2015-2020年中国食品行业电子商务市场研究与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国食品行业电子商务市场发展综述

1.1 电子商务行业概况

1.1.1 电子商务行业定义

（1）电子商务的定义

（2）狭义电子商务

（3）广义电子商务

1.1.2 电子商务行业结构分析

（1）电子商务的关联对象

（2）电子商务的特征

（3）电子商务的功能

（4）电子商务的分类

1）电子商务总体分类

2）电子商务按照交易对象分类的详细介绍

（5）电子商务主要应用领域

1.1.3 电子商务发展历程分析

（1）电子商务总体发展历程

（2）中国电子商务发展历程

1.2 电子商务优势分析

1.2.1 成本优势

1.2.2 市场反应灵敏

1.2.3 消费便捷时尚

1.2.4 低门槛或者零门槛进入

1.3 食品行业电子商务概况

1.3.1 食品行业进入电子商务必要性分析

（1）电商是不可阻挡的趋势

（2）网购消费群体的兴起

1）网购用户规模

2）网购交易规模

1.3.2 食品行业电子商务现状分析

（1）食品企业开展电子商务的四个阶段

（2）食品电子商务目标市场特点

1.3.3 食品电子商务应用模式

第2章：中国食品行业电子商务市场PEST分析

2.1 政策环境（P）

2.1.1 电子商务业相关政策

（1）电子商务行业相关政策汇总与解读

（2）电子商务行业支付与快递环节政策分析

2.1.2 电子商务业相关规划

（1）中国电子商务行业“十二五”规划解读

（2）地方性电子商务行业规划解读

1）上海市电子商务行业规划解读

2）杭州市电子商务行业规划解读

3）广州市电子商务行业规划解读

4）北京市电子商务行业规划解读

5）南京市电子商务行业规划解读

6）石家庄电子商务行业规划解读

7）哈尔滨电子商务行业规划解读

8）安徽省电子商务行业规划解读

2.1.3 食品行业相关政策和规划

（1）《中国食物与营养发展纲要（2014—2020年）》

（2）《食品工业“十二五”发展规划》

（3）《全国现代农业发展规划（2011-2015年）》
（4）《粮食加工业发展规划（2011-2020年）》
2.2 经济环境（E）
2.2.1 国际经济环境
（1）国际宏观经济现状
（2）宏观经济走势分析
1）美国经济继续复苏，QE退潮
2）日本经济的走向仍不明朗
3）欧元区经济恢复程度平稳
4）新兴经济体仍可能面临资本外逃压力，但外需改善可助其增速略有回升
（3）国际宏观经济走势预测
2.2.2 中国经济环境
（1）中国GDP增长情况
（2）中国居民收入水平
1）2009-2014年居民收入水平变化情况
2）食品产业与居民收入水平
（3）中国城镇化水平
（4）中国经济预测
2.2.3 食品产业与宏观经济运行
（1）食品产业与宏观经济运行
（2）宏观经济下食品产业发展
2.3 社会环境（S）
2.3.1 居民消费结构
2.3.2 居民消费观念
（1）居民消费观念变化分析
（2）居民对食品的消费观念分析
2.3.3 居民食品消费现状
2.3.4 居民食品购买渠道
2.4 技术环境（T）
2.4.1 电子商务技术环境分析
（1）电子商务行业专利情况发展分析
1）行业专利申请数量
2）行业专利公开数量
3）行业技术重点企业
4）行业热门技术分析
（2）国家层面电子商务技术创新环境分析
2.4.2 食品物流技术环境分析
（1）行业专利申请数量
（2）行业专利公开数量
2.4.3 食品制造行业技术环境分析
第3章：食品行业电子商务产业主体发展分析
3.1 食品工业现状
3.1.1 食品工业经济运行情况分析
（1）中国食品工业经营规模分析
（2）中国食品工业经营效益分析
（3）中国食品工业区域分布情况
1）工业产值区域分布情况
2）销售收入区域分布情况
（4）中国食品工业行业分布情况
1）经营规模行业分布情况
2）经营效益行业分布情况
（5）食品工业投资情况
（6）食品工业发展特点
3.1.2 农副食品加工业发展情况分析
（1）农副食品加工业经营规模分析
（2）农副食品加工业经营效益分析
（3）农副食品加工业区域分布情况
1）经营规模区域分布情况
2）经营效益区域分布情况

