

# 2022-2028年中国食品电商 市场评估与投资可行性报告

## 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

《2022-2028年中国食品电商市场评估与投资可行性报告》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/202202/271904.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国食品电商市场评估与投资可行性报告》共十一章。首先介绍了食品电商行业市场发展环境、食品电商整体运行态势等，接着分析了食品电商行业市场运行的现状，然后介绍了食品电商市场竞争格局。随后，报告对食品电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了食品电商行业发展趋势与投资预测。您若想对食品电商产业有个系统的了解或者想投资食品电商行业，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 中国食品电商行业发展环境第一节 政策环境一、促进信息消费拓展电子商务发展空间二、商务部多措并举推进农产品电商发展三、实施支持跨境电子商务零售出口有关政策四、2019年食品安全法修订案规范电商渠道五、食品工业“十二五”规划政策导向六、电子商务行业“十二五”规划重点任务第二节 经济环境一、国际宏观经济环境分析二、国内宏观经济环境分析三、社会消费品零售总额四、全国固定资产投资五、规模以上工业增加值第三节 社会环境一、城乡居民收入分析二、中国居民恩格尔系数三、年居民消费价格变动四、第三方支付市场分析五、第三方支付需解决安全问题第四节 技术环境一、电子商务技术二、食品加工技术三、食品冷链物流技术与设备 第二章 国际食品电商发展分析第一节 全球电子商务发展分析一、2019年全球电子商务市场规模二、2019年全球b2c电商市场情况三、中美日三国电商市场对比分析四、全球电子商务发展趋势分析五、发达国家农产品电商市场概述第二节 世界部分国家食品电商市场现状分析一、美国食品零售电商运营模式分析二、德国加强网购食品安全监管三、英国水产品电商渠道发展潜力四、俄罗斯有机食品网购发展态势第三节 国外食品电商案例分析一、短暂的生命webvan二、farmigo创新模式分析三、生鲜电商local harvest四、ocado运营模式解析五、argos的混合模式六、其他生鲜电商成功案例 第三章 中国食品电商行业发展分析第一节 食品电商行业现状分析一、食品电商模式简述二、2019年食品网购市场分析三、2019年食品电商消费人群分析四、2019年食品电商市场特征五、农产品电商现阶段发展特征第二节 中国食品电商市场竞争格局一、食品电商市场竞争主体二、食品电商市场竞争态势三、各方优质资源竞争食品电商四、垂直食品电商驱动市场发展第三节 食品电商对传统市场的影响一、电子商务改变利益格局二、食品电商冲击传统商超三、精品超市有效对抗电商四、传统渠道应重视消费体验五、传统渠道应对电商挑战的方法第四节 食品电子商务价值链分析一、电子商务价值链模型分析二、电子商务的价值链创造三、电子商务促进零售业价值链发展四、农产品电商价值链存在的问题第五节 食品电商行业存在的问题及对策一、食品电商产品质量难保证

