

2018-2024年中国果汁饮料电商市场深度调查评估 及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国果汁饮料电商市场深度调查评估及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/330940.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：

第一章中国电子商务行业发展现状分析1

第一节电子商务基本概况1

一、电子商务基本定义1

二、电子商务发展阶段3

三、电子商务基本特征6

四、电子商务支撑环境7

五、电子商务基本模式9

1、电子商务分类9

2、电子商务功能9

3、电子商务运营模式11

4、电子商务行业的产品特点14

第二节中国电子商务规模分析16

一、电子商务交易规模分析16

二、电子商务市场结构分析18

1、电子商务市场结构18

2、电子商务区域结构18

三、电子商务从业人员规模19

四、电子商务相关融合产业20

第三节中国电子商务细分行业分析27

一、B2B电子商务发展分析27

2、B2B企业规模分析27

3、B2B市场营收分析28

4、B2B市场份额分析29

5、B2B用户规模分析30

6、B2B发展趋势分析31

二、网络零售市场发展分析34

1、网络零售交易规模34

2、网络零售市场占比35

3、网络零售市场份额35

4、网络零售用户规模36

5、网络零售网店规模37

- 6、移动电商市场规模37
- 7、移动电商用户规模38
- 8、海外代购市场规模39
- 9、网络零售市场发展趋势39

第二章互联网环境下果汁行业的机会与挑战41

第一节2017年中国互联网环境分析41

- 一、网民基本情况分析41
 - 1、总体网民规模分析41
 - 2、分省网民规模分析41
 - 3、手机网民规模分析42
 - 4、网民属性结构分析43
- 二、网民互联网应用状况46
 - 1、信息获取情况分析46
 - 2、商务交易发展情况48
 - 3、交流沟通现状分析55
 - 4、网络娱乐应用分析57

第二节互联网环境下果汁行业的机会与挑战61

- 一、互联网时代行业大环境的变化61
- 二、互联网直击传统行业消费痛点63
- 三、互联网助力企业开拓市场64

第三节互联网果汁行业的改造与重构64

- 一、互联网重构行业的供应链格局64
- 二、互联网改变生产厂商营销模式65
- 三、互联网导致行业利益重新分配67
- 四、大数据成为果汁行业市场营销的利器67

第四节果汁与互联网融合创新机会孕育68

- 一、电商政策变化趋势分析68
- 二、电子商务消费环境趋势分析70
- 三、互联网有助于精确果汁行业市场定位70
- 四、电商黄金发展期机遇分析71
- 五、大数据创新果汁行业需求开发74

第三章果汁行业市场规模与电商未来空间预测75

第一节果汁行业发展现状分析75

一、果汁行业产业政策分析	75
二、果汁行业发展现状分析	76
1、果汁行业发展阶段	76
2、果汁行业发展现状	77
3、2017年果汁行业特点	79
4、中国果汁行业存在的问题	81
三、果汁行业市场规模分析	83
四、果汁行业经营效益分析	84
五、果汁行业竞争格局分析	85
六、果汁行业发展前景预测	85
第二节果汁电商市场规模与渗透率	87
一、果汁电商总体开展情况	87
二、果汁电商交易规模分析	88
三、果汁电商渠道渗透率分析	89
第三节果汁电商行业盈利能力分析	89
一、果汁电子商务发展有利因素	89
二、果汁电子商务发展制约因素	91
三、果汁电商行业经营成本分析	91
四、果汁电商行业盈利模式分析	92
五、果汁电商行业盈利水平分析	94
第四节电商行业未来前景及趋势预测	94
一、果汁电商行业市场空间测算	94
二、果汁电商市场规模预测分析	95
三、果汁电商发展趋势预测分析	96
第四章果汁企业转型电子商务战略分析	97
第一节果汁企业转型电商优势分析	97
一、前期投入成本优势	97
二、供应链体系建设优势	97
三、渠道管控优势分析	97
四、零售运营经验优势	97
第二节果汁企业转型电商流程管理	98
一、网站运营流程管理	98
二、网络销售流程管理	99
三、产品发货流程管理	100

