

2019-2025年中国花果茶电商行业发展趋势及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国花果茶电商行业发展趋势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/394840.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

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。

报告目录：

第一章 中国电子商务行业发展现状分析12

第一节 电子商务基本概况12

一、电子商务基本定义12

二、电子商务发展阶段12

三、电子商务基本特征13

四、电子商务支撑环境14

五、电子商务基本模式17

（一）电子商务分类17

（二）电子商务功能18

（三）电子商务运营模式20

第二节 中国电子商务规模分析23

一、电子商务交易规模分析23

二、电子商务市场结构分析23

三、电子商务从业人员规模24

四、电子商务相关融合产业25

第三节 中国电子商务细分行业分析26

一、B2B电子商务发展分析26

（一）B2B市场规模分析26

（二）B2B企业规模分析27

（三）B2B市场营收分析28

（四）B2B市场份额分析29

（五）B2B用户规模分析29

二、网络零售市场发展分析30

（一）网络零售交易规模30

（二）网络零售市场占比31

（三）网络零售市场份额31

（四）网络零售用户规模32

（五）移动网购交易规模33

第二章互联网环境下花果茶行业的机会与挑战34

第一节2018年中国互联网环境分析34

一、网民基本情况分析34

（一）总体网民规模分析34

（二）分省网民规模分析35

（三）手机网民规模分析37

（四）网民属性结构分析37

二、网民互联网应用状况41

（一）信息获取情况分析41

（二）商务交易发展情况44

（三）交流沟通现状分析52

（四）网络娱乐应用分析54

第二节互联网环境下花果茶行业的机会与挑战57

一、互联网时代行业大环境的变化57

二、互联网直击传统行业消费痛点59

三、电商成为传统企业突破口61

第三节互联网花果茶行业的改造与重构61

一、互联网重构行业的供应链格局61

二、互联网改变生产厂商营销模式62

三、互联网导致行业利益重新分配62

第四节花果茶与互联网融合创新机会孕育62

一、电商政策变化趋势分析62

二、电子商务消费环境趋势分析63

三、互联网技术对行业支撑作用64

四、电商黄金发展期机遇分析65

第三章花果茶行业市场规模与电商未来空间预测66

第一节花果茶行业发展现状分析66

一、花果茶行业产业政策分析66

（一）农业相关政策分析66

（二）茶业相关标准分析66

（三）“一带一路”催生中国茶业新机遇67

1、“一带一路”定义67

2、“一带一路”的意义68

3、“一带一路”促进茶产业发展68

二、花果茶行业发展现状分析69

三、花果茶上游生产情况分析	69
四、花果茶行业市场规模分析	70
五、花果茶行业竞争格局分析	70
六、花果茶行业发展前景预测	70
第二节花果茶行业营销市场分析	71
一、花果茶行业营销定位分析	71
(一) 地理因素	71
(二) 人文因素	71
(三) 消费者行为分析	72
(四) 消费倾向分析	72
(五) 消费者习惯分析	72
(六) 目标市场的选择	72
(七) 市场定位战略	72
二、花果茶行业营销策略分析	73
(一) 产品策略	73
(二) 价格策略	74
(三) 分销渠道策略	75
(四) 促销策略	76
第三节花果茶电商市场规模与渗透率	77
一、花果茶电商总体开展情况	77
二、花果茶电商交易规模分析	78
三、天猫花果茶店家交易规模	78
(一) 四月茶依交易规模统计	78
(二) 忆妍交易规模统计	79
(三) 艺福堂交易规模统计	80
(四) 陌上花开交易规模统计	80
(五) 玛缇娜交易规模统计	81
(六) 天猫超市交易规模统计	82
(七) 三只松鼠交易规模统计	82
(八) 简品100交易规模统计	83
(九) 唯此交易规模统计	83
(十) 以美交易规模统计	84
四、花果茶电商渠道渗透率分析	84
第四节花果茶电商所属行业盈利能力分析	85
一、花果茶电子商务发展有利因素	85