3.1.3 食品制造业发展情况分析
（1）食品制造业经营规模分析
（2）食品制造业经营效益分析
（3）食品制造业区域分布情况
1）经营规模区域分布情况
2）经营效益区域分布情况
3.2 电子商务行业现状
3.2.1 全球电子商务行业发展分析
（1）全球电子商务行业发展概述
（2）全球电子商务行业市场规模分析
（3）全球电子商务行业市场结构分析
（4）全球电子商务行业市场发展状况分析
1）美国电子商务行业发展状况分析
2）欧洲电子商务行业发展状况分析
3）亚洲电子商务行业发展状况分析
4）其他地区电子商务发展状况分析
（5）国际电子商务行业成功经验借鉴
（6）国际电子商务行业发展趋势分析
3.2.2 中国电子商务行业发展分析
（1）中国电子商务行业发展规模
1）中国电子商务交易规模
2）中国电子商务区域分布
3）中国电子商务行业分布
4）中国电子商务从业人员规模
（2）中国电子商务行业市场竞争格局分析
1）B2B电子商务竞争格局分析
2）C2C电子商务竞争格局分析
（3）中国电子商务行业发展趋势及前景预测
1）中国电子商务行业发展趋势
2）中国电子商务行业前景预测
（4）中国电子商务行业信息安全及诚信体系
1）中国电子商务行业信息安全发展状况
2）中国电子商务行业诚信体系
3.3 食品物流行业现状
3.3.1 中国物流行业发展分析
（1）物流行业的产业阶段分析
（2）物流行业的盈利能力分析
1）物流行业具有网络化特性，不断向集约化发展
2）中国物流行业盈利水平偏低
（3）物流行业的竞争状况分析
1）物流行业竞争格局
2）外资企业加速对华业务渗透
3）内资企业竞争优势分析
4）高端物流市场竞争结构
（4）物流行业的运行指标分析
1）物流总额增幅及构成情况
2）物流总费用增幅及构成情况
3）物流业增加值增幅及贡献情况
4）物流固定资产投资及增长情况
5）物流业景气情况分析
3.3.2 中国冷链物流行业发展分析
（1）中国冷链物流发展现状分析
1）冷鲜产品损耗率分析
2）产品冷链流通率分析
3）冷链物流设施设备分析
4）与国外冷链物流的比较
（2）中国冷库资源发展状况分析
1）中国冷库保有量分析
2）冷库建筑结构与特点

3）冷库的发展趋势分析
（3）中国冷链物流外包情况分析
1）第三方冷链物流市场规模
2）第三方冷链物流发展特点
3）冷链物流外包必要性分析
4）第三方冷链物流发展建议
3.3.3 中国食品物流行业发展分析
（1）中国食品物流业发展概况
1）食品物流必要性分析
2）食品物流特征分析
（2）中国食品物流业发展现状
1）中国食品物流规模
2）中国食品物流成本剖析
3）中国食品行业物流现存问题
4）中国食品行业物流改进对策
（3）中国食品物流业供应链分析
1）中国食品物流业供应链发展现状
2）中国食品物流业供应链改进策略
第4章：食品行业电子商务市场发展与竞争分析
4.1 中国食品行业电子商务市场发展分析
4.1.1 中国食品行业电子商务应用现状分析
（1）食品行业电子商务应用方式分析
1）企业网上宣传
2）网上市场调研
3）网络分销联系
4）网上直接销售
5）网上营销集成
（2）食品行业电子商务市场分析
1）食品行业电商交易规模
2）食品行业电商交易结构
3）食品行业用户规模
4）食品行业人均消费
5）食品行业电商渗透率分析
6）食品行业电商市场份额分析
（3）食品行业进出口电子商务市场分析
1）食品行业进出口电子商务市场概况
2）网购进口食品特征解析
（4）食品行业电商增长潜力预测
1）食品电商占电商比重预测
2）食品行业电商规模预测
4.1.2 中国食品行业电子商务产业链构成分析
（1）商品供应
（2）销售、发货后勤
（3）信息服务
4.1.3 中国食品行业电子商务成本构成分析
（1）技术成本
（2）客户成本
（3）物流成本
（4）交易成本
4.2 中国食品行业电子商务细分市场分析
4.2.1 行业电子商务细分市场概况
4.2.2 行业垂直型电子商务市场分析
（1）市场概况
（2）目标客户
（3）采购特征
（4）物流特征
4.2.3 行业综合型电子商务市场分析
（1）市场概况
（2）目标客户

