



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国果汁饮料电商 行业市场评估分析及发展前景调 研战略研究报告

一、调研说明

《2018-2024年中国果汁饮料电商行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/289629.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

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.icandata.com/view/289629.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）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。