子商务行业发展概况

2、中国电子商务网站规模

3、中国电子商务行业市场规模

二、中国电子商务所属行业市场竞争格局分析

三、中国电子商务行业发展主要特点

四、中国电子商务行业信息安全及诚信体系

1、中国电子商务行业信息安全发展状况

2、中国电子商务行业诚信体系

第四章2015-2019年中国食品物流业所属行业现状分析

第一节中国物流行业发展分析

一、物流行业的产业阶段分析

二、物流行业的盈利能力分析

三、物流行业的竞争状况分析

四、物流行业的运行指标分析

1、物流总额增幅及构成情况

2、物流总费用增幅及构成情况

3、物流业增加值增幅及贡献情况

4、物流固定资产投资及增长情况

5、全国重点企业物流统计调查情况

第二节中国冷链物流所属行业发展分析

一、中国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、冷链物流设施设备分析

4、与国外冷链物流的比较

二、中国冷库资源发展状况分析

1、中国冷库保有量分析

2、冷库建筑结构与特点

3、冷库的发展趋势分析

三、中国冷链物流外包情况分析

1、第三方冷链物流企业数量

2、第三方冷链物流发展特点

3、冷链物流外包必要性分析

4、第三方冷链物流发展建议

第三节中国食品物流业所属行业发展分析

一、中国食品物流业发展概况

1、食品物流必要性分析

2、食品物流特征分析

二、中国食品物流业发展现状

1、中国食品物流规模

2、中国食品物流成本剖析

3、中国食品行业物流现存问题

4、中国食品行业物流改进对策

三、中国食品物流业供应链分析

1、中国食品物流业供应链发展现状

2、中国食品物流业供应链改进策略

第五章2015-2019年食品行业电子商务市场发展与竞争分析

第一节中国食品行业电子商务应用现状分析

一、行业电子商务应用方式分析

1、企业网上宣传

2、网上市场调研

3、网络分销联系

4、网上直接销售

5、网上营销集成

二、行业电子商务规模分析

三、行业进出口电子商务市场分析

第二节中国食品行业电子商务价值链构成分析

一、商品供应

二、销售、发货后勤

三、信息服务

第三节中国食品行业电子商务成本构成分析

一、技术成本

二、客户成本

三、物流成本

四、交易成本

第六章2015-2019年中国食品行业电子商务细分市场分析

第一节行业垂直型电子商务市场分析

一、市场概况

二、目标客户

三、采购特征

四、物流特征

第二节行业综合型电子商务市场分析

一、市场概况

二、目标客户

三、采购特征

四、物流特征

第七章2015-2019年中国食品行业电子商务模式分析

第一节中国食品行业电子商务模式概况

一、B2B模式

二、B2C模式

三、C2C模式

第二节中国食品行业B2B电子商务模式分析

一、市场概况

二、盈利模式

三、目标客户

四、采购特征

五、物流特征

六、成本分析

第三节中国食品行业B2C电子商务模式分析

一、市场概况

二、盈利模式

三、目标客户

四、采购特征

五、物流特征

六、成本分析

第四节中国食品行业C2C电子商务模式分析

一、市场概况

二、盈利模式

三、目标客户

四、采购特征

五、物流特征

六、成本分析

第八章2015-2019年中国食品行业电子商务营销分析

第一节中国食品行业营销分析

一、食品品牌营销分析

(1) 食品行业品牌现状分析

(2) 食品行业主要品牌营销策略

(3) 地方特色食品品牌策略

(4) 食品品牌发展战略

二、食品包装营销分析

(1) 食品包装设计特点分析

(2) 食品礼品包装分析

三、食品广告营销分析

(1) 食品广告投放现状分析

(2) 食品营销广告媒体种类分析

四、食品行业节日营销分析

五、食品行业渠道营销分析

(1) 食品销售渠道概述

1) 传统渠道模式

2) 网络销售渠道模式

(2) 食品销售渠道模式变迁

(3) 传统渠道电子商务渠道关联分析

第二节中国食品行业电子商务营销方式分析

一、搜索引擎营销

(1) 搜索引擎营销结构分析

(2) 搜索引擎营销现状分析

- (3) 搜索引擎营销成本收益分析
- (4) 食品行业搜索引擎营销案例分析

二、论坛营销

- (1) 论坛营销结构分析
- (2) 论坛营销现状分析
- (3) 论坛营销成本收益分析
- (4) 食品行业论坛营销案例分析

三、博客营销

- (1) 博客营销结构分析
- (2) 博客营销现状分析
- (3) 博客营销成本收益分析
- (4) 食品行业博客营销案例分析

四、微博营销

- (1) 微博营销结构分析
- (2) 微博营销现状分析
- (3) 微博营销成本收益分析
- (4) 食品行业微博营销案例分析

五、视频营销

- (1) 视频营销结构分析
- (2) 视频营销现状分析
- (3) 视频营销成本收益分析
- (4) 食品行业视频营销案例分析

六、问答营销

- (1) 问答营销结构分析
- (2) 问答营销现状分析
- (3) 问答营销成本收益分析
- (4) 食品行业问答营销案例分析

七、权威百科营销

- (1) 权威百科营销结构分析
- (2) 权威百科营销现状分析
- (3) 权威百科营销成本收益分析
- (4) 食品行业权威百科营销案例分析

八、企业新闻营销

- (1) 企业新闻营销结构分析
- (2) 企业新闻营销现状分析
- (3) 企业新闻营销成本收益分析
- (4) 食品行业企业新闻营销案例分析

第九章中国食品行业领先电子商务网站运营分析

第一节中粮我买网

- 一、网站简介
- 二、网站主营业务分析
- 三、网站首页布局分析
- 四、网站营销策略
- 五、网站盈利模式

第二节食品商务网

- 一、网站简介
- 二、网站主营业务分析
- 三、网站首页布局分析
- 四、网站营销策略
- 五、网站盈利模式

第三节红图食品网

第四节京东商城

- 一、网站简介
- 二、网站主营业务分析
- 三、网站首页布局分析
- 四、网站营销策略
- 五、网站盈利模式
- 七、网站最新发展动向分析

图表目录：

图表：2022-2028年美国经济数据及预测（单位：%）

图表：2022-2028年欧洲经济数据及预测（单位：%）

图表：2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2019年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2015-2019年我国财政收入支出走势图单位：亿元

图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2015-2019年我国货物进出口总额走势图

图表：2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：XML解析器应用框架

图表：2015-2019年中国食品工业工业总产值占GDP的比重及其变化情况（单位：亿元，%）

图表：2015-2019年中国食品工业产销规模分析（单位：亿元，%）

图表：2015-2019年中国食品工业盈利规模（单位：亿元，%）

图表：2015-2019年中国食品工业盈利规模（单位：亿元，%）

图表：2015-2019年中国食品工业成本费用结构（单位：%）

图表：2015-2019年中国食品工业发展能力分析（单位：%）

图表：2015-2019年中国食品工业盈利能力分析（单位：次）

图表：2015-2019年中国食品工业偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表：2015-2019年中国食品工业运营能力分析（单位：次）

图表：2022-2028年中国电子商务交易规模及其预测（单位：万亿元，%）

图表：物流行业的产业阶段

图表：物流行业竞争格局

图表：外资物流企业进入中国市场途径

图表：外资并购国内物流企业案例

图表：2015-2019年中国物流行业三大指标运行状况（单位：亿元）

图表：2015-2019年中国社会物流总额及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2019年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%）

图表：2015-2019年中国社会物流总费用（单位：亿元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/241578.html>