（3）采购特征
（4）物流特征
第5章：中国食品行业电子商务模式分析
5.1 中国食品行业电子商务模式概况
5.1.1 B2B模式
（1）专注平台打造
（2）资讯信息整合
（3）行业专业服务
5.1.2 B2C模式
（1）单一型食品B2C网站代表：蒙牛
（2）综合型食品B2C网站代表：中粮我买网
（3）小品类型食品B2C网站代表：懒家伙
5.1.3 C2C模式
5.2 中国食品行业B2B电子商务模式分析
5.2.1 市场概况
（1）食品B2B电子商务市场规模
（2）食品B2B电子商务盈利水平
1）中国B2B电子商务营收规模
2）中国食品B2B电子商务营收规模
（3）食品B2B电子商务市场格局
1）中国B2B电子商务企业竞争格局
2）中国食品B2B电子商务企业竞争格局
5.2.2 盈利模式
5.2.3 目标客户
5.2.4 采购特征
5.2.5 物流特征
（1）B2B电子商务物流特点
（2）B2B电子商务物流模式选择
5.2.6 成本分析
5.2.7 食品B2B电子商务发展趋势
5.3 中国食品行业B2C电子商务模式分析
5.3.1 市场概况
（1）B2C电商交易规模
（2）B2C电商竞争分析
（3）网上购买食品的消费者比重分析
5.3.2 盈利模式
5.3.3 目标客户
（1）国内食品行业B2C电子商务目标客户主要以女性用户为主
（2）国内食品行业B2C电子商务目标客户集中在中青年
（3）国内食品行业B2C电子商务目标客户主要集中在白领阶层
（4）国内食品行业B2C电子商务目标客户家庭属性结构分析
（5）国内食品行业B2C电子商务目标客户收入结构分析
5.3.4 采购特征
5.3.5 物流特征
（1）自建物流模式
（2）连锁经营模式
（3）第三方物流模式
5.3.6 成本分析
5.4 中国食品行业C2C电子商务模式分析
5.4.1 市场概况
5.4.2 盈利模式
5.4.3 目标客户
5.4.4 采购特征
5.4.5 物流特征
5.4.6 成本分析
第6章：中国食品行业电子商务营销分析
6.1 中国食品行业营销分析
6.1.1 食品品牌营销分析
（1）食品行业品牌现状分析

1）熟肉制品品牌的信赖度
2）桶装水品牌的信赖度
3）酱腌菜品牌的信赖度
4）禽蛋品牌的信赖度
5）食用油品牌的信赖度
6）饮料食品品牌的信赖度
7）白酒品牌的信赖度
8）啤酒品牌的信赖度
9）冷冻食品品牌的信赖度
（2）食品行业主要品牌营销策略
1）单一品牌策略
2）多种品牌策略
（3）地方特色食品品牌策略
1）地方特色食品品牌营销问题
2）地方特色食品品牌策略分析
（4）食品品牌发展战略
6.1.2 食品包装营销分析
（1）食品包装设计特点分析
（2）食品礼品包装分析
6.1.3 食品广告营销分析
（1）食品广告投放现状分析
（2）食品营销广告媒体种类分析
6.1.4 食品行业节日营销分析
（1）节日营销的概念
（2）节日的消费特点
（3）节日营销的要点
6.1.5 食品行业渠道营销分析
（1）食品销售渠道概述
1）传统渠道模式
2）网络销售渠道模式
（2）食品销售渠道模式变迁
1）第一个30年（1978-2008年），中国食品销售渠道经历了五大类型的演变
2）第二个30年，中国食品市场渠道模式的发展趋势
（3）传统渠道与电子商务渠道关联分析
1）利好关联
2）不利关联
3）解决方案
6.2 中国食品行业电子商务营销方式分析
6.2.1 搜索引擎营销
（1）搜索引擎营销结构分析
1）搜索引擎营销结构
2）搜索引擎营销解析：
（2）搜索引擎营销现状分析
（3）搜索引擎营销成本收益分析
（4）搜索引擎营销案例分析
6.2.2 论坛营销
（1）论坛营销结构分析
（2）论坛营销现状分析
（3）论坛营销成本收益分析
（4）论坛营销案例分析
6.2.3 博客营销
（1）博客营销结构分析
（2）博客营销现状分析
（3）博客营销成本收益分析
（4）博客营销案例分析
6.2.4 微博营销
（1）微博营销结构分析
（2）微博营销现状分析
（3）微博营销成本收益分析