二、食品电商监管困难三、农产品电商发展困境四、加强食品电商监管对策五、农产品电商困境解决之道 第四章 食品电商相关行业之电子商务业分析第一节 中国电子商务市场分析一、2019年电子商务市场规模二、2019年上半年电子商务特点第二节 中国电子商务行业重点区域分析一、区域发展概况二、广东省三、江苏省四、浙江省五、上海市六、北京市七、山东省第三节 中国电子商务市场竞争格局一、2019年国内电商市场份额二、2019年中国电商市场格局三、电商平台积极布局低线市场四、o2o改变现有电商格局第四节 电子商务商业模式分析一、b2b二、b2c四、o2o五、综合电商与垂直电商对比第五节 中国电子商务行业发展困境与措施一、阻碍电子商务发展的因素二、电子商务发展存在的问题三、促进电商行业发展的措施四、我国电子商务发展策略第六节 中国电子商务未来发展前景及趋势一、我国电子商务行业前景展望二、电子商务细分市场预测三、电子商务市场发展方向四、电子商务市场发展趋势 第五章 食品电商相关行业之食品物流分析第一节 中国物流行业发展现状一、2019年物流行业运行特征二、2019年上半年物流业运行简况三、政策支持物流业良性发展四、快递行业业务规模分析五、电商物流模式分析第二节 中国食品物流发展分析一、食品物流行业的作用二、发展食品物流的必要性三、食品行业物流成本分析四、我国食品物流发展现状五、多方竞争中国食品物流市场第三节 中国食品冷链物流发展分析一、冷链物流产业链概述二、2019年食品冷链物流政策动态三、2019年中国冷链物流设施建设升温四、2019年食品冷链物流管理新规试点五、我国食品冷链物流存在的问题六、我国食品冷链物流发展对策第四节 中国食品物流存在问题及发展策略一、食品物流行业发展瓶颈二、制约食品物流发展因素分析三、食品物流行业发展策略 第六章 食品电商相关行业之食品工业分析第一节 中国食品行业发展现状一、2019年食品行业运行状况二、2019年食品行业发展特点三、食品重点行业运行情况四、食品行业盈利模式分析五、战略合作模式解析第二节 中国食品市场发展态势一、中国食品市场特点二、2019年食品进出口统计三、2019年食品行业价格走势四、2019年上半年食品价格走势第三节 食品行业细分市场分析一、肉制品二、乳制品三、食用油四、调味品五、方便食品六、休闲食品七、绿色食品第四节 中国食品行业发展面临的问题及对策一、传统食品工业面临的挑战二、食品质量安全问题严峻三、发展食品工业措施建议四、解决食品安全问题的对策第五节 中国食品行业前景预测及发展趋势一、2022-2028年中国食品制造业预测分析二、中国食品行业未来消费趋势三、中国食品工业发展趋势分析 第七章 中国食品电商热点市场分析第一节 进口食品一、进口食品电商成“蓝海”二、国内进口食品市场持续扩张三、食品电商抢占进口食品货源四、进口食品网购安全问题第二节 绿色食品一、有机食品发展电商的意义二、有机食品电商模式分析三、有机食品青睐电商模式四、o2o成有机食品电商新选择五、黑龙江绿色食品电商化分析六、绿色食品电商存在的问题第三节 休闲食品一、2019年休闲食品电商市场分析二、休闲食品电商的重要意义三、休闲食品电商模式创新

四、休闲食品电商拓展方向  
第四节 保健品一、保健品行销模式变革二、保健品电商运营模式三、保健品电商营销模式对比四、保健品电商发展要素五、保健品行业电子商务趋势  
第五节 特色食品电商一、特色食品的差异化竞争优势二、特色食品重点电商平台分析三、特色食品电商选择原则四、发展特色食品电商的意义五、特色食品电商存在的问题六、特色食品电商发展建议  
第八章 生鲜电商市场分析  
第一节 生鲜电商行业综述一、生鲜电商发展历程二、生鲜电商产品分类三、生鲜电商行业特点分析四、发展生鲜电商的意义五、生鲜电商市场驱动因素分析  
第二节 生鲜电商市场分析一、2019年生鲜电商市场规模分析二、2019年生鲜电商市场发展形势  
第三节 生鲜电商商业模式解读一、国外生鲜电商模式介绍二、生鲜电商主要发展模式三、典型生鲜电商运营模式分析四、平台模式与垂直模式对比五、o2o模式分析  
第四节 生鲜电商面临的问题及措施一、生鲜电商的困境二、发展生鲜电商存在的困难三、冷链物流阻碍生鲜电商发展四、拓展生鲜电商市场的对策建议五、生鲜电商行业发展措施  
第五节 生鲜电商发展趋势分析一、生鲜电商未来发展方式二、生鲜电商未来规模预测三、中国生鲜电商行业发展研判  
第九章 食品电商商业模式解读  
第一节 食品电商商业模式简述一、食品电商商业模式分类二、食品电商主流经营业态三、食品电商供应链管理模式  
第二节 综合电商平台一、新规规定食品电商平台义务二、重点综合电商平台分析三、核心竞争力  
第三节 垂直化电商一、三种垂直化电商模式解析二、食品垂直电商竞争加剧三、未来发展重点  
第四节 食品宅配一、食品宅配当前市场特点二、配送方式分析三、食品宅配面临的障碍四、亟需解决的问题五、未来发展方向  
第五节 传统商超电商化一、传统超市电商化必要性分析二、传统超市开设电商渠道三、传统超市的电商化路径四、沃尔玛电商发展分析  
第六节 生产商入驻电商平台模式一、雨润开拓自主电商品牌二、五芳斋电商渠道分析三、良品铺子o2o运营模式四、加一覆盖全渠道o2o  
第十章 重点食品电商平台运营模式解析  
第一节 一号店一、业绩简析二、竞争优势分析三、入驻上海自贸区四、一号店联手沃尔玛五、一号店大数据战略六、发展战略  
第二节 顺丰优选一、发展布局二、地域扩张三、运营模式四、借势顺丰速递五、冷链与电商反哺顺丰  
第三节 中粮我买网一、全国布局历程二、“海外直采”战略三、信息化实施策略四、移动化建设五、采购及配送管理六、后台变革  
第四节 沱沱工社一、全产业链模式二、农业精细化管理模式三、物联网打造有机农场四、全程冷链配送  
第五节 本来生活一、买手制分析二、推广模式三、打造线下体验馆四、联手餐饮企业  
第六节 莆田网一、发展历程二、供货管理三、存储配送管理  
第十一章 食品电商营销模式分析（）  
第一节 会员营销一、会员营销概述二、会员营销体系三、会员营销操作方法四、会员营销步骤  
第二节 搜索引擎营销一、搜索引擎营销服务方式二、搜索引擎营销的内容三、搜索引擎营销的特点四、搜索引擎营销的重要性五、搜索引擎营销的现状  
第三节 社会化媒体营销一、社会化媒体营销的特点二、社交媒体营销的优势三、社交媒体的作用四、社会化媒体营销的误区五、使用社交媒体的策

