



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国互联网+食品 配料市场分析及投资策略研究报 告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国互联网+食品配料市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285667.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

"互联网+"是创新2.0下的互联网发展的新业态，是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。"互联网+"是互联网思维的进一步实践成果，推动经济形态不断地发生演变，从而带动社会经济实体的生命力，为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。

通俗的说，"互联网+"就是"互联网+各个传统行业"，但这并不是简单的两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的发展生态。它代表一种新的社会形态，即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各域之中，提升全社会的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

食品配料指的是公认的、安全的可食用物质，指用于生产制备某种食品并在成品中出现的任何物质，但不包括食品添加剂。配料在用于加工食品时用量相对比较大，一般在3%以上，但配料与食品的界限具有相对性，有时某种配料本身就是食品（如酱油），但它用于一些食品加工时却成了配料。配料与食品添加剂的界限也有相对性，随着配料功能的提升，其在食品中的添加量可能会逐步减少而有可能会发展成食品添加剂。国际食品配料行业的发展速度是极快的，和调味品不同的是，食品配料涵盖于所有食品生产应用之中，包括休闲食品、软饮料、儿童食品、方便食品等。食品配料的发展，能够带动整个食品产业（包括调味品、食品添加剂产业等）的共同发展。

食品配料由食品原料加工而来，可理解为食品生产过程中的半成品。将一个或多个食品配料，以及适当的少量的食品添加剂组合加工，最终得到食品成品。

**食品原料分类**

**食品主料** 即食品主要原料，是指食品加工中用量较大、未经深加工的农副产品，主要包括面、米、肉、蛋、奶、油、糖等。

**食品添加剂** 是纯度较高的化学物质，GB2760—2011对其已有明确界定。

**食品配料(也称食品辅料)** 是指经深加工过的或用量较小的食物，本身都是天然物质，而不是食品添加剂使用标准中所列品种，一般无用量限制，具有改善食品品质和提高加工性能的作用。如肉制品中的配料、油炸食品用的裹粉等

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：

## 第一章电子商务与"互联网+"

### 第一节电子商务发展分析

#### 一、电子商务基本定义

#### 二、电子商务发展阶段

#### 三、电子商务基本特征

#### 四、电子商务支撑环境

#### 五、电子商务基本模式

#### 六、电子商务规模分析

### 第二节"互联网+"的相关概述

#### 一、"互联网+"的提出

#### 二、"互联网+"的内涵

#### 三、"互联网+"的发展

#### 四、"互联网+"的评价

#### 五、"互联网+"的趋势

## 第二章互联网环境下食品配料行业的机会与挑战

### 第一节2015年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

##### （一）总体网民规模分析 中国网民规模和互联网普及率

##### （二）分省网民规模分析

##### （三）手机网民规模分析 2009-2015年6月中国手机市场网民规模及其占网民比例

##### （四）网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

##### （一）信息获取情况分析

##### （二）商务交易发展情况

##### （三）交流沟通现状分析

##### （四）网络娱乐应用分析

### 第二节互联网环境下食品配料行业的机会与挑战

#### 一、互联网时代行业大环境的变化

#### 二、互联网直击传统行业消费痛点

#### 三、互联网助力企业开拓市场

#### 四、电商成为传统企业突破口

#### 第三节互联网食品配料行业的改造与重构

##### 一、互联网重构行业的供应链格局

##### 二、互联网改变生产厂商营销模式

##### 三、互联网导致行业利益重新分配

##### 四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节食品配料与互联网融合创新机会孕育

##### 一、电商政策变化趋势分析

##### 二、电子商务消费环境趋势分析

##### 三、互联网技术对行业支撑作用

##### 四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章2015年食品配料行业经济运行效益分析

#### 第一节2012-2016年中国食品配料行业发展分析

##### 一、2012年中国食品配料行业概述

##### 二、2013年中国食品配料行业概述

##### 三、2016年中国食品配料行业概述

#### 第二节2011-2016年中国食品配料行业规模分析

##### 一、食品配料行业企业数量统计

##### 二、食品配料行业资产总额分析

##### 三、食品配料行业销售收入分析

##### 四、食品配料行业利润总额分析

#### 第三节2011-2016年食品配料行业经营效益分析

##### 一、食品配料行业偿债能力分析

##### 二、食品配料行业盈利能力分析

##### 三、食品配料行业的毛利率分析

##### 四、食品配料行业营运能力分析

#### 第四节2011-2016年食品配料行业成本费用分析

##### 一、食品配料行业营业成本分析

##### 二、食品配料行业销售费用分析

##### 三、食品配料行业管理费用分析

##### 四、食品配料行业财务费用分析

## 第四章食品配料行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节食品配料电商市场规模与渗透率

- 一、食品配料电商总体开展情况