- 二、花果茶电子商务发展制约因素85
- 三、花果茶电商行业经营成本分析86
- 四、花果茶电商行业盈利模式分析86
- 五、花果茶电商行业盈利水平分析86
- 第五节电商行业未来前景及趋势预测87
 - 一、花果茶电商市场前景分析87
 - 二、花果茶电商发展趋势预测分析87
- 第四章花果茶企业转型电子商务战略分析88
 - 第一节花果茶企业转型电商优势分析88
 - 一、前期投入成本优势88
 - 二、供应链体系建设优势88
 - 三、渠道管控优势分析89
 - 四、零售运营经验优势89
 - 第二节花果茶企业转型电商流程管理90
 - 一、网站运营流程管理90
 - 二、网络销售流程管理91
 - 三、产品发货流程管理91
 - 四、采购管理流程分析92
 - 五、订单销售流程管理93
 - 六、库房操作流程管理95
 - 七、订单配送流程管理96
 - 第三节花果茶企业电子商务成本分析97
 - 一、花果茶电商成本构成分析97
 - 二、花果茶电商采购成本分析98
 - 三、花果茶电商运营成本分析99
 - 四、花果茶电商履约成本分析99
 - 五、花果茶电商交易成本分析99
- 第五章花果茶企业转型电商体系构建及平台选择100
 - 第一节花果茶企业转型电商构建分析100
 - 一、花果茶电子商务关键环节分析100
 - (一) 产品采购与组织100
 - (二) 电商网站建设100
 - (三) 网站品牌建设及营销100
 - (四) 服务及物流配送体系100
 - (五) 网站增值服务101