（4）微博营销案例分析
6.2.5 视频营销
（1）视频营销结构分析
（2）视频营销现状分析
（3）视频营销成本收益分析
（4）视频营销案例分析
6.2.6 问答营销
（1）问答营销结构分析
（2）问答营销现状分析
（3）问答营销成本收益分析
（4）问答营销案例分析
6.2.7 权威百科营销
（1）权威百科营销结构分析
（2）权威百科营销现状分析
（3）权威百科营销成本收益分析
（4）权威百科营销案例分析
6.2.8 企业新闻营销
（1）企业新闻营销结构分析
（2）企业新闻营销现状分析
（3）企业新闻营销成本收益分析
（4）企业新闻营销案例分析
第7章：中国食品行业电子商务市场前景与投资分析
7.1 中国食品行业电子商务市场前景分析
7.1.1 行业电子商务应用趋势分析
（1）移动电子商务成为食品电子商务发展新驱动力
（2）电子商务平台与搜索引擎平台呈融合化趋势
（3）线上电子商务平台与线下实体平台呈融合化趋势
（4）专业纵深化程度加深，重视实际应用
7.1.2 行业电子商务市场前景预测
（1）食品行业第三方B2C平台电子商务发展前景预测
（2）食品行业B2B电子商务发展前景预测
7.2 中国食品行业电子商务投资特性分析
7.2.1 进入壁垒
（1）资金壁垒
（2）人才壁垒
（3）物流壁垒
7.2.2 盈利模式
7.2.3 盈利因素
7.3 中国食品行业电子商务投资要素分析
7.3.1 企业自身的发展阶段认清
7.3.2 企业开展电子商务的目标要明确
7.3.3 企业电子商务发展的认知要正确
7.4 食品网购习惯及消费者前景调研
7.4.1 食品网购消费状况解析
（1）食品网购品类消费类别
（2）网购进口食品特征解析
1）年龄与性别结构
2）用户职业结构
3）用户家庭属性结构
（3）网购奶制品特征解析
1）年龄与性别结构
2）用户职业结构
3）用户家庭属性结构
（4）网购地方特产特征解析
1）年龄与性别结构
2）用户职业结构
3）用户家庭属性结构
（5）网购生鲜食品特征解析
1）年龄与性别结构

2）用户职业结构
3）用户家庭属性结构
（6）网购有机食品特征解析
1）年龄与性别结构
2）用户职业结构
3）用户家庭属性结构
（7）网购健康食品特征解析
1）年龄与性别结构
2）用户职业结构
7.4.2 食品网购其它消费属性分析
（1）食品网购支付方式特征
（2）主要食品购物网站用户单一度
（3）网购食品人群购买力分析
1）按性别对比分析
2）按年龄对比分析
3）按职业对比分析
4）按家庭属性对比分析
（4）热销地区产品对比解析
1）北京地区热销产品分析
2）上海地区热销产品分析
3）广州地区热销产品分析
（5）消费者年龄递增与食品品类解析
7.4.3 食品网购满意度及网站选择因素
（1）食品网购满意度调查
（2）食品网购期望
（3）食品购物网站选择因素
（4）食品网购对线下购物影响
7.4.4 食品网购前瞻
（1）网民更加关注网购食品品质
（2）生鲜产品网购受网民追捧
（3）全球直采和产地直采将成食品电商新增长点
（4）食品网购用户细分化加剧
（5）网购单一度呈现逐年下降趋势
7.5 网络购物行业物流配送体系投资分析
7.5.1 中国食品行业电子商务物流配送投资分析
（1）自建物流
1）电商企业自建物流的配送模式分析
2）电商企业自建物流的投资优劣势分析
（2）外包物流
1）第三方物流配送模式投资分析
2）第四方物流配送模式投资分析
3）物流联盟配送模式投资分析
4）物流一体化模式投资分析
5）“O-S-O”物流模式优投资分析
6）快递业的竞争格局分析
7.5.2 自建与外包物流投资对比分析
（1）自建物流与第三方物流特点比较
（2）自建物流与外包物流的投资优势对比
（3）物流模式投资影响因素
7.5.3 食品行业电子商务物流配送体系投资相关建议
7.6 食品行业内企业电子商务平台投资分析
7.6.1 食品企业电子商务平台投资方式分析
（1）借助第三方平台
1）企业与第三方电子商务平台合作方式分析
2）企业借助第三方平台优劣势分析
3）第三方电子商务平台应用分析
4）第三方电子商务平台趋势及前景分析
（2）建设独立的自有平台
1）电子商务自有平台建设方式分析

