

2021-2027年中国酒类电子 商务行业前景研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国酒类电子商务行业前景研究与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202105/21-408083.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

酒类是指酒精度(乙醇含量)达到一定量的含酒精饮料。酒类是人们经常消费的一种饮品。在逢年过节、亲朋聚会时，饮酒助兴更是不可或缺。据统计，仅啤酒一项，我国2007年的人均消费量就超过了40瓶。消费量如此之大，说明酒类与公众的身体健康和生命安全密切相关。为此，商务部制定了一系列的规范，对酒类的管理进行规定。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。电子商务分为：ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A（即B2G）、C2A（即C2G）、O2O等。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国酒类电子商务行业前景研究与战略咨询报告》共十章。首先介绍了酒类电子商务行业市场发展环境、酒类电子商务整体运行态势等，接着分析了酒类电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了酒类电子商务市场竞争格局。随后，报告对酒类电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了酒类电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对酒类电子商务产业有个系统的了解或者想投资酒类电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分产业环境分析

第一章酒类电子商务行业发展综述

第一节酒类电子商务行业定义

一、行业定义

二、行业特性

第二节酒类电子商务行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节最近3-5年中国酒类电子商务行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节酒类电子商务行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、白酒行业

2、葡萄酒行业

3、啤酒行业

4、鸡尾酒行业

五、行业下游产业链相关行业分析

1、酒类经销商

2、终端消费者

六、上下游行业影响及风险提示

第二章酒类电子商务行业市场环境及影响分析（pest）

第一节酒类电子商务行业政治法律环境（p）

一、行业管理体制分析

二、行业主要政策法规

三、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（e）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济环境分析

2、国内宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（s）

一、酒类电子商务产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

第四节行业技术环境分析（t）

一、酒类电子商务技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分行业深度分析

第三章我国酒类电子商务行业运行现状分析

第一节我国酒类电子商务行业发展状况分析

一、我国酒类电子商务行业发展阶段

二、我国酒类电子商务行业发展总体概况

三、我国酒类电子商务与线下消费交易量对比分析

四、我国酒类电子商务行业发展特点分析

五、我国酒类电子商务行业商业模式分析

第二节酒类电子商务行业发展现状

一、我国酒类电子商务行业市场规模

二、我国酒类电子商务行业发展分析

三、中国酒类电子商务企业发展分析

四、中国酒类电子商务平台发展分析

第三节酒类电子商务市场情况分析

一、中国酒类电子商务的机遇分析

二、中国酒类电子商务面临的问题分析

三、中国酒类企业对电子商务市场认知分析

四、中国酒类电子商务市场现有消费者特征

五、中国酒类电子商务市场潜在消费者分析

第四节我国酒类电子商务市场存在的问题分析

- 一、过高的物流成本降低价格优势
- 二、中低档酒地方经营策略过强
- 三、传统酒类企业偏重酒类加工
- 四、产品质量难以保证

第三部分市场全景调研

第四章我国酒类电子商务细分市场分析及预测

第一节白酒电子商务市场分析

- 一、白酒市场发展概况
- 二、白酒电子商务发展概况
- 三、白酒电子商务产品特征
- 四、白酒电子商务消费者特征
- 五、白酒电子商务平台发展分析
- 六、白酒企业对电子商务市场认知分析
- 七、白酒电子商务市场发展趋势及前景

第二节葡萄酒电子商务市场分析

- 一、葡萄酒市场发展概况
- 二、葡萄酒电子商务发展概况
- 三、葡萄酒电子商务产品特征
- 四、葡萄酒电子商务消费者特征
- 五、葡萄酒电子商务平台发展分析
- 六、葡萄酒企业对电子商务市场认知分析
- 七、葡萄酒电子商务市场发展趋势及前景

第三节啤酒电子商务市场分析

- 一、啤酒市场发展概况
- 二、啤酒电子商务发展概况
- 三、啤酒电子商务产品特征
- 四、啤酒电子商务消费者特征
- 五、啤酒电子商务平台发展分析
- 六、啤酒企业对电子商务市场认知分析

七、啤酒电子商务市场发展趋势及前景

第四节其他酒类电子商务市场分析

一、保健酒电子商务市场分析

二、黄酒电子商务市场分析

第四部分竞争格局分析

第五章2015-2019年酒类电子商务行业竞争形势

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、酒类电子商务行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、购买者议价能力

