

2021年中国酒类电商零售行业分析报告- 市场深度调研与盈利前景预测

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《2021年中国酒类电商零售行业分析报告-市场深度调研与盈利前景预测》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/jiulei/556048556048.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

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），酒类电商零售为“酒、饮料及茶叶零售”（代码F5226）；根据证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），酒类电商零售所属行业为“零售业”（代码F52）。

1、行业主管部门和监管体制

零售业的行业主管部门包括商务部及地方商务主管部门。商务部负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革，拟订国内贸易发展规划，承担牵头协调整顿和规范市场经济秩序工作的责任，负责制定进出口商品、加工贸易管理办法和进出口管理商品、技术目录。

在零售业的基础上，电子商务行业主管部门包括工信部及地方电信主管部门、和国家发改委及地方发展改革部门。工信部依法对电信和互联网等信息通信服务实行监管，承担互联网行业管理，拟订市场准入、监管政策、行业标准并组织实施。国家发改委主要负责电子商务市场的宏观调控。酒类流通方面，酒类属于食品范畴，国家食品药品监督管理局负责起草食品相关法律法规，制定食品行政许可的实施办法并监督实施。

酒类零售行业自律性组织主要包括中国酒业协会、中国酒类流通协会和中国连锁经营协会。

根据观研报告网发布的《2021年中国酒类电商零售行业分析报告-市场深度调研与盈利前景预测》显示。中国酒业协会（英文简称“CADA”）是由应用生物工程技术及有关技术的酿酒企业及其为其服务的相关单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，原名中国酿酒工业协会。主要职能包括研究行业发展方向，向政府部门提出有关行业政策和行业立法的建议，进行行业研究调查，参与行业标准制定，协助行业产品质量监督和信息披露，协助促进行业市场流通，帮助行业内企业联系等。

中国酒业流通协会是1995年成立的国家一级协会。协会成员包括酒类生产企业、流通企业、酒类批发市场、商场超市、科研单位等。中国酒类商业协会主要职能包括协调酒类产业链上下游和监管机构的沟通交流，调研指导酒类流通，统计发布酒类产销市场信息，进行酒类品牌宣传和对外交流合作等。

观研报告网发布的资料显示，中国连锁经营协会于1997年在民政部注册成立，由1,000余家连锁经营相关企业、机构和个人自愿结成，是连锁经营领域唯一的全国性行业组织。协会本着“引导行业、服务会员、回报社会、提升自我”的理念，参与政策制定与协调，维护行业和会员利益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台，致力于推进连锁经营事业的发展。

2、行业法律法规

（1）酒类流通行业主要法律法规及政策

实施时间

法律法规

发布单位

1998年5月

《中华人民共和国价格法》

全国人大常委会

2018年12月

《中华人民共和国产品质量法》（2018修正）

全国人大常委会

2019年12月

《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019修订）

国务院

2021年4月

《中华人民共和国食品安全法》（2021修正）

全国人大常委会

1997年9月

《进口酒类国内市场管理办法》

国家经济贸易委员会等6部门

2001年5月

《关于调整酒类产品消费税政策的通知》

财政部、国家税务总局

2005年7月

《酒类商品批发经营管理规范》

商务部

2005年7月

《酒类商品零售经营管理规范》

商务部

2007年7月

《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》

国务院

2011年6月

《国务院食品安全委员会办公室关于进一步加强酒类质量安全工作的通知》

国务院

2013年11月

《酒类行业流通服务规范》

商务部

2013年11月

《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作通知》

国家食品药品监督管理总局

2017 年 2 月

《商务部关于“十三五”时期促进酒类流通健康发展的指导意见》

商务部

(2) 电子商务行业主要法律法规及政策

实施时间

法律法规

发布单位

2011 年 1 月

《互联网信息服务管理办法》(2011 修订)

国务院

2014 年 3 月

《中华人民共和国消费者权益保护法》(2013 修正)

全国人大常委会

2019 年 1 月

《中华人民共和国电子商务法》

全国人大常委会

2019 年 4 月

《中华人民共和国电子签名法》(2019 修正)

全国人大常委会

2020 年 1 月

《优化营商环境条例》

国务院

2005 年 10 月

《电子支付指引(第一号)》

中国人民银行

2010 年 7 月

《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

国家工商行政管理总局

2011 年 4 月

《第三方电子商务交易平台服务规范》

商务部

2014 年 3 月

《网络交易管理办法》

国家工商行政管理总局

2015 年 4 月

《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）》

商务部

2016 年 5 月

《关于推动电子商务发展有关工作的通知》

发改委、商务部、中国

人民银行

2016 年 12 月

《电子商务“十三五”发展规划》

商务部、中央网信办、发展改革委

2017 年 1 月

《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》

商务部

2017 年 12 月

《电子认证服务密码管理办法》（2017 修正）

国家密码管理局

2018 年 1 月

《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》

国务院

2019 年 8 月

《国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》

国务院

2020 年 11 月

《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》

市场监管总局

2020 年 12 月

《市场监管总局关于加强网上销售消费品召回监管的公告》

市场监管总局

2021 年 5 月

《网络交易监督管理办法》

国家市场监督管理总局资料来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国酒类电商零售行业分析报告-市场深度调研与盈利前景预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国酒类电商零售行业发展概述

