

中国食品电子商务行业竞争动态现状与十三五市场商机分析报告

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《中国食品电子商务行业竞争动态现状与十三五市场商机分析报告》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/yuanqijian/234914234914.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

在中国，线上平台已成为发展速度最快的分销渠道。我国运营的食品电商主要有两大类，一类是综合型平台，例如淘宝、京东等，其特点是提供平台吸引食品、生鲜厂家入驻，具有先天的流量优势。另一类是垂直型电商平台，专注于食品及生鲜品领域，自行配送，具有区域性特征，例如中粮我买网、一号店等。近年来，类似中粮我买网等大量垂直型食品电商在迅速崛起，为消费者在平台型电商之外，提供了更多的选择。这一发展趋势也对物流、仓储、存货管理等供应链的各个环节，都提出了新的要求。

相对于传统零售渠道，中国电子商务的交易额正逐年快速增长。而中国食品电子商务正逐渐发展成为整个电商行业的重要组成部分。中国消费者消费习惯由线下到线上的转移使得2014年线上食品与饮料的销售额增至667亿元，同比增长49%。

2013-2015中国食品电商行业销量（单位：十亿）

在电商平台销售的食品中，进口食品和生鲜食品，增长潜力尤其巨大。目前，生鲜食品只占线上平台总销售量约1%。但是在过去的三年，生鲜食品已成为很多线上零售商的主要业务，销售量也随之飞速增长。在我买网、1号店和美味77这类主要销售食品的线上零售商中，虽然生鲜食品目前的份额不大，但是在未来的3-5年内，预计将发展成为最主要的品类。

此外，进口食品销量占据中国线上食品销售量的13%。几乎所有主要的线上零售商，都声称能够从产地直供进口食品如海鲜、牛肉和水果。为了保障安全配送，许多线上零售商已经加大了自有冷链设施的投资。而国外的高端进口食品企业，也对中国市场日益重视，纷纷通过第三方平台加大促销力度。

越来越多的食品品牌，正在逐渐实现商品零售由线下到线上的转型。然而，电子商务的成功，并不是简单地把商品搬到线上，更在于推出个性化的定制产品，以满足客户的需求与对产品的预期。目前，80后、90后、00后们对食物品质和健康的要求更高，已经成为电商消费的主力群体。为了更好的开展市场营销，电商企业需要思考如何调整线上产品以及如何有效地锁定目标消费群体。包括针对目标消费者的需求，调整网络渠道产品的包装尺寸、包装设计和产品配方;为线上渠道成立子品牌或推出全新系列产品;借助社交网络和网络大数据进行产品营销，提高消费者参与度。

中国报告网发布的《中国食品电子商务行业竞争动态现状与十三五市场商机分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

报告大纲：

第一篇行业发展篇

第一章中国食品行业电子商务关键配套分析

第一节食品行业电子商务发展概述

一、食品电子商务的界定

二、食品电子商务特征分析

三、食品电子商务的必要性分析

四、电子商务市场发展优势分析

（一）成本优势分析

（二）市场反应灵敏

（三）消费便捷时尚

（四）低门槛进入

五、食品电子商务网络应用分析

（一）企业网上宣传

（二）网上市场监测

（三）网络分销联系

（四）网上市场直销

（五）网上营销集成

第二节电子商务市场交易安全分析

一、电子商务交易安全问题分析

二、电子商务交易安全环境分析

三、电子商务交易安全因素分析

四、电子商务交易安全技术分析

（一）数据加密技术

（二）认证技术

（三）安全认证协议

（四）数字证书

五、电子商务安全网络实现技术

（一）安全套接层协议（SSL）

（二）安全电子交易协议（SET）

六、电商网站数据安全控制分析

七、电商交易平台安全控制分析

第三节电子商务支付方式发展分析

一、电子商务支付市场分析

(一) 电商网上支付类型

(二) 电子商务交易流程

(三) 电商网上支付特点

(四) 网上支付交易

二、电商第三方支付方式分析

(一) 支付宝

(二) PayPal (贝宝)

