

# 2020-2026年中国食品电商 市场深度评估与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国食品电商市场深度评估与投资战略研究报告》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/202001/150355.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

报告目录：

### 第一章 中国食品电商行业发展环境

#### 1.1 政策（Political）环境

##### 1.1.1 促进信息消费拓展电子商务发展空间

##### 1.1.2 商务部多措并举推进农产品电商发展

##### 1.1.3 实施支持跨境电子商务零售出口有关政策

##### 1.1.4 食品安全法修订案规范电商渠道

#### 1.2 经济（Economic）环境

##### 1.2.1 国际宏观经济环境分析

##### 1.2.2 国内宏观经济环境分析

##### 1.2.3 社会消费品零售总额

##### 1.2.4 全国固定资产投资

##### 1.2.5 规模以上工业增加值

#### 1.3 社会（Social）环境

##### 1.3.1 城乡居民收入分析

##### 1.3.2 中国居民恩格尔系数

##### 1.3.3 年居民消费价格变动

##### 1.3.4 第三方移动支付市场分析

##### 1.3.5 第三方支付需解决安全问题

#### 1.4 技术（Technological）环境

##### 1.4.1 电子商务技术

##### 1.4.2 食品加工技术

##### 1.4.3 食品冷链物流技术与设备

### 第二章 2015-2019年国际食品电商发展分析

#### 2.1 全球电子商务发展分析

##### 2.1.1 全球电子商务市场规模

##### 2.1.2 全球B2C电商市场情况

##### 2.1.3 中美日三国电商市场对比分析

##### 2.1.4 全球电子商务发展趋势分析

- 2.1.5 发达国家农产品电商市场概述
- 2.2 世界部分国家食品电商市场现状分析
  - 2.2.1 美国食品零售电商运营模式分析
  - 2.2.2 德国加强网购食品安全监管
  - 2.2.3 英国水产品电商渠道发展潜力
  - 2.2.4 俄罗斯有机食品网购发展态势
- 2.3 国外食品电商案例分析
  - 2.3.1 短暂的生命Webvan
  - 2.3.2 Farmigo创新模式分析
  - 2.3.3 生鲜电商Local Harvest
  - 2.3.4 Ocado运营模式解析
  - 2.3.5 Argos的混合模式
  - 2.3.6 其他生鲜电商成功案例

### 第三章 2015-2019年中国食品电商行业发展分析

- 3.1 2015-2019年食品电商行业现状分析
  - 3.1.1 食品电商模式简述
  - 3.1.2 食品网购市场分析
  - 3.1.3 食品电商消费人群分析
  - 3.1.4 食品电商市场特征
  - 3.1.5 农产品电商现阶段发展特征
- 3.2 2015-2019年中国食品电商市场竞争格局
  - 3.2.1 食品电商市场竞争主体
  - 3.2.2 食品电商核心竞争力分析
  - 3.2.3 各方优质资源竞争食品电商
  - 3.2.4 垂直食品电商驱动市场发展
- 3.3 食品电商对传统市场的影响
  - 3.3.1 电子商务改变利益格局
  - 3.3.2 食品电商冲击传统商超
  - 3.3.3 精品超市有效对抗电商
  - 3.3.4 传统渠道应重视消费体验
  - 3.3.5 传统渠道应对电商挑战的方法

- 3.4 食品电子商务价值链分析
  - 3.4.1 电子商务价值链模型分析
  - 3.4.2 电子商务的价值链创造
  - 3.4.3 电子商务促进零售业价值链发展
  - 3.4.4 农产品电商价值链存在的问题
- 3.5 食品电商行业存在的问题及对策
  - 3.5.1 食品电商产品质量难保证
  - 3.5.2 食品电商监管困难
  - 3.5.3 农产品电商发展困境
  - 3.5.4 加强食品电商监管对策
  - 3.5.5 农产品电商困境解决之道

#### 第四章 2015-2019年中国食品电商热点市场分析

- 4.1 进口食品
  - 4.1.1 进口食品电商成“蓝海”
  - 4.1.2 国内进口食品市场持续扩张
  - 4.1.3 食品电商抢占进口食品货源
  - 4.1.4 进口食品网购安全问题
- 4.2 绿色食品
  - 4.2.1 有机食品发展电商的意义
  - 4.2.2 有机食品电商模式分析
  - 4.2.3 有机食品青睐电商模式
  - 4.2.4 O2O成有机食品电商新选择
  - 4.2.5 黑龙江绿色食品电商化分析
  - 4.2.6 绿色食品电商存在的问题
- 4.3 休闲食品
  - 4.3.1 休闲食品电商市场分析
  - 4.3.2 休闲食品电商的重要意义
  - 4.3.3 休闲食品电商模式创新
  - 4.3.4 休闲食品电商拓展方向
- 4.4 保健品
  - 4.4.1 保健品行销模式变革

