

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与不足
 - (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!