6、竞争结构特点总结

二、酒类电子商务行业企业间竞争格局分析

三、酒类电子商务行业集中度分析

四、酒类电子商务行业swot分析

1、酒类电子商务行业优势分析

2、酒类电子商务行业劣势分析

3、酒类电子商务行业机会分析

4、酒类电子商务行业威胁分析

第二节中国酒类电子商务行业竞争格局综述

一、酒类电子商务行业竞争概况

二、中国酒类电子商务行业竞争力分析

三、酒类电子商务行业主要企业竞争力分析

四、国内主要酒类电子商务企业动向

第三节酒类电子商务行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、企业并购途径及并购重组风险分析

四、行业投资兼并与重组趋势分析

第六章主要酒类电子商务平台运营分析

第一节中国酒类电子商务企业总体发展状况分析

- 一、酒类电子商务企业主要类型
- 二、酒类电子商务企业资本运作分析
- 三、酒类电子商务企业创新及品牌建设
- 四、酒类电子商务企业国际竞争力分析

第二节中国领先酒类电子商务平台运营分析

一、酒仙网

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

二、中酒网

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

三、购酒网

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

四、酒美网

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

五、品尚红酒网

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

六、也买酒

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

七、一号店

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

八、天猫商城

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

九、京东商城

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势劣势分析

十、网酒网

- 1、平台发展概况分析

- 2、平台运营模式分析
- 3、平台发展规模分析
- 4、平台产品结构分析
- 5、平台竞争优势分析

第五部分发展前景展望

第七章2021-2027年酒类电子商务行业前景及投资价值

第一节酒类电子商务行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十二五”期间酒类电子商务行业运行情况
- 二、“十二五”期间酒类电子商务行业发展成果
- 三、酒类电子商务行业“十三五”发展方向预测

第二节2021-2027年电子商务市场发展趋势预测

- 一、2021-2027年电子商务行业发展趋势
- 二、2021-2027年电子商务市场规模预测

第三节2021-2027年酒类电子商务市场发展前景

- 一、2021-2027年酒类电子商务市场发展潜力
- 二、2021-2027年酒类电子商务市场发展前景展望
- 三、2021-2027年酒类电子商务细分行业发展前景分析
- 四、2021-2027年酒类电子商务市场规模预测

第四节2021-2027年中国酒类电子商务行业供需预测

- 一、2021-2027年中国酒类电子商务行业供给预测
- 二、2021-2027年中国酒类电子商务行业需求预测

第五节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节酒类电子商务行业投资特性分析

- 一、酒类电子商务行业进入壁垒分析
- 二、酒类电子商务行业盈利因素分析
- 三、酒类电子商务行业盈利模式分析

第七节2021-2027年酒类电子商务行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节2021-2027年酒类电子商务行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

第八章2021-2027年酒类电子商务行业投资机会与风险防范

第一节酒类电子商务行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、酒类电子商务行业投资现状分析

第二节2021-2027年酒类电子商务行业投资机会

一、产业链投资机会

二、酒类电子商务行业投资机遇

第三节2021-2027年酒类电子商务行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六部分发展战略研究

第九章酒类电子商务行业发展战略研究（）

第一节酒类电子商务行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国酒类电子商务品牌的战略思考

一、酒类电子商务品牌的重要性

二、酒类电子商务实施品牌战略的意义

三、酒类电子商务企业品牌的现状分析

四、酒类电子商务企业的品牌战略

五、酒类电子商务品牌战略管理的策略

第三节酒类电子商务经营策略分析

一、酒类电子商务市场细分策略

二、品牌定位与品类规划

三、酒类电子商务新产品差异化战略

第四节酒类电子商务行业投资战略研究

第十章研究结论及发展建议（）

第一节酒类电子商务行业研究结论及建议

第二节酒类电子商务关联行业研究结论及建议

第三节酒类电子商务行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：电子商务行业统计涵盖数据种类

图表：酒类电子商务行业产业链

图表：o2o模式结构示意图

图表：2015-2019年gdp环比和同比增长速度

图表：2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2015-2019年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表：2015-2019年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2015-2019年房地产开发投资名义增速（累计同比）
图表：2015-2019年全国房地产开发企业本年到位资金增速
图表：2015-2019年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
图表：2015-2019年居民消费价格上涨情况（月度同比）
图表：2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
图表：2015-2019年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
图表：2015-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）
图表：2015-2019年我国酒类电子商务与线下交易量对比
图表：2015-2019年我国酒类线下交易量同比增长
图表：2015-2019年我国酒类电子商务交易量同比增长
图表：2015-2019年我国酒类电子商务行业市场规模
图表：我国白酒电子商务消费者性别分布特征
图表：我国白酒电子商务消费者年龄分布特征
图表：我国白酒电子商务消费者地区分布特征
图表：我国白酒购买渠道特征
图表：2015-2019年我国规模以上葡萄酒生产企业葡萄酒产量及主营业务收入增长趋势图
图表：2015-2019年我国葡萄酒进口数量变化
图表：2015-2019年我国葡萄酒进口金额变化
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202105/21-408083.html>