中国互联网+糖果行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+糖果行业发展综述
1.1 “互联网+糖果”行业概念界定
1.1.1 “互联网+”的提出及内涵
（1）“互联网+”的提出
（2）“互联网+”的内涵
1.1.2 “互联网+糖果”行业的定义
1.1.3 本报告的研究范围
1.2 中国互联网+糖果行业发展环境分析
1.2.1 中国互联网+糖果行业政策环境分析
（1）行业管理体制分析
（2）行业法律法规汇总及解读
（3）产业政策汇总及解读分析
（4）政策环境对行业的影响总结
1.2.2 中国互联网+糖果行业经济环境分析
（1）宏观经济环境分析
（2）关联产业发展背景
（3）经济环境对行业的影响总结
1.2.3 中国互联网+糖果行业社会环境分析
（1）中国互联网普及情况分析
（2）移动互联网网民行为分析
（3）社会环境对行业的影响总结
1.2.4 中国互联网+糖果行业技术环境分析
（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析
（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析
（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析
（4）互联网相关技术对行业的影响总结
第2章：中国互联网+糖果行业发展现状及前景
2.1 中国互联网+糖果行业市场发展阶段分析
2.2 互联网给糖果行业带来的冲击和变革分析
2.2.1 互联网时代糖果行业大环境变化分析
（1）消费者消费习惯改变
（2）打破了信息的不对称性格局
（3）大数据推动资源利用最大化
2.2.2 互联网给糖果行业带来的突破机遇分析
（1）品牌维度：互联网助力糖果行业新品牌快速成长
（2）行业维度：互联网助力糖果行业提升运作效率
（3）渠道维度：电商成为传统糖果企业市场突破口
2.2.3 互联网给糖果行业带来的挑战分析
（1）互联网下糖果行业营销环节面临的挑战
（2）互联网下糖果行业组织管理面临的挑战
（3）互联网下糖果行业客户关系管理的挑战
（4）互联网下糖果行业盈利能力面临的挑战
2.2.4 互联网对糖果行业的重构分析
（1）互联网对糖果产业链格局的重构分析
（2）互联网对糖果行业企业营销模式的重构
（3）互联网对糖果行业利益分配的重构
（4）互联网对糖果行业竞争格局的重构
2.2.5 互联网+糖果行业融合创新机会分析
2.3 中国互联网+糖果行业市场发展现状分析
2.3.1 中国互联网+糖果行业发展模式类别
2.3.2 中国互联网+糖果行业市场规模分析

2.3.3 中国互联网+糖果行业投资布局分析
（1）中国互联网+糖果行业投资切入方式
（2）中国互联网+糖果行业投资业务布局
2.3.4 中国互联网+糖果行业竞争格局分析
（1）中国糖果行业竞争特点与格局
（2）中国互联网+糖果行业参与者结构
（3）中国互联网+糖果行业竞争者类型
2.4 中国互联网+糖果行业市场发展前景分析
2.4.1 中国互联网+糖果行业驱动因素分析
（1）政策驱动因素
（2）经济驱动因素
（3）社会驱动因素
（4）技术驱动因素
2.4.2 中国互联网+糖果行业发展瓶颈剖析
（1）食品安全问题
（2）储存与运输问题
（3）消费季节性问题
（4）消费习惯问题
2.4.3 中国互联网+糖果行业发展前景分析
2.4.4 中国互联网+糖果行业发展趋势分析
第3章：中国互联网+糖果行业商业模式创新策略
3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
（1）商业模式定义
（2）商业模式与其他模式的比较
（3）商业模式与其他模式的关系
3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
（1）商业模式核心构成要素分析
（2）商业模式的构建流程
3.2 中国互联网+糖果行业市场定位创新分析
3.2.1 中国糖果行业企业主流的市场定位分析
3.2.2 互联网对糖果行业市场定位的变革分析
3.3 中国互联网+糖果行业渠道通路创新分析
3.3.1 互联网对渠道通路的改造分析
（1）价值传递通路的定义及特点
（2）产品销售渠道的定义及特点
（3）传统渠道通路特点的现状及不足
（4）互联网对渠道通路的改造分析
3.3.2 互联网对糖果行业渠道通路的颠覆性变革分析
3.4 中国互联网+糖果行业收入来源创新分析
3.4.1 中国糖果行业收入的主要来源渠道及特点
（1）商超渠道
（2）批发渠道
（3）零售网点
（4）专卖店渠道
（5）网络渠道
3.4.2 中国互联网+糖果行业收入来源的创新分析
3.4.3 中国互联网+糖果行业收入来源创新优秀案例
3.5 中国互联网+糖果行业成本机构优化分析
3.5.1 中国糖果行业主要成本结构及特点分析
3.5.2 互联网如何优化糖果行业成本结构
3.6 互联网思维下传统糖果企业转型突围策略
3.6.1 糖果企业电商切入模式及运营建议
3.6.2 糖果企业O2O战略布局及实施运营
3.6.3 糖果企业互联网营销推广方式及思路
3.6.4 糖果企业如何实现数据化运营与管理
（1）数据基础平台层
（2）业务运营监控层
（3）用户洞察/体验优化层

