2027-2033年中国食品电子商务行业发展全景监测及投资战略研究报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2027-2033年中国食品电子商务行业发展全景监测及投资战略研究报告》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//channel/jingpin/electric/1187543.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

《2027-2033年中国食品电子商务行业发展全景监测及投资战略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对食品电子商务行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合食品电子商务行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。
本研究报告数据主要采用国家统计数据、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分析数据，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。

报告目录：

第一部分 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）网上市场评估
（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）网上支付交易规模
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
第四节 食品电子商务物流配送分析
一、食品物流市场发展状况分析
（一）食品物流发展特征分析
（二）食品物流市场现状分析
二、食品冷链物流市场发展分析
（一）食品冷链物流发展概况
（二）食品冷链物流需求现状
（三）食品冷链物流需求前景
三、食品冷链仓储投资建设情况

四、食品冷链物流外包发展分析

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
一、食品电子商务B2C市场概况
二、食品电子商务B2C市场规模
三、食品电子商务B2C盈利模式
四、食品电子商务B2C物流模式
五、食品电商B2C物流模式选择
第三节 食品电子商务C2C模式分析
一、食品电子商务C2C市场概况
二、食品电子商务C2C盈利模式
三、食品电子商务C2C信用体系
四、食品电子商务C2C物流特征
五、重点C2C电商企业发展分析
第四节 食品电子商务O2O模式分析
一、食品电子商务O2O市场概况
二、食品电子商务O2O优势分析
三、食品电子商务O2O营销模式
四、食品电子商务O2O潜在风险

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
（一）食品电商市场发展现状
（二）食品电商市场发展特征
（三）食品电商发展要求分析
（四）食品电商商城平台优势
二、食品电子商务市场运营分析
（一）食品电商市场交易情况

（二）食品电子商务运营重点
（三）食品电商仓储供应链管理
三、食品电子商务盈利模式分析
（一）品牌盈利型
（二）产品驱动型
（三）渠道驱动型
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
一、食品电商运营成本构成
二、食品电商采购成本分析
三、食品电商运营成本分析
四、食品电商履约成本分析
五、食品电商推广成本分析
六、食品电商物流成本分析
七、食品电商交易成本分析
第四节 食品电子商务市场竞争分析
一、食品电商市场竞争状况分析
二、食品电子商务市场竞争因素
（一）网络食品安全
（二）入驻商家认证
（三）电商物流配送
（四）网站食品种类
（五）网站交易安全
三、食品电子商务市场竞争趋势

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）食品品牌投资前景
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
一、搜索引擎营销
二、论坛营销
三、博客营销

四、微博营销
五、视频营销
六、问答营销
七、权威百科营销
八、企业新闻营销
第四节 食品电子商务新兴营销方式分析
一、线下营销创新分析
二、电视节目营销分析
三、节日营销方式分析
四、短信营销方式分析
五、微信营销方式分析

第五章 中国食品行业电子商务市场评估分析
第一节 食品网购品类分析
第二节 食品网购人群分析
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分析
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、热销地区网购产品对比分析
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
三、红图食品网
四、同源康商城
五、顺丰优选
六、本来生活网
七、龙宝溯源商城
八、中国零食网
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）京东商超业务发展分析
三、当当网
四、亚马逊中国
五、1号店超市
六、QQ商城
第四节 平台型食品电子商务案例分析
一、平台型食品电子商务市场发展分析
二、阿里巴巴
三、淘宝网
四、天猫

第二部分 细分市场篇
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
（一）果蔬生产情况分析
（二）肉类生产情况分析
（三）水产品生产情况分析
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、生鲜食品市场发展现状分析
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
六、生鲜食品网购市场风险分析
七、生鲜食品电商市场发展趋势
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
（一）水果电子商务市场现状
（二）水果电子商务网站情况
（三）水果网络营销策略分析
二、蔬菜电子商务市场发展分析
（一）蔬菜网络销售发展优势
（二）蔬菜电子商务市场现状
三、肉类电子商务市场发展分析
（一）肉类电商市场发展优势
（二）肉类电商市场发展现状
（三）肉类电商网站情况分析
四、水产品电子商务市场分析
（一）水产品电商发展模式分析
（二）水产品电商市场发展现状
（三）水产品电商网站运营情况

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 休闲食品电商市场运营分析
一、休闲食品网购消费特点分析
二、休闲食品电商市场发展分析
三、休闲食品电商网站情况分析
四、休闲食品网络营销策略分析

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

第三部分 行业前景篇
第十二章 2027-2033年中国食品行业电子商务行业前景及策略
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）“十四五”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“十四五”发展规划
（一）《电子商务“十四五”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、“十四五”电子商务行业发展形势
第二节 2027-2033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 2027-2033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、食品行业电子商务投资前景
第四节 2027-2033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

第四部分 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前景研究分析
第一节 食品企业转型电商市场构建分析「HJ TF」
一、食品电子商务关键环节分析
（一）产品采购与组织
（二）电商网站建设
（三）网站品牌建设及营销
（四）服务及物流配送体系
（五）网站增值服务
二、食品企业电子商务网站构建
（一）网站域名申请
（二）网站运行模式
（三）网站开发规划
（四）网站需求规划
三、食品企业转型电商发展途径
（一）电商B2B发展模式
（二）电商B2C发展模式
（三）电商C2C发展模式
（四）电商O2O发展模式
四、食品企业电子商务市场投资要素
五、食品企业转型电子商务困境分析
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
一、食品企业电商自建物流分析
（一）电商自建物流的优势分析
（二）电商自建物流的负面影响
二、食品企业电商外包物流分析
（一）快递业务量完成情况
（二）快递业务的收入情况
（三）快递业竞争格局分析
（四）食品快递市场发展现状
三、食品电商物流构建策略分析
（一）入库质量检查
（二）在库存储管理
（三）出库配货管理
（四）发货和派送
（五）退货处理
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

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/jingpin/electric/1187543.html