(三) 财付通

(四) 网银在线

三、电商移动支付市场发展分析

(一) 移动支付市场发展现状

(二) 移动支付商业模式分析

(三) 移动支付用户数量情况

(四) 移动电商市场交易规模

第二章中国食品行业电子商务运营模式分析

第一节食品电子商务B2B模式分析

一、食品电子商务B2B市场概况

二、食品电子商务B2B盈利模式

三、食品电子商务B2B运营模式

四、食品电子商务B2B的供应链

第二节食品电子商务B2C模式分析

第三节食品电子商务C2C模式分析

第四节食品电子商务O2O模式分析

第三章中国食品行业电子商务发展现状分析

第一节食品电子商务市场发展分析

一、食品电子商务市场发展概况

二、食品电子商务市场运营分析

三、食品电子商务盈利模式分析

四、食品电子商务安全保障分析

五、食品电子商务发展困境分析

六、食品电子商务发展对策分析

第二节高端食品电子商务市场分析

一、高端食品市场发展现状分析

二、高端食品网购人群情况分析

三、高端食品电商市场发展现状

四、传统食品电商高端食品布局

五、高端食品电商总部基地建设

六、高端食品电商市场挑战分析

第三节食品电子商务成本费用分析

第四章中国食品行业电子商务营销策略分析

第一节食品行业市场营销发展分析

一、食品品牌营销发展分析

（一）食品品牌发展现状

（二）食品品牌营销误区

（三）食品品牌发展战略

二、食品包装营销发展分析

（一）食品包装设计的作用

（二）食品包装的设计特点

（三）食品包装的优势分析

三、食品广告营销发展分析

（一）食品广告投放现状

（二）营销广告媒体种类

四、食品销售渠道模式分析

（一）传统销售渠道模式

（二）网络销售渠道模式

五、食品营销发展趋势分析

第二节食品电商网购消费者调研分析

一、食品电子商务市场目标客户分析

（一）目标明确客户

（二）目标不是很明确

（三）无目标的游客

二、食品电子商务市场消费心理分析

（一）电子商务消费心理特征

（二）电子商务的心理制约因素

（三）现代企业电商的应对策略

三、食品网购消费者调查情况分析

（一）消费者食品网购频率分析

（二）消费者食品网购问题分析

（三）消费者食品网购投诉情况

（四）消费者食品网购商家选择

（五）消费者食品网购信息获取渠道

第三节食品行业电子商务营销模式分析

第五章中国食品行业电子商务市场监测分析

第一节食品网购品类调研分析

第二节食品网购人群调研分析

一、网购人群性别类比分析

二、网购人群年龄类比分析

三、网购人群职业状况分析

四、网购人群家庭属性分析

第三节食品网购购买力及支付方式调研

一、食品网购人群购买力分析

二、食品网购支付方式分析

第四节食品网购市场消费情况调研分析

一、食品网购品类消费类比分析

二、食品网购分类情况类比分析

（一）网购进口食品消费分析

（二）网购奶制品消费分析

（三）网购地方特产消费分析

（四）网购生鲜食品消费分析

（五）网购有机食品消费分析

（六）网购健康食品消费分析

三、热销网购产品分析

四、不同年龄段网购产品对比分析

第五节食品网购市场变化趋势调研分析

一、网民更关注网购食品品质

二、生鲜食品网购受网民追捧

三、直采成食品电商新增长点

四、食品网购用户细分化加剧

五、网购单一度呈现下降趋势

第六章中国食品行业电子商务领先案例分析

第一节自营类食品电子商务案例分析

一、自营类食品电子商务市场发展分析

（一）自营类食品电商的市场概况

（二）自营类食品电商的特征分析

（三）自营类食品电商的物流采购.