四、采购管理流程管理101

五、订单销售流程管理102

六、库房操作流程管理102

第三节果汁强企业电子商务成本分析107

一、果汁电商成本构成分析107

二、果汁电商采购成本分析108

三、果汁电商运营成本分析108

四、果汁电商履约成本分析109

五、果汁电商交易成本分析109

第五章果汁企业转型电商体系构建及平台选择111

第一节果汁企业转型电商构建分析111

一、果汁电子商务关键环节分析111

1、产品采购与组织111

2、电商网站建设111

3、网站品牌建设及营销111

4、服务及物流配送体系112

二、果汁企业电子商务网站构建112

1、商务分析阶段112

2、设计阶段112

3、建设变革阶段113

4、整合运行阶段113

第二节果汁企业转型电商发展途径113

一、电商B2B发展模式113

二、电商B2C发展模式124

三、电商C2C发展模式130

四、电商O2O发展模式136

第三节果汁企业转型电商平台选择分析139

一、果汁企业电商建设模式139

二、借助第三方网购平台140

1、电商平台的优劣势140

2、电商平台盈利模式141

三、电商服务外包模式分析142

1、电商服务外包的优势142

2、电商服务外包可行性143

3、电商服务外包前景144

四、果汁企业电商平台选择策略145

第六章果汁行业电子商务运营模式分析147

第一节果汁电子商务B2B模式分析147

一、果汁电子商务B2B市场概况147

二、果汁电子商务B2B盈利模式147

三、果汁电子商务B2B运营模式148

四、果汁电子商务B2B的供应链150

第二节果汁电子商务B2C模式分析151

一、果汁电子商务B2C市场概况151

二、果汁电子商务B2C市场规模152

三、果汁电子商务B2C盈利模式152

四、果汁电子商务B2C物流模式152

五、果汁电商B2C物流模式选择153

第三节果汁电子商务C2C模式分析154

一、果汁电子商务C2C市场概况154

二、果汁电子商务C2C盈利模式154

三、果汁电子商务C2C信用体系154

四、果汁电子商务C2C物流特征155

第四节果汁电子商务O2O模式分析155

一、果汁电子商务O2O市场概况156

四、果汁电子商务O2O潜在风险157

第七章果汁行业电子商务营销推广模式分析159

第一节搜索引擎营销159

一、搜索引擎营销现状分析159

二、搜索引擎营销推广模式159

三、搜索引擎营销特点分析160

第二节论坛营销161

一、论坛营销概述分析161

二、论坛营销优势分析161

三、论坛营销策略分析162

第三节微博营销164

一、微博营销概况分析164

二、微博营销的优劣势164

三、微博营销模式分析166

第四节微信营销167

一、微信营销概况分析167

二、微信营销的优劣势168

三、微信营销模式分析169

第五节视频营销172

一、视频营销概述分析172

二、视频营销优势分析172

三、视频营销策略分析175

第六节问答营销176

一、问答营销概述分析176

二、问答营销运营模式176

三、问答营销特点分析177

第七节权威百科营销178

一、权威百科营销概况178

二、权威百科营销优势178

三、权威百科营销形式179

第八节企业新闻营销180

一、企业新闻营销概况180

二、企业新闻营销方式181

三、企业新闻营销策略181

第八章果汁行业电商运营优秀案例研究183

第一节汇源183

一、企业发展基本情况183

二、企业主要产品分析183

三、企业经营效益情况185

四、企业电商运营模式186

五、企业电商经营成效187

六、企业电商战略分析188

第二节美汁源188

一、企业发展基本情况188

二、企业主要产品分析188

三、企业经营效益情况190

四、企业电商运营模式190

五、企业电商经营成效191

六、企业电商战略分析191

第三节统一191

一、企业发展基本情况191

二、企业主要产品分析191

三、企业电商优势192

四、企业电商运营模式192

五、企业电商经营成效192

六、企业电商战略分析193

第四节纯果乐193

一、企业发展基本情况193

二、企业主要产品分析193

三、企业经营效益分析193

四、企业电商运营模式194

五、企业电商战略分析194

第五节娃哈哈195

一、企业发展基本情况195

二、企业主要产品分析196

三、企业经营效益分析196

四、企业电商运营模式196

五、企业电商经营成效197

六、企业电商战略分析197

第九章果汁主流电商平台比较及企业入驻选择199

第一节天猫商城199

一、天猫商城发展基本概述199

二、天猫商城用户特征分析199

三、天猫商城网购优势分析199

四、天猫商城交易规模分析201

五、天猫商城平均消费金额分析202

六、天猫商城企业入驻情况202

第二节京东商城203

一、京东商城发展基本概述203

二、京东商城用户特征分析203

三、京东商城网购优势分析204

四、京东商城交易规模分析206

五、京东商城平均消费金额分析207

六、京东商城企业入驻情况207

第三节1号店207

一、1号店发展基本概述207

二、1号店用户特征分析208

三、1号店网购优势分析208

四、1号店交易规模分析209

五、1号店平均消费金额分析209