（4）精细化运营和营销层
（5）业务市场传播层
（6）业务经营分析层和战略分析层
第4章：中国糖果企业互联网转型优秀案例分析
4.1 案例一：徐福记的互联网转型之路
4.1.1 徐福记+内容电商：线上渠道实现品牌年轻化
4.1.2 徐福记+品牌联名：打造互联网时代的“糖文化“
4.1.3 徐福记互联网渠道多元化：旗舰店+线上超市+新零售
4.2 案例二：大白兔的“返老还童”之路
4.2.1 国民品牌玩跨界：互联网营销迎来新生机
4.2.2 大白兔的怀旧营销：玩好大白兔这个IP
4.3 案例三：网红零售悠哈的进阶之路
4.4 案例四：三只松鼠互联网文化
4.5 案例五：良品铺子融合B2C和O2O模式
第5章：互联网+糖果重点电商平台经营分析
5.1 天猫
5.1.1 平台发展概况分析
5.1.2 平台经营模式分析
5.1.3 平台发展规模分析
5.1.4 平台产品结构分析
5.1.5 平台竞争优劣势分析
5.2 京东
5.2.1 平台发展概况分析
5.2.2 平台经营模式分析
5.2.3 平台发展规模分析
5.2.4 平台产品结构分析
5.2.5 平台竞争优劣势分析
5.3 中粮我买网
5.3.1 平台发展概况分析
5.3.2 平台经营模式分析
5.3.3 平台产品结构分析
5.3.4 平台竞争优劣势分析
5.4 拼多多
5.4.1 平台发展概况分析
5.4.2 平台经营模式分析
5.4.3 平台发展规模分析
5.4.4 平台产品结构分析
5.4.5 平台竞争优劣势分析
第6章：中国“互联网+”糖果企业发展案例分析
6.1 中国“互联网+”糖果企业发展概述
6.2 部分“互联网+”糖果企业发展案例解析
6.2.1 东莞徐记食品有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
6.2.2 上海冠生园食品有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
6.2.3 福建雅客食品有限公司
（1）企业基本信息分析

（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
6.2.4 台湾旺旺集团
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
6.2.5 金冠（中国）食品有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
6.2.6 好丽友食品有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
6.2.7 上海金丝猴集团有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+糖果布局最新动态
（7）企业互联网+糖果布局规划
第7章：中国互联网+糖果市场投资机会及建议
7.1 中国互联网+糖果投资特性及风险
7.1.1 互联网+糖果投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）技术壁垒
（3）市场壁垒
7.1.2 互联网+糖果投资特性分析
7.1.3 互联网+糖果投资风险分析
7.2 中国互联网+糖果资本市场发展分析
7.2.1 中国互联网+糖果投资现状及趋势
（1）中国互联网+糖果投资主体结构
（2）各投资主体核心资源分析
（3）各投资主体投资方式分析
（4）各投资主体投资规模分析
（5）近年来主要投资事件分析
（6）各投资主体投资趋势分析
7.2.2 中国互联网+糖果融资现状及趋势
（1）中国互联网+糖果融资主体构成
（2）各融资主体核心资源分析
（3）各融资主体融资方式分析
（4）各融资主体融资规模分析