- 4.4.2 保健品电商运营模式
- 4.4.3 保健品电商营销模式对比
- 4.4.4 保健品电商发展要素
- 4.4.5 保健品行业电子商务趋势
- 4.5 特色食品电商
  - 4.5.1 特色食品的差异化竞争优势
  - 4.5.2 特色食品重点电商平台分析
  - 4.5.3 特色食品电商选择原则
  - 4.5.4 发展特色食品电商的意义
  - 4.5.5 特色食品电商存在的问题
  - 4.5.6 特色食品电商发展建议

## 第五章 2015-2019年生鲜电商市场分析

- 5.1 生鲜电商行业综述
  - 5.1.1 生鲜电商发展历程
  - 5.1.2 生鲜电商产品分类
  - 5.1.3 生鲜电商行业特点分析
  - 5.1.4 发展生鲜电商的意义
  - 5.1.5 生鲜电商市场驱动因素分析
- 5.2 2015-2019年生鲜电商市场分析
  - 5.2.1 2016年生鲜电商市场运行状况
  - 5.2.2 2019年生鲜电商市场规模分析
  - 5.2.3 2019年生鲜电商市场发展状况
- 5.3 生鲜电商商业模式解读
  - 5.3.1 国外生鲜电商模式介绍
  - 5.3.2 生鲜电商主要发展模式
  - 5.3.3 典型生鲜电商运营模式分析
  - 5.3.4 平台模式与垂直模式对比
  - 5.3.5 O2O模式分析
- 5.4 生鲜电商面临的问题及措施
  - 5.4.1 生鲜电商的困境
  - 5.4.2 发展生鲜电商存在的困难

- 5.4.3 冷链物流阻碍生鲜电商发展
- 5.4.4 拓展生鲜电商市场的对策建议
- 5.4.5 生鲜电商行业发展措施
- 5.5 生鲜电商发展趋势分析
  - 5.5.1 生鲜电商未来发展方式
  - 5.5.2 生鲜电商未来规模预测
  - 5.5.3 中国生鲜电商行业发展研判

## 第六章 食品电商商业模式解读

- 6.1 食品电商商业模式简述
  - 6.1.1 食品电商商业模式分类
  - 6.1.2 食品电商主流经营业态
  - 6.1.3 食品电商供应链管理模式
- 6.2 综合电商平台
  - 6.2.1 新规规定食品电商平台义务
  - 6.2.2 重点综合电商平台分析
  - 6.2.3 核心竞争力
- 6.3 垂直化电商
  - 6.3.1 三种垂直化电商模式解析
  - 6.3.2 食品垂直电商竞争加剧
  - 6.3.3 未来发展重点
- 6.4 食品宅配
  - 6.4.1 食品宅配当前市场特点
  - 6.4.2 配送方式分析
  - 6.4.3 食品宅配面临的障碍
  - 6.4.4 亟需解决的问题
  - 6.4.5 未来发展方向
- 6.5 传统商超电商化
  - 6.5.1 传统超市电商化必要性分析
  - 6.5.2 传统超市开设电商渠道
  - 6.5.3 传统超市的电商化路径
  - 6.5.4 沃尔玛电商发展分析