- 二、食品配料电商交易规模分析
- 三、食品配料电商渠道渗透率分析

### 第二节食品配料电商行业盈利能力分析

- 一、食品配料电子商务发展有利因素
- 二、食品配料电子商务发展制约因素
- 三、食品配料电商行业经营成本分析
- 四、食品配料电商行业盈利模式分析
- 五、食品配料电商行业盈利水平分析

### 第三节电商行业未来前景及趋势预测

- 一、食品配料电商行业市场空间测算
- 二、食品配料电商市场规模预测分析
- 三、食品配料电商发展趋势预测分析

## 第五章食品配料企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节食品配料企业转型电商构建分析

#### 一、食品配料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、食品配料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

### 第二节食品配料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

第三节食品配料企业转型电商平台选择分析

一、食品配料企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

（一）自建商城概况分析

（二）自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

（一）电商平台的优劣势

（二）电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

（一）电商服务外包的优势

（二）电商服务外包可行性

（三）电商服务外包前景

五、食品配料企业电商平台选择策略

第六章食品配料行业电子商务运营模式分析

第一节食品配料电子商务B2B模式分析

一、食品配料电子商务B2B市场概况

二、食品配料电子商务B2B盈利模式

三、食品配料电子商务B2B运营模式

四、食品配料电子商务B2B的供应链

第二节食品配料电子商务B2C模式分析

一、食品配料电子商务B2C市场概况

二、食品配料电子商务B2C市场规模

三、食品配料电子商务B2C盈利模式

四、食品配料电子商务B2C物流模式

五、食品配料电商B2C物流模式选择

第三节食品配料电子商务C2C模式分析

一、食品配料电子商务C2C市场概况

二、食品配料电子商务C2C盈利模式

三、食品配料电子商务C2C信用体系

四、食品配料电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节食品配料电子商务O2O模式分析

一、食品配料电子商务O2O市场概况

二、食品配料电子商务O2O优势分析

三、食品配料电子商务O2O营销模式

四、食品配料电子商务O2O潜在风险

第七章食品配料主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析



#### 四、网站访问次数分析

#### 五、网站发展策略分析

#### 第五节网站E

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

### 第八章食品配料企业进入互联网领域投资策略分析

#### 第一节食品配料企业电子商务市场投资要素

##### 一、企业自身发展阶段的认知分析

##### 二、企业开展电子商务目标的确定

##### 三、企业电子商务发展的认知确定

##### 四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第二节食品配料企业转型电商物流投资分析

##### 一、食品配料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、食品配料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

#### 第三节食品配料企业电商市场策略分析

#### 图表目录：

图表2010-2016年我国网民规模及互联网普及率

图表2013-2016年中国网民各类网络应用的使用率

图表2013-2016年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表2012-2016年我国网络零售市场交易规模

图表2010-2020年我国移动网民规模及增长速度

图表移动端网购增长仍处爆发阶段

图表移动端网购占比大幅提升

图表传统食品配料消费存在的"痛点"

图表食品配料电子商务重构供应链流程

图表中国电商相关政策汇总

图表2012-2016年中国食品配料电商交易规模趋势图

图表2012-2016年中国食品配料电商市场渗透率趋势图

图表2017-2022年中国食品配料电商交易规模预测趋势图

图表2017-2022年中国食品配料电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285667.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。