略第四节 新闻事件营销一、事件营销的基本原则二、事件营销特性三、如何做好事件营销四、事件营销的要求第五节 软文营销一、软文营销的基本要素二、软文营销的作用三、软文营销的技巧四、软文营销推广方法 图表目录：图表 食品电商行业生命周期图表 食品电商行业产业链结构图表 2015-2019年中国食品电商行业盈利能力分析图表 2015-2019年中国食品电商行业运营能力分析图表 2015-2019年中国食品电商行业偿债能力分析图表 2015-2019年中国食品电商行业发展能力分析图表 2015-2019年中国食品电商行业经营效益分析图表 2015-2019年不同规模企业利润总额分布图表 2015-2019年食品电商行业不同规模企业从业人员分布图表 2015-2019年食品电商行业不同规模企业销售收入分布图表 2015-2019年食品电商行业不同规模企业资产总额分布图表 2015-2019年食品电商行业不同规模企业数量分布图表 2015-2019年食品电商行业不同性质企业利润总额分布图表 2015-2019年食品电商行业不同性质企业从业人员分布图表 2015-2019年食品电商行业不同性质企业销售收入分布图表 2015-2019年食品电商行业不同性质企业资产总额分布图表 2015-2019年食品电商行业不同性质企业数量分布图表 2015-2019年全球食品电商行业市场规模图表 2015-2019年中国食品电商行业市场规模图表 2015-2019年食品电商行业重要数据指标比较图表 2015-2019年中国食品电商市场占全球份额比较图表 2015-2019年食品电商行业销售收入图表 2015-2019年食品电商行业利润总额图表 2015-2019年食品电商行业资产总计图表 2015-2019年食品电商行业负债总计图表 2015-2019年食品电商行业竞争力分析图表 2015-2019年食品电商市场价格走势图 2015-2019年食品电商行业主营业务收入图表 2015-2019年食品电商行业主营业务成本图表 2015-2019年食品电商行业销售费用分析图表 2015-2019年食品电商行业管理费用分析图表 2015-2019年食品电商行业财务费用分析图表 2015-2019年食品电商行业销售毛利率分析图表 2015-2019年食品电商行业销售利润率分析图表 2015-2019年食品电商行业成本费用利润率分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/271904.html>