## 6.6 生产商入驻电商平台模式

### 6.6.1 雨润开拓自主电商品牌

### 6.6.2 五芳斋电商渠道分析

### 6.6.3 良品铺子O2O运营模式

### 6.6.4 加一覆盖全渠道O2O

## 第七章 重点食品电商平台运营模式解析

### 7.1 一号店

#### 7.1.1 公司业绩简析

#### 7.1.2 竞争优势分析

#### 7.1.3 入驻上海自贸区

#### 7.1.4 一号店联手沃尔玛

#### 7.1.5 一号店大数据战略

#### 7.1.6 2016年发展战略

### 7.2 顺丰优选

#### 7.2.1 发展布局

#### 7.2.2 地域扩张

#### 7.2.3 运营模式

#### 7.2.4 借势顺丰速递

#### 7.2.5 冷链与电商反哺顺丰

### 7.3 中粮我买网

#### 7.3.1 全国布局历程

#### 7.3.2 “海外直采”战略

#### 7.3.3 信息化实施策略

#### 7.3.4 移动化建设

#### 7.3.5 采购及配送管理

#### 7.3.6 后台变革

### 7.4 沱沱工社

#### 7.4.1 全产业链模式

#### 7.4.2 农业精细化管理模式

#### 7.4.3 物联网打造有机农场

#### 7.4.4 全程冷链配送



## 7.5 本来生活

### 7.5.1 买手制分析

### 7.5.2 推广模式

### 7.5.3 打造线下体验馆

### 7.5.4 联手餐饮企业

## 7.6 莆田网

### 7.6.1 发展历程

### 7.6.2 供货管理

### 7.6.3 存储配送管理

## 第八章 食品电商营销模式分析

### 8.1 会员营销

#### 8.1.1 会员营销概述

#### 8.1.2 会员营销体系

#### 8.1.3 会员营销操作方法

#### 8.1.4 会员营销步骤

### 8.2 搜索引擎营销

#### 8.2.1 搜索引擎营销服务方式

#### 8.2.2 搜索引擎营销的内容

#### 8.2.3 搜索引擎营销的特点

#### 8.2.4 搜索引擎营销的重要性

#### 8.2.5 搜索引擎营销的现状

### 8.3 社会化媒体营销

#### 8.3.1 社会化媒体营销的特点

#### 8.3.2 社交媒体营销的优势

#### 8.3.3 社交媒体的作用

#### 8.3.4 社会化媒体营销的误区

#### 8.3.5 使用社交媒体的策略

### 8.4 新闻事件营销

#### 8.4.1 事件营销的基本原则

#### 8.4.2 事件营销特性

#### 8.4.3 如何做好事件营销

#### 8.4.4 事件营销的要求

### 8.5 软文营销

#### 8.5.1 软文营销的基本要素

#### 8.5.2 软文营销的作用

#### 8.5.3 软文营销的技巧

#### 8.5.4 软文营销推广方法

## 第九章 食品电商相关行业之食品工业分析

### 9.1 2015-2019年中国食品行业发展现状

#### 9.1.1 食品行业产销规模

#### 9.1.2 食品行业运行状况

#### 9.1.3 食品行业发展特点

#### 9.1.4 食品行业盈利模式分析

#### 9.1.5 战略合作模式解析

### 9.2 2015-2019年中国食品市场发展态势

#### 9.2.1 食品市场特点

#### 9.2.2 食品进出口统计

#### 9.2.3 食品行业价格走势

#### 9.2.4 食品价格行情

### 9.3 食品行业细分市场分析

#### 9.3.1 肉制品

#### 9.3.2 乳制品

#### 9.3.3 食用油

#### 9.3.4 调味品

#### 9.3.5 方便食品

#### 9.3.6 休闲食品

#### 9.3.7 绿色食品

### 9.4 中国食品行业发展面临的问题及对策

#### 9.4.1 传统食品工业面临的挑战

#### 9.4.2 食品质量安全问题严峻

#### 9.4.3 发展食品工业措施建议

#### 9.4.4 解决食品安全问题的对策

## 9.5 中国食品行业前景预测及发展趋势

### 9.5.1 2020-2026年中国食品制造业预测分析

### 9.5.2 中国食品行业未来消费趋势

### 9.5.3 中国食品工业发展趋势分析

## 第十章 食品电商相关行业之电子商务业分析

### 10.1 2015-2019年中国电子商务市场分析

#### 10.1.1 电子商务市场现状

#### 10.1.2 电子商务市场规模

#### 10.1.3 电子商务市场特征

### 10.2 2015-2019年中国电子商务行业重点区域分析

#### 10.2.1 区域发展概况

#### 10.2.2 广东省

#### 10.2.3 江苏省

#### 10.2.4 浙江省

#### 10.2.5 上海市

#### 10.2.6 北京市

#### 10.2.7 山东省

### 10.3 2015-2019年中国电子商务市场竞争格局

#### 10.3.1 国内电商市场份额

#### 10.3.2 中国电商市场格局

#### 10.3.3 电商平台积极布局低线市场

#### 10.3.4 O2O改变现有电商格局

### 10.4 电子商务商业模式分析

#### 10.4.1 B2B

#### 10.4.2 B2C

#### 10.4.3 C2C

#### 10.4.4 O2O

#### 10.4.5 综合电商与垂直电商对比

### 10.5 中国电子商务行业发展困境与措施

#### 10.5.1 阻碍电子商务发展的因素

#### 10.5.2 电子商务发展存在的问题

- 10.5.3 促进电商行业发展的措施
