

2022-2028年中国互联网+ 糠醛行业前景展望与发展前景报告

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年中国互联网+糠醛行业前景展望与发展前景报告》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/202204/286765.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

糠醛又名2-呋喃甲醛，是一种用途很广的有机化工原料，既可作为溶剂，也是有机合成的重要原料，由糠醛直接或间接合成的化工产品多达 1,600 余种。糠醛的主要用途是作为糠醇、润滑油精制溶剂、呋喃树脂、四氢呋喃、糠醛树脂、糠酮树脂等的原料，另外还可用于合成助剂，广泛应用于食品、香料、染料、医药、农药、树脂、日化、铸造、纺织和石油等行业。

近年来糠醛产业在我国发展迅猛，导致供过于求，市场出现无序竞争。2016年以来受环保政策及“去产能”的影响，我国糠醛行业总体产能有所下降。从2015年的74.4万吨，下降到2018年的65.7万吨。行业产能下降较快。

糠醛主要企业情况

企业名称	糠醛生产情况介绍
中糠股份有限公司	中糠有限公司总部位于河北省邢台市，成立于2010年12月，是目前全球最大的糠醛生产企业，全国糠醛行业知名领军企业。目前公司总占地面积72.7万平方米，注册资本1.3735亿元，总资产6亿多元，拥有6家分、子公司，有中高级以上职称的大中专毕业生和技术人员70余名。目前公司年产优质糠醛40000吨。
石家庄世易糠醛糠醇有限公司	石家庄世易糠醛糠醇有限公司(工厂)是一个科技型高新企业，是全球较大的呋喃生产厂家之一。年总产量呋喃系列产品20万吨，其中糠醛3.5万吨;糠醇3万吨。企业其固定资产1.125亿元，厂面积98700平方米。糠醛系连续性精制工艺，自投产以来，产品质量一直处于GB1926.1.2-88国家标准的优级指标，部分指标超过了美国QUAKEEROTAS公司的质量指标，受到日本，法国等国外客户的赞誉，成为化工出口免检商品。
中国北方糠醛集团有限责任公司	中国北方糠醛集团有限责任公司建于1995年2月,是由辽宁，吉林，黑龙江，内蒙古等东北地区33家糠醛生产经营及配套企业组成的股份制集团。北方糠醛企业固定资产总值3.5亿人民币，年生产糠醛能力5万吨。北方糠醛地处亚洲玉米黄金生产带，用玉米芯做原料生产糠醛获得了最好的质量。北方糠醛是中国最大的生产出口糠醛的基地。
宏业生物科技股份有限公司	宏业生物科技股份有限公司成立于2008年。公司生物质清洁水解生产糠醛新工艺技术所产产品糠醛，各项质量指标达到或超过国GB/T1926.1—2009优级品指标。项目以玉米芯、玉米秆等为原料、以稀硫酸为催化剂经过原料输送、粉碎、水解、原液初馏、毛醛脱水、糠醛精制、废水蒸发循环利用、糠醛渣锅炉燃烧供热等，实现生物质秸秆清洁生产糠醛技术。生物质清洁水解生产糠醛新工艺的开发成功，改变了以往糠醛生产中原料单一、选择性差、收率低、消耗高、污染严重、末端治理困难等缺点，从而大大推进了我国糠醛行业的快速可持续发展，提高了糠醛产品在国际市场上的竞争力。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+糠醛行业前景展望与发展前景报告》共八章。首先介绍了中国互联网+糠醛行业市场发展环境、互联网+糠醛整体运行态势等，接着分析

了中国互联网+糠醛行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+糠醛市场竞争格局。随后，报告对互联网+糠醛做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+糠醛行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+糠醛产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+糠醛行业，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 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

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 互联网环境下糠醛行业的机会与挑战

第一节 2019年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

第二节 互联网环境下糠醛行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网糠醛行业的改造与重构

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

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 糠醛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 糠醛行业发展现状分析

第一节 糠醛行业发展现状分析

一、糠醛行业产业政策分析

二、糠醛行业发展现状分析 2019年1-12月中国2-糠醛进口数量为108吨，同比下降85%；2019年1-12月中国2-糠醛进口金额为33万美元，同比下降79.7%。2019年1-12月中国2-糠醛出口数量为18794吨，同比增长48.6%；2019年1-12月中国2-糠醛出口金额为2433万美元，同比下降15.3%。

2019年1-12月中国2-糠醛进出口数量及金额

三、糠醛行业主要企业分析

四、糠醛行业市场规模分析

第二节 糠醛行业市场前景分析

一、糠醛行业发展机遇分析

二、糠醛行业市场规模预测

三、糠醛行业发展前景分析

第四章 糠醛所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 糠醛电商所属行业市场规模与渗透率

一、糠醛电商总体开展情况

二、糠醛电商交易规模分析

三、糠醛电商渠道渗透率分析

第二节 糠醛电商所属行业盈利能力分析

一、糠醛电子商务发展有利因素

二、糠醛电子商务发展制约因素

三、糠醛电商行业经营成本分析

四、糠醛电商行业盈利模式分析

五、糠醛电商行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

一、糠醛电商行业市场空间测算

二、糠醛电商市场规模预测分析

三、糠醛电商发展趋势预测分析

第五章 糠醛企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 糠醛企业转型电商构建分析

一、糠醛电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、糠醛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 糠醛企业转型电商发展途径

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 糠醛企业转型电商平台选择分析

一、糠醛企业电商建设模式

二、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

三、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

四、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

五、糠醛企业电商平台选择策略

第六章 糠醛行业电子商务运营模式分析

第一节 糠醛电子商务B2B模式分析

一、糠醛电子商务B2B市场概况

二、糠醛电子商务B2B盈利模式

三、糠醛电子商务B2B运营模式

四、糠醛电子商务B2B的供应链

第二节 糠醛电子商务B2C模式分析

一、糠醛电子商务B2C市场概况

二、糠醛电子商务B2C市场规模

三、糠醛电子商务B2C盈利模式

四、糠醛电子商务B2C物流模式

五、糠醛电商B2C物流模式选择

第三节 糠醛电子商务C2C模式分析

一、糠醛电子商务C2C市场概况

二、糠醛电子商务C2C盈利模式

三、糠醛电子商务C2C信用体系

四、糠醛电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 糠醛电子商务O2O模式分析

一、糠醛电子商务O2O市场概况

二、糠醛电子商务O2O优势分析

三、糠醛电子商务O2O营销模式

四、糠醛电子商务O2O潜在风险

第七章 糠醛主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 网站D

一、网站发展基本概述

- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第八章 糠醛企业进入互联网领域投资策略分析（ ）

第一节 糠醛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 糠醛企业转型电商物流投资分析

- 一、糠醛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、糠醛企业电商外包物流分析

第三节 糠醛企业电商市场策略分析（ ）

图表目录（部分）

图表 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统糠醛消费存在的“痛点”

图表 糠醛电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年糠醛电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年糠醛电商市场渗透率趋势图

图表 2022-2028年糠醛电商交易规模预测趋势图

图表 2022-2028年糠醛电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286765.html>