六、1号店企业入驻情况209

第四节亚马逊中国210

一、亚马逊发展基本概述210

二、亚马逊用户特征分析211

三、亚马逊网购优势分析211

四、亚马逊交易规模分析212

五、亚马逊平均消费金额分析212

第五节当当网212

一、当当网发展基本概述212

二、当当网用户特征分析213

三、当当网网购优势分析214

四、当当网交易规模分析214

五、当当网平均消费金额分析214

第十章果汁企业进入电子商务领域投资策略分析215

第一节果汁企业电子商务市场投资要素215

一、企业自身发展阶段的认知分析215

二、企业开展电子商务目标的确定215

三、企业电子商务发展的认知确定216

四、企业转型电子商务的困境分析216

第二节果汁企业转型电商物流投资分析217

一、果汁企业电商自建物流分析217

1、电商自建物流的优势分析217

2、电商自建物流的负面影响218

二、果汁企业电商外包物流分析219

- 1、快递业务量完成情况219
- 2、快递业务的收入情况219
- 3、快递业竞争格局分析220
- 三、果汁电商物流构建策略分析220
 - 1、入库质量检查220
 - 2、在库存储管理220
 - 3、出库配货管理221
 - 4、发货和派送221
 - 5、退货处理221
- 第三节果汁企业电商市场策略分析222

图表目录：

- 图表：2013-2017年电子商务交易规模17
- 图表：2017年电子商务市场细分行业构成18
- 图表：2013-2017年电子商务服务企业直接从业人员19
- 图表：2017年中国电子商务服务企业分布图21
- 图表：2013-2017年B2B市场交易规模27
- 图表：2013-2017年B2B企业规模28
- 图表：2013-2017年中国B2B电子商务服务商的营收规模28
- 图表：2017年B2B服务商市场份额占比29
- 图表：2013-2017年第三方电子商务平台的中小企业用户规模31
- 图表：2013-2017年网络零售交易规模34
- 图表：2013-2017年网购规模占社会消费品零售总额比例35
- 图表：2013-2017年B2C网络购物交易市场份额占比36
- 图表：2013-2017年中国网购用户规模36
- 图表：2013-2017年网络零售网点规模37
- 图表：2013-2017年中国移动网购交易规模38
- 图表：2013-2017年移动电商用户规模38
- 图表：2013-2017年海外代购市场规模39
- 图表：2013-2017年中国网民规模和互联网普及率41
- 图表：2017年中国内地分省网民规模及互联网普及率42
- 图表：2013-2017年中国手机网民规模及其占网民比例43
- 图表：2013-2017年中国网民性别结构44
- 图表：2013-2017年中国网民年龄结构45
- 图表：2013-2017年中国网民学历结构45

图表：2013-2017年搜索/手机搜索用户规模47

图表：2013-2017年博客用户规模48

图表：2013-2017年网购/手机网购用户规模49

图表：2017年网络购物市场品牌渗透率50

图表：2013-2017年团购/手机团购用户规模50

图表：2017年团购市场品牌渗透率51

图表：2013-2017年网上支付/手机网上支付用户规模52

图表：2017年网上支付市场品牌渗透率53

图表：2013-2017年在线旅游预订/手机在线旅游预订用户规模54

图表：2017年在线旅游市场品牌渗透率55

图表：2013-2017年即时通信/手机即时通信用户规模56

图表：2013-2017年微博客/手机微博客用户规模57

图表：2013-2017年网络游戏/手机网络游戏用户规模58

图表：2013-2017年网络文字用户规模59

图表：2013-2017年网络视频/手机网络视频用户规模60

图表：2011-2017年我国果汁产量78

图表：2011-2017年我国果汁行业市场规模及增长率分析84

图表：2012-2017年中国果汁行业利润总额84

图表：2012-2017年中国电商果汁电商交易规模88

图表：2012-2017年我国果汁电商渠道渗透率89

图表：2018-2024年果汁电商市场规模预测95

图表：网站运营流程图98

图表：订单销售流程102

图表：B2B电子商务供应链示意图114

图表：买方集中模式的结构图119

图表：卖方集中模式的结构图122

图表：网上交易市场的结构图123

图表：B2C电子商务销售渠道125

图表：2012-2017年我国电商果汁B2C市场规模152

图表：汇源集团利润表分析185

图表：汇源集团资产利润表分析186

图表：汇源集团先进流量表分析186

图表：2013-2017年知我网企业电商经营绩效187

图表：2013-2017年企业电商经营绩效191

图表：2013-2017年企业电商经营绩效192

图表：天猫商城用户年龄结构199

图表：2017年天猫商城数据201

图表：2017年天猫商城平均消费金额分析202

图表：京东用户各移动设备上网时间段分析204

图表：2017年京东商城每单消费金额207

图表：当当网用户地区分布213

图表：当当网用户年龄分布213

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/330940.html>