2）企业建立自有网购平台优劣势分析
3）电子商务自有平台发展现状分析
4）电子商务自有平台发展趋势与前景分析
（3）与线上超市/百货型平台优劣势分析
7.6.2 中国食品行业电子商务投资风险及建议
（1）食品行业电子商务风险预警
1）行业政策风险分析
2）行业物流风险分析
3）行业信用风险分析
4）行业安全风险分析
5）行业竞争风险分析
6）行业技术风险分析
（2）食品行业电子商务投资相关建议
1）食品电商投资准备建议
2）食品电商融资规模不断增大
3）食品电子商务行业投资前景预测
第8章：中国食品行业领先电子商务网站运营分析
8.1 食品企业自建电子商务网站个案分析
8.1.1 中粮我买网
（1）网站简介
（2）网站定位分析
（3）网站主营业务分析
（4）网站首页布局分析
（5）网站营销策略
（6）网站盈利模式
（7）物流配送体系
（8）经营业绩分析
（9）经营优劣势分析
8.1.2 好利来“买蛋糕”网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
8.1.3 蒙牛商城
（1）网站简介
（2）定位与规划
（3）网站主营业务分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）物流配送体系
（7）经营优劣势分析
8.1.4 雨润商城
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
8.1.5 双汇网上商城
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）物流配送体系
8.1.6 光明随心订
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式

8.1.7 白家美食网-失败的案例
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
8.1.8 周黑鸭网络商城
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
8.2 食品行业垂直电子商务网站个案分析
8.2.1 食品商务网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）经营优劣势分析
8.2.2 红图食品网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站盈利模式
（4）网站的优势分析
8.2.3 第一食品网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
8.2.4 食品伙伴网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
8.2.5 沱沱工社
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）产品布置特点
（4）供应链管理策略
（5）物流配送体系
（6）线上经营业绩
8.2.6 中国糖酒网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
8.2.7 中国食品产业网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站用户分析
（7）企业会员分析
8.2.8 世界工厂食品网
（1）网站简介

（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
8.2.9 中华名优土特产网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
8.2.10 中国糖果网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站盈利模式
8.2.11 通吃网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
8.2.12 cookpad
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）盈利模式分析
（4）运营情况分析
8.2.13 中国零食网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站优势分析
8.2.14 嘀嗒猫
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
8.2.15 豆果网
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）盈利模式分析
（4）运营情况分析
8.2.16 顺丰优选
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）产品布置特点
（4）供应链管理策略
（5）物流配送体系
（6）支付体系建设
（7）营销推广模式
（8）线上经营业绩
（9）经营优劣势分析
8.2.17 达新食品商城
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析

8.2.18 中通优选
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）物流配送体系
（4）经营优劣势分析
8.2.19 龙宝溯源商城
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）产品布置特点
（4）营销推广模式
8.2.20 同源康商城
（1）发展简介
（2）定位与规划
（3）产品布置特点
（4）支付体系建设
（5）营销推广模式
8.3 食品行业水平型电子商务网站个案分析
8.3.1 京东商城
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站营销策略
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
（6）京东商城物流配送体系
（7）网站未来食品发展规划分析
（8）京东商城食品经营优劣势
8.3.2 当当网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站营销策略
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
1）利润分析
2）资产负债分析
3）现金流量分析
（6）网站会员规模
8.3.3 天猫商城
（1）天猫商城网站简介
（2）天猫商城网站主营业务分析
（3）天猫商城网站首页布局分析
（4）天猫商城网站营销策略
（5）天猫商城网站盈利模式
（6）天猫商城网站经营状况分析
（7）天猫商城食品企业数量
（8）天猫商城物流配送体系
（9）天猫商城企业入驻成本
（10）天猫商城食品经营优劣势
8.3.4 亚马逊中国
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）亚马逊中国物流配送体系
（8）亚马逊中国食品经营优劣势
8.3.5 1号店
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析

