2019年中国快消品电商行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国快消品电商行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/430255430255.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一部分 “互联网+”分析
第一章 “互联网+”时代
第一节 “互联网+”的相关概述
一、“互联网+”的概念提出
二、“互联网+”的主要特点
三、“互联网+”的发展历程
四、“互联网+”的时代意义
五、“互联网+”的未来趋势
第二节 “互联网+”政策环境分析
一、我国互联网行业政策
二、“互联网+”法律政策环境
三、“互联网+”相关发展规划
第三节 “互联网+”涵义
一、互联网思维+
二、互联网渠道+
三、万物互联+
四、互联网平台（生态）+

第二章 互联网+环境分析
第一节 互联网政治环境分析
第二节 互联网社会环境分析
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、网民消费习俗分析
五、网民年龄结构分析
六、网民受教育水平分析
七、城市互联网环境分析
八、农村互联网环境分析
第三节 互联网技术环境分析
一、云计算技术发展现状

二、物联网技术发展现状
三、通信技术发展现状
第四节 互联网经济环境分析
一、2019年国内宏观经济发展分析
二、2019年国内宏观经济发展预测
三、国民经济发展与互联网的紧密度分析

第二部分 产业发展分析
第三章 我国快消品行业的相关概述
第一节 快消品行业的概念
一、快消品行业的定义
二、快消品行业的特点
三、快消品行业的分类
第二节 快消品行业发展成熟度
一、行业发展周期分析
二、行业中外市场成熟度对比
三、快消品行业及其主要子行业成熟度分析
第三节 快消品行业市场特征分析
一、市场规模
二、产业关联度
三、影响需求的关键因素
四、国内和国际市场
五、主要竞争因素
六、生命周期
第四节 行业产业链分析
一、产业链结构分析
二、主要环节的增值空间
三、与上下游行业之间的关联性
四、行业产业链上游相关行业分析
五、行业下游产业链相关行业分析
六、上下游行业影响及风险提示

第四章 我国快消品行业运行现状分析
第一节 我国快消品行业发展状况分析
一、我国快消品行业发展阶段

二、我国快消品行业发展总体概况
三、我国快消品行业发展特点分析
四、我国快消品行业商业模式分析
第二节 2016-2019年快消品行业发展现状
一、2016-2019年我国快消品行业市场规模
二、2016-2019年我国快消品行业发展分析
三、2016-2019年中国快消品行业企业发展分析
第三节 2016-2019年快消品行业市场情况分析
一、2016-2019年中国快消品行业市场总体概况
二、2016-2019年中国快消品行业业务活动分析
三、2016-2019年中国快消品行业存在问题分析
第四节 2016-2019年快消品行业市场化运作分析
一、快消品行业市场化运作的基础条件
二、快消品行业的市场化运作的必然性
三、快消品行业市场化的对策建议
第五节 我国快消品行业整体运行分析
一、中国快消品行业总体规模分析
二、中国快消品行业经营规模分析
三、中国快消品行业经营情况分析

第三部分 产业竞争格局
第五章 快消品行业竞争格局分析
第一节 快消品行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 快消品行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节 快消品行业国际竞争力比较
一、生产要素
二、需求条件

三、支援与相关产四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用

第六章 主要快消品行业企业竞争分析
第一节 万州国际
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第二节 华润创业
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第三节 厦门建发
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第四节 上海医药集团
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第五节 中国粮油控股有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第六节 中国粮油控股有限公司

一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第七节 中国蒙牛乳业有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第八节 贵州茅台
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第九节 青岛啤酒
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第十节 新希望六合股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略
第十一节 阿里巴巴集团
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业对互联网的布局
四、经营状况
五、发展战略

第四部分 电商平台分析
第七章 快消品企业互联网线上平台构建及平台选择
第一节 快消品企业转型电商构建分析
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
第二节 快消品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
第三节 快消品企业转型电商平台选择分析
一、快消品企业电商建设模式
二、自建商城网店平台
三、电商平台的优劣势与盈利模式
四、电商服务外包模式分析
五、快消品企业电商平台选择策略

