

2022-2028年中国互联网+ 运动饮料市场评估与发展前景预测报告

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+运动饮料市场评估与发展前景预测报告》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/202203/275815.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

随着我国居民消费水平的提高，消费者对饮料的健康、功能属性需求日益提升，各细分类别饮料中，能量饮料、即饮咖啡、包装饮用水和亚洲特色饮料表现出超越行业的快速增长，其中能量饮料在2014年至2019年期间销售额复合增长率高达15.02%，是增速最快的细分品类之一。中国各类饮料销售额复合增速情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+运动饮料市场评估与发展前景预测报告》共八章。首先介绍了中国互联网+运动饮料行业市场发展环境、互联网+运动饮料整体运行态势等，接着分析了中国互联网+运动饮料行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+运动饮料市场竞争格局。随后，报告对互联网+运动饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+运动饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+运动饮料产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+运动饮料行业，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 运动饮料行业电子商务市场发展状况分析

第一节 互联网对运动饮料行业的改造与重构

- 一、互联网重构运动饮料行业供应链格局
- 二、互联网改变运动饮料生产厂商的营销模式分析
- 三、互联网导致运动饮料领域利益重新分配分析
- 四、互联网如何改变运动饮料行业未来竞争格局

第二节 运动饮料与互联网融合创新机会孕育

- 一、运动饮料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分析
- 四、运动饮料电商黄金发展期机遇分析

第二章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

电子商务作为数字经济的突出代表，在促消费、保增长、调结构、促转型等方面展现出

前所未有的发展潜力，也为大众创业、万众创新提供了广阔的发展空间，成为我国应对经济下行趋势、驱动经济与社会发展创新发展的重要动力。近年来我国电子商务持续快速发展，各种新业态不断涌现，在增强经济发展活力、提高资源配置效率、推动传统产业转型升级、开辟就业创业渠道等方面发挥了重要作用。

2018年中国电子商务整体交易规模约为28.4万亿元，增长17.8%。随着电子商务行业的逐步完善，预计2019年中国电子商务交易规模将超30万亿元，同比增长约为16.2%。 2019年中国电子商务交易规模预计

- 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

第三章 运动饮料企业切入电商战略规划及模式选择

第一节 运动饮料企业电商发展战略规划

- 一、运动饮料企业电商如何正确定位
- 二、运动饮料电商核心业务确定策略
- 三、运动饮料企业电商化组织变革策略
 - 1、运动饮料电商组织结构变革策略分析
 - 2、运动饮料电商业务流程重构策略分析

第二节 垂直平台类运动饮料电商运营模式解析

- 一、垂直平台类电商业务系统结构分析
- 二、垂直平台类运动饮料电商盈利模式分析
- 三、垂直平台类运动饮料电商运营成本分析
- 四、垂直平台类运动饮料电商盈利空间分析

- 五、垂直平台类运动饮料电商经营风险分析
- 六、垂直平台类运动饮料电商优劣势分析
- 七、垂直平台类运动饮料电商关键资源能力分析
- 第三节 平台+自营类运动饮料电商运营模式解析
 - 一、平台+自营类运动饮料电商优势分析
 - 二、垂直自营电商平台化可行性分析
 - 三、垂直自营电商平台化成功案例解析
 - 四、垂直自营电商平台化经营风险预估
 - 五、垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

第四章 运动饮料行业发展现状分析

第一节 运动饮料行业发展现状分析

- 一、运动饮料行业产业政策分析
- 二、运动饮料行业发展现状分析
- 三、运动饮料行业主要企业分析
- 四、运动饮料行业市场规模分析

第二节 运动饮料行业市场前景分析

- 一、运动饮料行业发展机遇分析
- 二、运动饮料行业市场规模预测
- 三、运动饮料行业发展前景分析

第五章 运动饮料所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 运动饮料电商所属行业市场规模与渗透率

- 一、运动饮料电商总体开展情况
- 二、运动饮料电商交易规模分析
- 三、运动饮料电商渠道渗透率分析

第二节 运动饮料电商所属行业盈利能力分析

- 一、运动饮料电子商务发展有利因素
- 二、运动饮料电子商务发展制约因素
- 三、运动饮料电商行业经营成本分析
- 四、运动饮料电商行业盈利模式分析
- 五、运动饮料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、运动饮料电商行业市场空间测算
- 二、运动饮料电商市场规模预测分析
- 三、运动饮料电商发展趋势预测分析

第六章 运动饮料行业电子商务运营模式分析

第一节 运动饮料电子商务B2B模式分析

- 一、运动饮料电子商务B2B市场概况
- 二、运动饮料电子商务B2B盈利模式
- 三、运动饮料电子商务B2B运营模式
- 四、运动饮料电子商务B2B的供应链

第二节 运动饮料电子商务B2C模式分析

- 一、运动饮料电子商务B2C市场概况
- 二、运动饮料电子商务B2C市场规模
- 三、运动饮料电子商务B2C盈利模式
- 四、运动饮料电子商务B2C物流模式
- 五、运动饮料电商B2C物流模式选择

第三节 运动饮料电子商务C2C模式分析

- 一、运动饮料电子商务C2C市场概况
- 二、运动饮料电子商务C2C盈利模式
- 三、运动饮料电子商务C2C信用体系
- 四、运动饮料电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 运动饮料电子商务O2O模式分析

- 一、运动饮料电子商务O2O市场概况
- 二、运动饮料电子商务O2O优势分析
- 三、运动饮料电子商务O2O营销模式
- 四、运动饮料电子商务O2O潜在风险

第七章 运动饮料主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 京东网站

- 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 天猫商城

- 一、天猫商城发展基本概述
- 二、天猫商城用户特征分析
- 三、天猫商城网购优势分析
- 四、天猫商城交易规模分析
- 五、天猫商城交易品类结构
- 六、天猫商城企业入驻情况
- 七、天猫商城商家经营策略

第三节 1号店

- 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 百度商城

- 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 当当网

- 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 运动饮料企业进入互联网领域投资策略分析（ ）

第一节 运动饮料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 运动饮料企业转型电商物流投资分析

一、运动饮料企业电商自建物流分析

1、电商自建物流的优势分析

2、电商自建物流的负面影响

二、运动饮料企业电商外包物流分析

1、快递业务量完成情况

2、快递业务的收入情况

3、快递业竞争格局分析

第三节 运动饮料企业电商市场策略分析（ ）

图表目录

图表：2015-2019年我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：2022-2028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：传统运动饮料消费存在的“痛点”

图表：运动饮料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年运动饮料电商交易规模趋势图

图表：2015-2019年运动饮料电商市场渗透率趋势图

图表：2022-2028年运动饮料电商交易规模预测趋势图

图表：2022-2028年运动饮料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/202203/275815.html>