（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）1号店物流配送体系
（8）1号店食品经营优劣势
8.3.6 拍拍网
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站首页布局分析
（4）网站营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
8.3.7 懒家伙
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站营销策略
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
第9章：附录一：2014年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告
9.1 2014年电子商务投诉情况
9.1.1 2014年电子商务投诉领域
9.1.2 2014年电子商务投诉金额
9.1.3 2014年电子商务投诉热点地区
9.1.4 2014年电子商务投诉用户性别
9.2 2014年网络零售投诉情况
9.2.1 2014年网络零售十大热点投诉问题
9.2.2 2014年度TOP20网络零售商用户满意度对比
9.3 2014年度中国生活服务电商投诉情况
9.3.1 2014年度十大被投诉生活服务电商榜
9.3.2 2014年度生活服务O2O电商十大热点投诉问题
9.4 2014年电子商务投诉案例

图表目录

图表1：电子商务关联对象分析
图表2：电子商务的特征
图表3：电子商务的功能
图表4：电子商务的分类
图表5：按照交易对象分类
图表6：电子商务主要应用领域
图表7：电子商务总体发展阶段分析
图表8：中国电子商务发展历程分析
图表9：电子商务的成本优势分析
图表10：2013-2014年网络购物用户数及渗透率（单位：万人，%）
图表11：2009-2014年中国网络零售市场规模走势图（单位：亿元，%）
图表12：食品企业开展电子商务的四个阶段
图表13：食品电子商务的特点分析
图表14：食品电商应用模式结构图（单位：%）
图表15：2005-2014年电子商务行业相关政策汇总与解读
图表16：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规
图表17：中国电子商务行业“十二五”规划发展重点
图表18：上海市电子商务行业规划解读
图表19：《杭州市“十二五”电子商务发展规划》相关内容
图表20：广州市电子商务行业规划解读
图表21：《北京市电子商务发展“十二五”规划》相关内容

图表22：南京市电子商务行业规划解读
图表23：安徽省电子商务行业规划解读
图表24：《中国食物与营养发展纲要（2014—2020年）》发展目标表
图表25：《中国食物与营养发展纲要（2014—2020年）》重点发展产品表
图表26：《食品工业“十二五”发展规划》发展目标表
图表27：粮食加工园区（基地）建设工程规划（单位：个）
图表28：2014年各国际组织公布世界及主要经济体经济增长率预测值（单位：%）
图表29：2013-2014年世界工业生产同比增长率（单位：%）
图表30：2011-2014年美国各月实际GDP年化季率（单位：%）
图表31：2011-2014年日本实际GDP年化季率（单位：%）
图表32：2010-2014年欧元区就业和失业情况（单位：千人，%）
图表33：2011-2014年欧元区分季度GDP及增长情况（单位：亿欧元，%）
图表34：四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测（单位：%）
图表35：2006-2014年中国国内生产总值（单位：万亿元，%）
图表36：2009-2014年中国农村居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）
图表37：2009-2014年中国城镇居民人均可支配收入及实际增长率（单位：元，%）
图表38：2001-2013年食品产业总产值与居民收入增长对比情况（单位：%）
图表39：2000-2014年我国城镇化进程（单位：万人，%）
图表40：2009-2015年中国GDP增速制定目标与实际增长情况对比（单位：%）
图表41：2001-2013年食品产业总产值与GDP增长对比情况（单位：%）
图表42：2001-2013年食品产业总产值占GDP比重变动情况（单位：%）
图表43：1990-2013年居民消费支出结构变化情况（单位：%）
图表44：1990-2013年中国城乡居民恩格尔系数变动情况（单位：%）
图表45：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况
图表46：中国城镇居民和农村居民主要食品人均消费比例（单位：%）
图表47：食品的购买渠道分析
图表48：2005-2014年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）
图表49：2005-2014年电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）
图表50：截至2013年电子商务相关专利申请企业综合比较（单位：项，%，人，年）
图表51：截至2014年我国电子商务相关专利分布领域（前十位）（单位：项）
图表52：2005-2014年7月食品物流技术相关专利申请数量变化图（单位：项）
图表53：2007-2014年7月食品物流技术相关专利公开数量变化图（单位：项）
图表54：中国食品安全检测技术介绍
图表55：2008-2013年中国食品产业经营规模情况（单位：个，万人，亿元）
图表56：2001-2013年中国食品产业产值占国民经济比重变化情况（单位：亿元，%）
图表57：2008-2013年中国食品产业经营效益变化情况（单位：亿元）
图表58：2008-2013中国食品产业盈利能力变化情况（单位：%）
图表59：2013年中国食品产业工业产值区域分布情况（单位：亿元，%）
图表60：2011-2013年中国食品产业工业产值省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表61：2013年中国食品产业销售收入区域分布情况（单位：亿元，%）
图表62：2011-2013年中国食品产业销售收入省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表63：2011-2013年中国食品产业资产总额行业分布情况（单位：亿元，%）
图表64：2011-2013年中国食品产业工业产值行业分布情况（单位：亿元，%）
图表65：2011-2013年中国食品产业销售收入行业分布情况（单位：亿元，%）
图表66：2011-2013年中国食品产业销售利润行业分布情况（单位：亿元，%）
图表67：2013年食品工业投资情况表（单位：个，亿元，%）
图表68：2008-2014年农副食品加工业经营规模情况（单位：个，万人，亿元）
图表69：2008-2013年农副食品加工业产值占比变化情况（单位：%）
图表70：2008-2014年农副食品加工业经营效益变化情况（单位：亿元）
图表71：2008-2014年中国农副食品加工业盈利能力变化情况（单位：%）
图表72：2014年农副食品加工业资产总额区域分布情况（单位：亿元，%）
图表73：2012-2014年农副食品加工业资产总额省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表74：2013年农副食品加工业工业产值区域分布情况（单位：亿元，%）
图表75：2011-2013年农副食品加工业工业产值省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表76：2014年农副食品加工业销售收入区域分布情况（单位：亿元，%）
图表77：2012-2014年农副食品加工业销售收入省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表78：2014年农副食品加工业销售利润区域分布情况（单位：亿元，%）
图表79：2012-2014年农副食品加工业销售利润省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表80：2008-2014年食品制造业经营规模情况（单位：个，万人，亿元）