第一节 酒类电商零售行业发展情况概述

- 一、酒类电商零售行业相关定义
- 二、酒类电商零售行业基本情况介绍
- 三、酒类电商零售行业发展特点分析
- 四、酒类电商零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、酒类电商零售行业需求主体分析

第二节 中国酒类电商零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、酒类电商零售行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国酒类电商零售行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国酒类电商零售行业生命周期分析

一、酒类电商零售行业生命周期理论概述

二、酒类电商零售行业所属的生命周期分析

第四节 酒类电商零售行业经济指标分析

一、酒类电商零售行业的赢利性分析

二、酒类电商零售行业的经济周期分析

三、酒类电商零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国酒类电商零售行业进入壁垒分析

一、酒类电商零售行业资金壁垒分析

二、酒类电商零售行业技术壁垒分析

三、酒类电商零售行业人才壁垒分析

四、酒类电商零售行业品牌壁垒分析

五、酒类电商零售行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球酒类电商零售行业市场发展现状分析

第一节 全球酒类电商零售行业发展历程回顾

第二节 全球酒类电商零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲酒类电商零售行业地区市场分析

一、亚洲酒类电商零售行业市场现状分析

二、亚洲酒类电商零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酒类电商零售行业市场前景分析

第四节 北美酒类电商零售行业地区市场分析

一、北美酒类电商零售行业市场现状分析

二、北美酒类电商零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美酒类电商零售行业市场前景分析

第五节 欧洲酒类电商零售行业地区市场分析

一、欧洲酒类电商零售行业市场现状分析

二、欧洲酒类电商零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲酒类电商零售行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界酒类电商零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球酒类电商零售行业市场规模预测

第三章 中国酒类电商零售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国酒类电商零售行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国酒类电商零售产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国酒类电商零售行业运行情况

第一节 中国酒类电商零售行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国酒类电商零售行业市场规模分析

第三节 中国酒类电商零售行业供应情况分析

第四节 中国酒类电商零售行业需求情况分析

第五节 我国酒类电商零售行业细分市场分析

- 1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国酒类电商零售行业供需平衡分析

第七节 中国酒类电商零售行业发展趋势分析

第五章 中国酒类电商零售所属行业运行数据监测

第一节 中国酒类电商零售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国酒类电商零售所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国酒类电商零售所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国酒类电商零售市场格局分析

第一节 中国酒类电商零售行业竞争现状分析

一、中国酒类电商零售行业竞争情况分析

二、中国酒类电商零售行业主要品牌分析

第二节 中国酒类电商零售行业集中度分析

一、中国酒类电商零售行业市场集中度影响因素分析

二、中国酒类电商零售行业市场集中度分析

第三节 中国酒类电商零售行业存在的问题

第四节 中国酒类电商零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国酒类电商零售行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国酒类电商零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国酒类电商零售行业消费市场动态情况

第二节 中国酒类电商零售行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 酒类电商零售行业成本结构分析

第四节 酒类电商零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国酒类电商零售行业价格现状分析

第六节 中国酒类电商零售行业平均价格走势预测

一、中国酒类电商零售行业价格影响因素

二、中国酒类电商零售行业平均价格走势预测

三、中国酒类电商零售行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国酒类电商零售行业区域市场现状分析

第一节 中国酒类电商零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区酒类电商零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酒类电商零售市场规模分析

四、华东地区酒类电商零售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区酒类电商零售市场规模分析

四、华中地区酒类电商零售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区酒类电商零售市场规模分析
- 四、华南地区酒类电商零售市场规模预测

第九章 2017-2021年中国酒类电商零售行业竞争情况

第一节 中国酒类电商零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国酒类电商零售行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国酒类电商零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 酒类电商零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国酒类电商零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国酒类电商零售行业未来发展前景分析

一、酒类电商零售行业国内投资环境分析

二、中国酒类电商零售行业市场机会分析

三、中国酒类电商零售行业投资增速预测

第二节 中国酒类电商零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国酒类电商零售行业市场发展预测

一、中国酒类电商零售行业市场规模预测

二、中国酒类电商零售行业市场规模增速预测

三、中国酒类电商零售行业产值规模预测

四、中国酒类电商零售行业产值增速预测

五、中国酒类电商零售行业供需情况预测

第四节 中国酒类电商零售行业盈利走势预测

一、中国酒类电商零售行业毛利润同比增速预测

二、中国酒类电商零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国酒类电商零售行业投资风险与营销分析

第一节 酒类电商零售行业投资风险分析

- 一、酒类电商零售行业政策风险分析
- 二、酒类电商零售行业技术风险分析
- 三、酒类电商零售行业竞争风险分析
- 四、酒类电商零售行业其他风险分析

第二节 酒类电商零售行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国酒类电商零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国酒类电商零售行业品牌战略分析

- 一、酒类电商零售企业品牌的重要性
- 二、酒类电商零售企业实施品牌战略的意义
- 三、酒类电商零售企业品牌的现状分析
- 四、酒类电商零售企业的品牌战略
- 五、酒类电商零售品牌战略管理的策略

第二节 中国酒类电商零售行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国酒类电商零售行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国酒类电商零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国酒类电商零售行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国酒类电商零售行业营销渠道策略

一、酒类电商零售行业渠道选择策略

二、酒类电商零售行业营销策略

第三节 中国酒类电商零售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国酒类电商零售行业重点投资区域分析

二、中国酒类电商零售行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/556048556048.html>