第八章 快消品行业电子商务运营模式与平台分析
第一节 快消品行业电子商务运营模式分析
一、互联网+快消品B2B模式分析
（一）互联网+快消品B2B市场概况
（二）互联网+快消品B2B盈利模式
（三）互联网+快消品B2B运营模式
（四）互联网+快消品B2B的供应链
（五）快消品电子商务O2O发展趋势
二、快消品电子商务B2C模式分析
（一）快消品电子商务B2C市场概况
（二）快消品电子商务B2C市场规模
（三）快消品电子商务B2C盈利模式
（四）快消品电子商务B2C物流模式
（五）快消品电子商务O2O发展趋势

三、快消品电子商务C2C模式分析
（一）快消品电子商务C2C市场概况
（二）快消品电子商务C2C盈利模式
（三）快消品电子商务C2C信用体系
（四）快消品电子商务C2C物流特征
（五）快消品电子商务O2O发展趋势
四、快消品电子商务O2O模式分析
（一）快消品电子商务O2O市场概况
（二）快消品电子商务O2O优势分析
（三）快消品电子商务O2O营销模式
（四）快消品电子商务O2O发展趋势
第二节 快消品主流网站平台比较
一、天猫
（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）网站入驻条件分析
二、淘宝
（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）网站入驻条件分析
三、唯品会
（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）网站入驻条件分析
四、京东
（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）网站入驻条件分析
五、苏宁易购
（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）网站入驻条件分析

第九章 快消品行业市场规模与电商未来空间预测
第一节 互联网+快消品电商市场规模与渗透率
一、快消品电商总体开展情况
二、快消品电商交易规模分析
三、快消品电商渠道渗透率分析
第二节 互联网+快消品电商行业盈利能力分析
一、快消品电子商务发展有利因素
二、快消品电子商务发展制约因素
三、快消品电商行业经营成本分析
四、快消品电商行业盈利模式分析
五、快消品电商行业盈利水平分析
第三节 电商行业未来前景及趋势预测
一、快消品电商行业市场空间测算
二、快消品电商市场规模预测分析
三、快消品电商发展趋势预测分析

第五部分 发展战略研究
第十章 互联网+快消品行业发展战略规划
第一节 互联网+快消品行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 互联网+快消品企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要
二、企业强做大做的需要
三、企业可持续发展需要
第三节 互联网+时代对我国快消品行业品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、快消品行业实施品牌战略的意义
三、快消品行业企业品牌的现状分析
四、我国快消品行业企业的品牌战略
五、快消品行业品牌战略管理的策略

第十一章 互联网+快消品行业投资分析及建议
第一节 互联网+快消品行业投资壁垒分析
一、政策壁垒
二、技术壁垒
三、市场壁垒
第二节 互联网+快消品行业投资风险分析
第三节 中国互联网+快消品行业投资现状及趋势
一、中国互联网+快消品行业投资主体结构
二、各投资主体核心资源分析
三、各投资主体投资方式分析
四、各投资主体投资规模分析
五、各投资主体投资趋势分析
第四节 中国互联网+快消品行业融资现状及趋势
一、中国互联网+快消品行业融资主体构成
二、各融资主体核心资源分析
三、各融资主体融资方式分析
四、各融资主体融资规模分析
五、各融资主体融资趋势分析
第五节 2019-2025年互联网+快消品行业投资机会
一、产业链投资机会
二、细分市场投资机会
三、重点区域投资机会
四、互联网+快消品行业投资机遇

第十二章 快消品企业进入互联网领域策略分析

第一节 2019年互联网+快消品行业面临的困境
一、“互联网+”发展制约因素
二、传统快消品行业面临困境
第二节 互联网+快消品企业发展前景
一、互联网+快消品企业面临的困境
二、国内互联网+快消品企业的出路分析
第三节 快消品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
第四节 快消品企业转型电商物流发展分析
一、快消品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、快消品企业电商外包物流分析
（一）快递业务量完成情况
（二）快递业务的收入情况
（三）快递业竞争格局分析
第五节快消品企业电商市场策略分析

图表目录

图表 国内生产总值同比增长速度
图表 规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表 社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表 进出口总额（亿美元）
图表 广义货币（M2）增长速度（%）
图表 居民消费价格同比上涨情况
图表 工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表 城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表 农村居民人均收入实际增长速度
图表 人口及其自然增长率变化情况
图表 2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表 2016-2019年我国网民规模及互联网普及率
图表 2019年我国网民文化水平结构分析

图表详见报告正文·····(GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国快消品电商行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/430255430255.html