

2016-2022年中国食品电子商务市场深度调研及“十三五”投资前景预测报告

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《2016-2022年中国食品电子商务市场深度调研及“十三五”投资前景预测报告》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/shipin/239556239556.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2015年第二季度中国网上零售市场交易规模达到4670.1亿元，环比增长17.15%。中国网上零售市场的份额随着互联网络的飞速发展，不断蚕食传统零售市场，其中移动互联网更是市场发展的催化剂，移动互联网已经成为人民日常购物最常用的工具。网上零售市场以成本低，覆盖面广等特点，可以在最低成本的同时，覆盖到更多的客户。

根据调查发现，食品电商市场在2010年占比仅为0.08%，经过5年的发展2014年市场占比提升到1.02%，预计2015年其占比将继续走高达1.78%。食品电商市场主要受到食品保质期与配送的影响，市场发展缓慢。配送与物品保存，需要建立众多存放机构。并且由于食品保质期周期短，前期市场投入较小，所以发展缓慢。但随着消费者需求量的不断加大，物流环节运转起来，未来食品存放周期将会变短，食品变质风险降低。

根据调查发现，2015年上半年食品电商市场份额分布以天猫超市28%的占比，排在第一位；京东以22%的占比排在第二位；我买网以17%的占比排在第三位，构成食品电商市场第一梯队。1号店、苏宁易购、亚马逊、顺丰优选、本来生活等占比分别为9%、8%、6%、3%、2%。

天猫与京东作为电商行业的龙头企业，正是看准食品电商未来发展潜力，纷纷加大在该产业上的投放力度，保持自身在市场中的地位。排在第三位的我买网，背靠中粮集团庞大的资金支持，还拥有更为专业的海外直采专业队伍、议价团队，保证产品的质量与价格有着较高的优势。另外，我买网还在60个城市建立了完整的冷链物流系统，以保证从源头到“最后一公里”，能够有效解决生鲜产品配送难，保质难得问题。

中国报告网发布的《2016-2022年中国食品电子商务市场深度调研及“十三五”投资前景预测报告》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、市场前景、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。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。