（5）近年来主要融资事件及用途
（6）各融资主体融资趋势分析
7.2.3 中国互联网+糖果市场IPO情况
7.2.4 中国互联网+糖果市场兼并重组情况
7.3 中国互联网+糖果投资机会与建议
7.3.1 中国互联网+糖果投资机会分析
7.3.2 前瞻关于互联网+糖果的投资建议

图表目录

图表1：“互联网＋”概念的产生与发展
图表2：“互联网+”的内涵
图表3：“互联网+糖果”不同发展阶段主要特征
图表4：“互联网+糖果”的研究范围
图表5：中国糖果行业相关法律法规
图表6：中国糖果行业相关产业政策
图表7：2017-2023年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表8：2017-2023年中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：万亿元，%）
图表9：2016-2023年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表10：2016-2023年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表11：2014-2023年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表12：2016-2023年中国网上零售市场交易规模及趋势（单位：亿元，%）
图表13：2016-2023年中国网络购物用户数及使用率（单位：亿人，%）
图表14：2016-2023年全国快递服务企业业务量（单位：亿件，%）
图表15：不同类型企业大数据产业链发展方向
图表16：2024-2029年中国大数据市场产值及增长率及预测（单位：亿元，%）
图表17：2015-2023年我国网民数和互联网普及率（单位：万人，%）
图表18：2015-2023年中国手机上网网民规模及占整体网民比例（单位：万人，%）
图表19：2017-2023年中国城乡网民结构（单位：%）
图表20：2017-2023年中国城乡地区互联网普及率（单位：%）
图表21：2014-2023年中国网民平均每周上网时长（单位：小时）
图表22：2019-2023年中国手机网民网络应用使用情况（单位：万，%）
图表23：2023年移动互联网网民上网时间段分布（单位：%）
图表24：2016-2023年中国云计算市场规模增长情况（单位：亿元，%）
图表25：中国云计算产业链企业潜在发展方向
图表26：物联网技术层次划分
图表27：2017-2023年中国物联网市场规模及增长情况（单位：亿元）
图表28：中国物联网产业结构（单位：%）
图表29：2018-2023年中国即时通信工具用户规模（单位：万人）
图表30：2023年主要移动社交APP下载量（单位：亿次）
图表31：互联网相关技术对互联网+糖果行业的研究分析
图表32：中国互联网+糖果行业发展阶段分析
图表33：2019-2023年全国网络零售实物商品交易额同比增速（单位：%）
图表34：互联网3.0时代糖果消费信息传播：从不对称到透明化
图表35：糖果电子商务重构供应链流程
图表36：纯电商品牌的难点
图表37：实体品牌商发展电商业务的优劣势
图表38：中国互联网+糖果行业发展模式分类
图表39：2017-2023年中国糖果电商市场规模（单位：亿元，%）
图表40：2017-2023年糖果行业投资布局主要事件
图表41：我国糖果行业竞争特点
图表42：2015-2023年中国糖果行业CR3（单位：%）
图表43：互联网+糖果行业参与者结构
图表44：互联网+糖果行业竞争者类型分析
图表45：2010-2023年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
图表46：商业模式与其它模式的区别

图表47：商业模式与其它模式的联系
图表48：商业模式框架图
图表49：一般行业盈利公式
图表50：商业模式构建流程
图表51：中国糖果企业部分品牌及产品布局
图表52：产品分销渠道的特点
图表53：互联网对渠道通路的改造
图表54：电商企业缩短利益链条
图表55：阿里巴巴集团组织架构简介
图表56：天猫电商平台运营模式
图表57：天猫平台竞争优劣势分析
图表58：京东电商平台运营模式
图表59：京东平台竞争优劣势分析
图表60：中粮我买网平台运营模式
图表61：中粮我买网平台竞争优劣势分析
图表62：拼多多电商平台运营模式
图表63：拼多多平台竞争优劣势分析
如需完整目录请联系客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！