二、花果茶企业电子商务网站构建101

（一）网站域名申请101

（二）网站运行模式102

（三）网站开发规划103

（四）网站需求规划104

第二节花果茶企业转型电商发展途径105

一、电商B2B发展模式105

二、电商B2C发展模式105

三、电商C2C发展模式106

四、电商O2O发展模式108

第三节花果茶企业转型电商平台选择分析108

一、花果茶企业电商建设模式108

二、自建商城网店平台108

（一）自建商城概况分析108

（二）自建商城优势分析109

三、借助第三方网购平台110

（一）电商平台的优劣势110

（二）电商平台盈利模式112

四、电商服务外包模式分析114

（一）电商服务外包的优势114

（二）电商服务外包可行性114

（三）电商服务外包前景115

五、花果茶企业电商平台选择策略116

第六章花果茶行业电子商务运营模式分析118

第一节花果茶电子商务B2B模式分析118

一、花果茶电子商务B2B盈利模式118

二、花果茶电子商务B2B客户分析119

三、花果茶电子商务B2B采购分析119

四、花果茶电子商务B2B物流分析120

第二节花果茶电子商务B2C模式分析120

一、花果茶电子商务B2C盈利模式120

二、花果茶电子商务B2C物流模式122

三、花果茶电商B2C物流模式选择123

第三节花果茶电子商务C2C模式分析124

一、花果茶电子商务C2C盈利模式124

二、花果茶电子商务C2C信用体系125

三、花果茶电子商务C2C物流特征127

第四节花果茶电子商务O2O模式分析127

一、花果茶电子商务O2O优势分析127

二、花果茶电子商务O2O营销模式128

三、花果茶电子商务O2O潜在风险129

第七章花果茶行业电子商务营销推广模式分析131

第一节搜索引擎营销131

一、搜索引擎营销现状分析131

二、搜索引擎营销推广模式131

三、搜索引擎营销收益分析132

四、搜索引擎营销竞争分析134

第二节论坛营销134

一、论坛营销概述分析134

二、论坛营销优势分析134

三、论坛营销策略分析135

第三节博客营销136

一、博客营销概况分析136

二、博客营销优势分析137

三、博客营销模式分析138

第四节微博营销139

一、微博营销概况分析139

二、微博营销的优劣势139

三、微博营销模式分析140

四、微博营销竞争分析142

第五节视频营销143

一、视频营销概述分析143

二、视频营销优势分析144

三、视频营销策略分析145

四、视频营销竞争分析146

第六节问答营销147

一、问答营销概述分析147

二、问答营销运营模式147

三、问答营销竞争分析148

第七节权威百科营销148

一、权威百科营销概况148

二、权威百科营销优势149

三、权威百科营销形式149

第八节企业新闻营销151

一、企业新闻营销概况151

二、企业新闻营销方式152

三、企业新闻营销策略153

四、新闻营销竞争分析154

第八章花果茶行业电商运营优秀案例研究156

第一节四月茶依156

一、品牌基本情况156

二、品牌产品分析156

三、品牌销售情况156

四、品牌定位分析157

五、品牌服务理念157

第二节艺福堂158

一、品牌基本情况158

二、品牌产品分析158

三、品牌销售情况158

四、品牌生产模式159

五、品牌发展分析159

第三节玛缇娜159

一、品牌基本情况159

二、品牌产品分析159

三、品牌销售情况160

四、品牌生产模式160

第四节简品100161

一、品牌基本情况161

二、品牌发展历程161

三、品牌产品分析162

四、品牌销售情况162

五、品牌服务理念163

第五节爱这茶语163

一、品牌基本情况163

二、品牌产品分析163

三、品牌销售情况163

四、品牌服务理念164

五、品牌发展分析164

第九章花果茶主流电商平台比较及品牌入驻选择165

第一节天猫商城165

一、天猫商城发展基本概述165

二、天猫商城用户特征分析165

三、天猫商城网购优势分析165

四、天猫商城交易规模分析166

五、天猫商城企业入驻情况167

第二节京东商城169

一、京东商城发展基本概述169

二、京东商城用户特征分析169

三、京东商城网购优势分析170

四、京东商城交易规模分析170

五、京东商城品牌入驻情况171

第三节苏宁易购172

一、苏宁易购发展基本概述172

二、苏宁易购用户特征分析172

三、苏宁易购网购优势分析173

四、苏宁易购交易规模分析173

五、苏宁易购品牌入驻情况174

第四节1号店174

一、1号店发展基本概述174

二、1号店用户特征分析175

三、1号店网购优势分析175

四、1号店交易规模分析176

五、1号店品牌入驻情况176

第五节亚马逊中国178

一、亚马逊发展基本概述178

二、亚马逊用户特征分析179

三、亚马逊网购优势分析179

四、亚马逊交易规模分析180

五、亚马逊品牌入驻情况180

第六节当当网181

一、当当网发展基本概述181

二、当当网用户特征分析181

三、当当网网购优势分析182

四、当当网交易规模分析182

五、当当网品牌入驻情况182

第十章花果茶企业进入电子商务领域投资策略分析(AKHT)

第一节花果茶企业电子商务市场投资要素184

一、企业自身发展阶段的认知分析184

二、企业开展电子商务目标的确定185

三、企业电子商务发展的认知确定186

四、企业转型电子商务的困境分析188

第二节花果茶企业转型电商物流投资分析189

一、花果茶企业电商自建物流分析189

（一）电商自建物流的优势分析189

（二）电商自建物流的负面影响191

二、花果茶企业电商外包物流分析192

（一）快递业务量完成情况192

（二）快递业务的收入情况192

（三）快递业竞争格局分析194

三、花果茶电商物流构建策略分析195

（一）入库质量检查195

（二）在库存储管理196

（三）出库配货管理196

（四）发货和派送196

（五）退货处理196

第三节花果茶企业电商市场策略分析197

一、O2O电商模式197

二、收购电商策略197

三、借势电商策略197

四、做品牌不做渠道197

图表目录:

图表12010-2018年中国电子商务市场交易规模统计23

图表22018年中国电子商务细分行业构成情况24

图表32010-2018年中国电子商务服务企业直接从业人员规模统计25

图表4电子商务与国民经济深度融合产业图26

图表52010-2018年中国B2B电子商务市场交易规模统计27

图表62010-2018年中国B2B电子商务服务企业规模统计28

图表72010-2018年中国B2B电子商务服务商营收规模统计28

图表82018年中国B2B服务商市场份额占比图29

图表92010-2018年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模统计30

图表102010-2018年中国网络零售市场交易规模统计31

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/394840.html>