图表81：2008-2013年食品制造业产值占比变化情况（单位：%）
图表82：2008-2014年食品制造业经营效益变化情况（单位：亿元，%）
图表83：2008-2014年中国食品制造业盈利能力变化情况（单位：%）
图表84：2014年食品制造业资产总额区域分布情况（单位：亿元，%）
图表85：2012-2014年食品制造业资产总额省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表86：2013年食品制造业工业产值区域分布情况（单位：亿元，%）
图表87：2011-2013年食品制造业工业产值省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表88：2014年食品制造业销售收入区域分布情况（单位：亿元，%）
图表89：2012-2014年食品制造业销售收入省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表90：2014年食品制造业销售利润区域分布情况（单位：亿元，%）
图表91：2012-2014年食品制造业销售利润省市区域分布情况（单位：亿元，%）
图表92：2013-2018年全球电子商务销售收入（单位：万亿美元）
图表93：全球电子商务模式结构（单位：%）
图表94：全球电子商务国家排名情况
图表95：2008-2014年美国电子商务市场规模及增长情况（单位：亿美元，%）
图表96：2011-2016年欧洲电子商务市场规模（单位：亿美元）
图表97：德国电子商务销售产品排名（单位：亿欧元，%）
图表98：2010-2015年俄罗斯电子商务交易额（单位：亿美元）
图表99：日本电子商务发展战略
图表100：2009-2015年日本电子商务市场规模（单位：万亿日元）
图表101：2008-2014年韩国电子商务市场规模及增长情况（单位：万亿韩元，%）
图表102：国际电子商务行业成功经验借鉴
图表103：2015-2020年全球电子商务销售收入预测（单位：万亿美元）
图表104：2009-2014年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表105：中国电子商务区域分布情况（单位：%）
图表106：中国电子商务行业分布情况（单位：%）
图表107：2009-2014年中国电子商务直接从业人员规模（单位：万人）
图表108：2009-2014年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人）
图表109：2011-2014年中国主要中小企业B2B电子商务运营商总营收市场份额（单位：%）
图表110：2013年中国电子商务B2B企业区域分布（单位：%）
图表111：B2B电子商务竞争地位分析
图表112：2013年中国C2C服务商市场份额占比（单位：%）
图表113：中国电子商务C2C市场区域分布（单位：%）
图表114：2015-2020年中国电子商务市场交易额预测（单位：万亿元）
图表115：物流行业的产业阶段
图表116：典型发达国家物流市场结构（单位：%）
图表117：2014年中国物流企业50强排名（单位：万元）
图表118：外资物流企业进入中国市场途径
图表119：高端物流企业的优劣势分析
图表120：2005-2014年中国社会物流总额走势表（单位：万亿元，%）

……略

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！