（四）自营类食品电商的盈利模式

二、中粮我买网

（一）网站食品网购优势分析

（二）网站食品网购盈利分析

（三）网站食品网购物流配送

（四）网站食品网络营销策略

三、21CAKE蛋糕网

（一）网站食品网购优势分析

（二）食品网站运营模式分析

（三）网站食品网购物流配送

第二节垂直型食品电子商务案例分析

一、垂直型食品电子商务市场发展分析

（一）垂直型食品电商市场发展概况

（二）垂直型食品电商发展优势分析

（三）垂直型食品电商发展途径分析

（四）垂直型食品电商独立品牌模式

二、食品商务网

（一）食品网购网站概况分析

（二）网站食品网购优势分析

三、红图食品网

（一）网站食品网购概况分析

（二）网站食品网购优势分析

四、同源康商城

（一）食品网购网站市场定位

（二）食品电子商务优势分析

（三）食品电子商务物流采购

（四）食品电子商务安全保障

第三节综合型食品电子商务案例分析

一、综合型食品电子商务市场发展分析

（一）综合型食品电商市场发展概况

（二）综合型食品电商发展优势分析

（三）综合型食品电商联营模式分析

（四）综合型食品电商竞争的优劣势

二、京东商城

（一）食品网购网站概况分析

(二) 网站食品网购优势分析

(三) 网站食品网购物流分析

(四) 京东商城业务发展分析

三、当当网

(一) 网购网站发展概况分析

(二) 网站食品网购优势分析

(三) 网站运营盈利来源分析

四、亚马逊中国

(一) 食品网购网站概况分析

(二) 网站运营物流配送分析

五、1号店超市

(一) 食品网购网站概况分析

(二) 网站食品网购优势分析

(三) 食品电子商务运营模式

(四) 食品电子商务盈利模式

六、QQ商城

(一) 食品网购网站概况分析

(二) 网站食品网购优势分析

第七章中国生鲜食品电子商务市场分析

第一节生鲜食品市场发展状况分析

一、生鲜食品种类情况分析

二、生鲜食品市场供应情况分析

三、生鲜食品自有品牌优势分析

四、生鲜食品市场发展现状分析

五、生鲜食品物流配送市场分析

第二节生鲜食品电商市场运营模式

一、“引店入驻”的联营模式

二、自营模式

三、O2O运营模式

四、农庄直营模式

第三节生鲜食品电商市场运营分析

一、生鲜食品电商市场商业模式

二、生鲜食品电商市场物流配送

三、生鲜食品电商市场发展现状

四、生鲜食品电商市场发展困境

五、生鲜电子商务市场破局策略

第四节生鲜食品电商细分市场分析

一、水果电子商务市场发展分析

二、蔬菜电子商务市场发展分析

三、肉类电子商务市场发展分析

四、水产品电子商务市场分析

第八章中国进口食品电子商务市场分析

第一节进口食品市场发展状况分析

一、进口食品消费人群分析

二、进口食品市场发展分析

三、进口食品市场需求分析

四、进口食品市场发展潜力

第二节进口食品电商市场运营分析

一、进口食品电商食品种类分析

二、进口食品电商发展优势分析

三、进口食品电商市场现状分析

四、进口食品电商网站情况分析

第九章中国休闲食品电子商务市场分析

第一节休闲食品市场发展状况分析

一、休闲食品的种类情况分析

二、绿色休闲食品市场规模分析

三、休闲食品市场消费特点分析

四、休闲食品市场需求情况分析

第二节保健食品电商市场运营分析

一、保健食品网购消费特点分析

二、保健食品电商市场发展分析

三、保健食品电商网站运营分析

四、保健食品网购消费风险分析

第十章中国保健食品电子商务市场分析

第一节保健食品市场发展状况分析

一、保健食品种类情况分析

二、保健食品市场发展分析

三、保健食品消费特点分析

四、保健食品市场需求分析

第二节保健食品电商市场运营分析

一、保健食品网购消费特点分析

二、保健食品电商市场发展分析

三、保健食品电商网站运营分析

四、保健食品网购消费风险分析

第十一章中国母婴食品电子商务市场分析

第一节母婴食品市场发展状况分析

一、母婴食品种类情况分析

二、母婴食品市场发展分析

三、母婴食品消费特点分析

四、母婴食品市场需求分析

第二节母婴食品电商市场运营分析

一、母婴食品网购消费特点分析

二、母婴食品网购市场运营分析

三、母婴食品电商网站运营分析

四、母婴食品网购网站选择分析

第二篇行业前景调研篇

第十二章2016-2020年中国食品行业电子商务行业前景调研及策略

第一节中国食品行业电子商务发展环境及分析

一、食品行业电子商务经济环境

(一) 中国GDP增长情况分析

(二) 全社会消费品零售总额

(三) 城乡居民收入增长分析

(四) 居民消费价格变化分析

(五) “十三五”中国宏观经济环境

二、食品行业电子商务政策分析

(一) 食品行业电子商务管理体制

(二) 食品行业发展相关政策分析

(三) 电子商务行业相关政策分析

三、电子商务行业“十三五”发展规划

(一) 《电子商务“十三五”发展规划》

(二) 上海市电子商务行业发展规划

(三) 杭州市电子商务行业发展规划

(四) 广州市电子商务行业发展规划

(五) 北京市电子商务行业发展规划

(六) 深圳市电子商务行业发展规划

（七）厦门市电子商务行业发展规划

四、“十三五”电子商务行业发展形势

第二节2016-2020年中国食品行业电子商务趋势预测分析

一、食品电子商务发展的驱动因素

二、食品电商物流发展趋势分析

三、食品电子商务市场前景分析

四、食品电商细分领域市场前景

（一）进口食品电商市场前景

（二）生鲜食品电商市场前景

（三）休闲食品电商市场前景

（四）保健食品电商市场前景

（五）母婴食品电商市场前景

第三节2016-2020年中国食品行业电子商务投.资机会及风险

一、食品电子商务市场投.资壁垒

二、食品电子商务突破壁垒策略

三、食品行业电子商务投.资机会

四、食品行业电子商务行业前景调研

（一）宏观政策风险.

（二）市场竞争风险

（三）技术风险分析

（四）市场融.资风险

第四节2016-2020年中国食品行业电子商务投融.资策略分析

一、食品电商企业融.资方法与渠道简析

二、利用股权融.资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融.资渠道

四、适度债权融.资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投.资动向

第三篇进入策略篇

第十三章中国食品企业进入电子商务领域投.资建议研究分析

第一节食品企业转型电商市场构建分析

第二节食品企业转型电商流程管理分析

一、网站运营流程

二、网络销售流程

三、产品发货流程

四、采购管理流程

五、订单销售流程

六、库房操作流程

第三节食品企业转型电商物流投资分析

第四节食品企业转型电商平台选择分析

一、食品企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

三、借助第三方网购平台

四、电商服务外包模式分析

五、食品企业电商平台选择策略

第五节食品商超进入电商市场策略分析

一、O2O电商模式

二、收购电商策略

三、借势电商策略

四、做品牌不做渠道

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanqijian/234914234914.html>