- 10.5.4 我国电子商务发展策略
- 10.6 中国电子商务未来发展前景及趋势
  - 10.6.1 我国电子商务行业前景展望
  - 10.6.2 电子商务细分市场规模预测
  - 10.6.3 电子商务市场发展方向
  - 10.6.4 电子商务市场发展趋势

## 第十一章 食品电商相关行业之食品物流分析

- 11.1 2015-2019年中国物流行业发展现状
  - 11.1.1 物流行业运行特征
  - 11.1.2 物流行业规模分析
  - 11.1.3 政策支持物流业良性发展
  - 11.1.4 快递行业业务规模分析
  - 11.1.5 电商物流模式分析
- 11.2 中国食品物流发展分析
  - 11.2.1 食品物流行业的作用
  - 11.2.2 发展食品物流的必要性
  - 11.2.3 食品行业物流成本分析
  - 11.2.4 我国食品物流发展现状
  - 11.2.5 多方竞争中国食品物流市场
- 11.3 中国食品冷链物流发展分析
  - 11.3.1 冷链物流产业链概述
  - 11.3.2 食品冷链物流政策动态
  - 11.3.3 中国冷链物流设施建设升温
  - 11.3.4 食品冷链物流管理新规试点
  - 11.3.5 我国食品冷链物流存在的问题
  - 11.3.6 我国食品冷链物流发展对策
- 11.4 中国食品物流存在问题及发展策略
  - 11.4.1 食品物流行业发展瓶颈
  - 11.4.2 制约食品物流发展因素分析
  - 11.4.3 食品物流行业发展策略

## 第十二章 2020-2026年中国食品电商行业预测分析

### 12.1 中国食品电商行业前景预测

#### 12.1.1 食品电商市场规模预测

#### 12.1.2 农产品成电商市场新热点

#### 12.1.3 特产食品前景良好

### 12.2 中国食品电商行业发展趋势分析

#### 12.2.1 食品电商未来发展重点

#### 12.2.2 食品电商行业发展趋势

#### 12.2.3 食品电商行业发展建议

#### 12.2.4 生鲜食品电商的发展趋势

### 部分图表目录：

图表 2009-2019年世界经济增长趋势

图表 2009-2019年世界商品贸易增长趋势

图表 全球直接投资主要指标

图表 2019年年末人口及其构成

图表 2012-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2012-2019年城镇新增就业人口

图表 2012-2019年国内生产总值与全部就业人员比率

图表 2012-2019年公共财政收入

图表 2012-2019年年末国家外汇储备

图表 2012-2019年粮食产量

图表 2019年规模以上工业增加值增速

图表 2012-2019年建筑业增加值

图表 2019年固定资产投资（不含农户）增速

图表 2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2019年社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表 2012-2019年货物进出口总额

图表 2019年货物进出口总额及其增长速度

图表 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2019年对主要国家和地区货物进出额及其增长速度  
图表 2019年非金融领域外商直接投资及其增长速度  
图表 2016-2019年社会消费品零售总额月度同比增速  
图表 2019年社会消费品零售总额主要数据  
图表 2016-2019年固定资产投资（不含农户）同比增速  
图表 2016-2019年固定资产投资到位资金同比增速  
图表 2016-2019年规模以上工业增加值同比增速  
图表 2012-2019年农村居民人均纯收入  
图表 2012-2019年城镇居民人均可支配收入  
图表 2002-2019年中国居民家庭恩格尔系数  
图表 2016-2019年全国居民消费价格变动  
图表 2015-2019年猪、牛、养肉价格变动  
图表 2015-2019年鲜菜、鲜果价格变动  
图表 2010-2019年中国第三方支付市场规模  
图表 2010-2019年中国第三方支付市场结构  
图表 全球电子商务市场规模和走势  
图表 主要国家电子商务规模和增速  
图表 全球部分国家电子商务普及率  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150355.html>