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。

第一章 中国食品行业电子商务市场发展综述

第一节 电子商务行业概况

一、电子商务行业定义

二、电子商务行业结构分析

三、电子商务发展历程分析

第二节 电子商务优势分析

一、成本优势

二、市场反应灵敏

三、消费便捷时尚

四、低门槛或者零门槛进入

第三节 食品行业电子商务概况

一、食品行业进入电子商务必要性分析

二、食品行业电子商务现状分析

三、食品行业电子商务特征分析

第二章 2013-2015年中国食品行业电子商务市场PEST分析

第一节 电子商务业相关政策与规划

一、《电子商务模式规范》

二、《关于促进电子商务规范发展的意见》

三、《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》

四、《关于加快流通领域电子商务发展的意见》

五、《关于网上交易的指导意见（暂行）》

六、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

七、《关于加强银行卡安全管理预防和打击银行卡犯罪的通知》

八、《非金融机构支付服务管理办法》

九、中国电子商务行业“十三五”规划

十、上海市电子商务行业规划

十一、杭州市电子商务行业规划

十二、广州市电子商务行业规划

十三、北京市电子商务行业规划

十四、深圳市电子商务行业规划

十五、厦门市电子商务行业规划

第二节 食品业相关政策与规划

一、《中华人民共和国食品安全法》

二、《食品添加剂使用标准》（GB2760-2011）

三、卫生部质检总局关于规范食品添加剂标准管理的公告（2011年第6号）

四、《轻工业调整和振兴规划》

五、中国食品行业“十三五”规划

第三节 经济环境（E）

一、国际经济环境

二、国内经济环境

第四节 社会环境（S）

一、居民消费结构

二、居民消费观念

三、居民食品消费现状

四、居民食品购买渠道

第五节 技术环境（T）

一、电子商务技术

二、食品物流技术

三、食品制造行业技术水平

第三章 2013-2015年中国食品行业电子商务产业主体发展分析

第一节 食品工业经济地位分析

第二节 食品工业主要经济指标情况

一、产销规模

二、盈利规模

三、企业数量

四、成本费用结构

第三节 食品工业运营绩效分析

一、成长能力

二、盈利能力

三、偿债能力

四、运营能力

第二节 全球电子商务行业发展分析

一、全球电子商务行业发展概况

二、全球电子商务行业市场规模分析

三、全球电子商务行业市场竞争格局分析

1、美国电子商务行业发展状况分析

2、欧洲电子商务行业发展状况分析

3、亚洲电子商务行业发展状况分析

四、国际电子商务行业成功经验借鉴

第三节 中国电子商务行业发展分析

一、中国电子商务行业发展规模

1、中国电子商务行业发展概况

2、中国电子商务网站规模

3、中国电子商务行业市场规模

二、中国电子商务行业市场竞争格局分析

三、中国电子商务行业发展主要特点

四、中国电子商务行业信息安全及诚信体系

1、中国电子商务行业信息安全发展状况

2、中国电子商务行业诚信体系

第四章 2013-2015年中国食品物流业现状分析

第一节 中国物流行业发展分析

一、物流行业的产业阶段分析

二、物流行业的盈利能力分析

三、物流行业的竞争状况分析

四、物流行业的运行指标分析

1、物流总额增幅及构成情况

2、物流总费用增幅及构成情况

3、物流业增加值增幅及贡献情况

4、物流固定资产投资及增长情况

5、全国重点企业物流统计调查情况

第二节 中国冷链物流行业发展分析

一、中国冷链物流发展现状分析

1、冷鲜产品损耗率分析

2、产品冷链流通率分析

3、冷链物流设施设备分析

4、与国外冷链物流的比较

二、中国冷库资源发展状况分析

1、中国冷库保有量分析

2、冷库建筑结构与特点

3、冷库的发展趋势分析

三、中国冷链物流外包情况分析

1、第三方冷链物流企业数量

2、第三方冷链物流发展特点

3、冷链物流外包必要性分析

4、第三方冷链物流发展建议

第三节 中国食品物流业发展分析

一、中国食品物流业发展概况

1、食品物流必要性分析

2、食品物流特征分析

二、中国食品物流业发展现状

1、中国食品物流规模

2、中国食品物流成本剖析

3、中国食品行业物流现存问题

4、中国食品行业物流改进对策

三、中国食品物流业供应链分析

1、中国食品物流业供应链发展现状

2、中国食品物流业供应链改进策略

第五章 2013-2015年食品行业电子商务市场发展与竞争分析

第一节 中国食品行业电子商务应用现状分析

一、行业电子商务应用方式分析

1、企业网上宣传

2、网上市场调研

3、网络分销联系

4、网上直接销售

5、网上营销集成

二、行业电子商务规模分析

三、行业进出口电子商务市场分析

第二节 中国食品行业电子商务价值链构成分析

一、商品供应

二、销售、发货后勤

三、信息服务

第三节 中国食品行业电子商务成本构成分析

一、技术成本

二、客户成本

三、物流成本

四、交易成本

第六章 2013-2015年中国食品行业电子商务细分市场分析

第一节 行业垂直型电子商务市场分析

一、市场概况

二、目标客户

三、采购特征

四、物流特征

第二节 行业综合型电子商务市场分析

一、市场概况

二、目标客户

三、采购特征

四、物流特征

第七章 2013-2015年中国食品行业电子商务模式分析

第一节 中国食品行业电子商务模式概况

一、B2B模式

二、B2C模式

三、C2C模式

第二节 中国食品行业B2B电子商务模式分析

一、市场概况

二、盈利模式

三、目标客户

四、采购特征

五、物流特征

六、成本分析

第三节 中国食品行业B2C电子商务模式分析

一、市场概况

二、盈利模式

三、目标客户

四、采购特征

五、物流特征

六、成本分析

第四节 中国食品行业C2C电子商务模式分析

一、市场概况

二、盈利模式

三、目标客户

四、采购特征

五、物流特征

六、成本分析

第八章 2013-2015年中国食品行业电子商务营销分析

第一节 中国食品行业营销分析

一、食品品牌营销分析

(1) 食品行业品牌现状分析

(2) 食品行业主要品牌营销策略

(3) 地方特色食品品牌策略

(4) 食品品牌发展战略

二、食品包装营销分析

(1) 食品包装设计特点分析

(2) 食品礼品包装分析

三、食品广告营销分析

(1) 食品广告投放现状分析

(2) 食品营销广告媒体种类分析

四、食品行业节日营销分析

五、食品行业渠道营销分析

(1) 食品销售渠道概述

1) 传统渠道模式

2) 网络销售渠道模式

(2) 食品销售渠道模式变迁

(3) 传统渠道电子商务渠道关联分析

第二节 中国食品行业电子商务营销方式分析

一、搜索引擎营销

(1) 搜索引擎营销结构分析

(2) 搜索引擎营销现状分析

(3) 搜索引擎营销成本收益分析

(4) 食品行业搜索引擎营销案例分析

二、论坛营销

(1) 论坛营销结构分析

(2) 论坛营销现状分析

(3) 论坛营销成本收益分析

(4) 食品行业论坛营销案例分析

三、博客营销

(1) 博客营销结构分析

(2) 博客营销现状分析

(3) 博客营销成本收益分析

(4) 食品行业博客营销案例分析

四、微博营销

(1) 微博营销结构分析

(2) 微博营销现状分析

(3) 微博营销成本收益分析

(4) 食品行业微博营销案例分析

五、视频营销

(1) 视频营销结构分析

(2) 视频营销现状分析

(3) 视频营销成本收益分析

(4) 食品行业视频营销案例分析

六、问答营销

(1) 问答营销结构分析

(2) 问答营销现状分析

(3) 问答营销成本收益分析

(4) 食品行业问答营销案例分析

七、权威百科营销

(1) 权威百科营销结构分析

(2) 权威百科营销现状分析

(3) 权威百科营销成本收益分析

(4) 食品行业权威百科营销案例分析

八、企业新闻营销

(1) 企业新闻营销结构分析

(2) 企业新闻营销现状分析

(3) 企业新闻营销成本收益分析

(4) 食品行业企业新闻营销案例分析

第九章 中国食品行业领先电子商务网站运营分析

第一节 中粮我买网

一、网站简介

二、网站主营业务分析

三、网站首页布局分析

四、网站营销策略

五、网站盈利模式

第二节 食品商务网

一、网站简介

二、网站主营业务分析

三、网站首页布局分析

四、网站营销策略

五、网站盈利模式

六、网站经营状况分析

第三节 红图食品网

第四节 京东商城

一、网站简介

二、网站主营业务分析

三、网站首页布局分析

四、网站营销策略

五、网站盈利模式

六、网站经营状况分析

七、网站最新发展动向分析

图表目录（部分）：

图表 2016-2021年美国经济数据及预测（单位 %）

图表 2016-2021年欧洲经济数据及预测（单位 %）

图表 2011-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/239556239556.html>