

2022-2028年中国互联网+ 运动饮料市场评估与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+运动饮料市场评估与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202203/275815.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

随着我国居民消费水平的提高，消费者对饮料的健康、功能属性需求日益提升，各细分类别饮料中，能量饮料、即饮咖啡、包装饮用水和亚洲特色饮料表现出超越行业的快速增长，其中能量饮料在2014年至2019年期间销售额复合增长率高达15.02%，是增速最快的细分品类之一。中国各类饮料销售额复合增速情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+运动饮料市场评估与发展前景预测报告》共八章。首先介绍了中国互联网+运动饮料行业市场发展环境、互联网+运动饮料整体运行态势等，接着分析了中国互联网+运动饮料行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+运动饮料市场竞争格局。随后，报告对互联网+运动饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+运动饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+运动饮料产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+运动饮料行业，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：

第一章 运动饮料行业电子商务市场发展状况分析

第一节 互联网对运动饮料行业的改造与重构

- 一、互联网重构运动饮料行业供应链格局
- 二、互联网改变运动饮料生产厂商的营销模式分析
- 三、互联网导致运动饮料领域利益重新分配分析
- 四、互联网如何改变运动饮料行业未来竞争格局

第二节 运动饮料与互联网融合创新机会孕育

- 一、运动饮料电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用分析
- 四、运动饮料电商黄金发展期机遇分析

第二章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

电子商务作为数字经济的突出代表，在促消费、保增长、调结构、促转型等方面展现出

前所未有的发展潜力，也为大众创业、万众创新提供了广阔的发展空间，成为我国应对经济下行趋势、驱动经济与社会发展创新发展的重要动力。近年来我国电子商务持续快速发展，各种新业态不断涌现，在增强经济发展活力、提高资源配置效率、推动传统产业转型升级、开辟就业创业渠道等方面发挥了重要作用。

2018年中国电子商务整体交易规模约为28.4万亿元，增长17.8%。随着电子商务行业的逐步完善，预计2019年中国电子商务交易规模将超30万亿元，同比增长约为16.2%。

2019年中国电子商务交易规模预计

- 一、电子商务基本定义
- 二、电子商务发展阶段
- 三、电子商务基本特征
- 四、电子商务支撑环境
- 五、电子商务基本模式
- 六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

- 一、“互联网+”的提出
- 二、“互联网+”的内涵
- 三、“互联网+”的发展
- 四、“互联网+”的评价
- 五、“互联网+”的趋势

第三章 运动饮料企业切入电商战略规划及模式选择

第一节 运动饮料企业电商发展战略规划

- 一、运动饮料企业电商如何正确定位
- 二、运动饮料电商核心业务确定策略
- 三、运动饮料企业电商化组织变革策略
 - 1、运动饮料电商组织结构变革策略分析
 - 2、运动饮料电商业务流程重构策略分析

第二节 垂直平台类运动饮料电商运营模式解析

- 一、垂直平台类电商业务系统结构分析
- 二、垂直平台类运动饮料电商盈利模式分析
- 三、垂直平台类运动饮料电商运营成本分析
- 四、垂直平台类运动饮料电商盈利空间分析

- 五、垂直平台类运动饮料电商经营风险分析
- 六、垂直平台类运动饮料电商优劣势分析
- 七、垂直平台类运动饮料电商关键资源能力分析
- 第三节 平台+自营类运动饮料电商运营模式解析
 - 一、平台+自营类运动饮料电商优势分析
 - 二、垂直自营电商平台化可行性分析
 - 三、垂直自营电商平台化成功案例解析
 - 四、垂直自营电商平台化经营风险预估
 - 五、垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

第四章 运动饮料行业发展现状分析

第一节 运动饮料行业发展现状分析

- 一、运动饮料行业产业政策分析
- 二、运动饮料行业发展现状分析
- 三、运动饮料行业主要企业分析
- 四、运动饮料行业市场规模分析

第二节 运动饮料行业市场前景分析

- 一、运动饮料行业发展机遇分析
- 二、运动饮料行业市场规模预测
- 三、运动饮料行业发展前景分析

第五章 运动饮料所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 运动饮料电商所属行业市场规模与渗透率

- 一、运动饮料电商总体开展情况
- 二、运动饮料电商交易规模分析
- 三、运动饮料电商渠道渗透率分析

第二节 运动饮料电商所属行业盈利能力分析

- 一、运动饮料电子商务发展有利因素
- 二、运动饮料电子商务发展制约因素
- 三、运动饮料电商行业经营成本分析
- 四、运动饮料电商行业盈利模式分析
- 五、运动饮料电商行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

- 一、运动饮料电商行业市场空间测算
- 二、运动饮料电商市场规模预测分析
- 三、运动饮料电商发展趋势预测分析

第六章 运动饮料行业电子商务运营模式分析

第一节 运动饮料电子商务B2B模式分析

- 一、运动饮料电子商务B2B市场概况
- 二、运动饮料电子商务B2B盈利模式
- 三、运动饮料电子商务B2B运营模式
- 四、运动饮料电子商务B2B的供应链

第二节 运动饮料电子商务B2C模式分析

- 一、运动饮料电子商务B2C市场概况
- 二、运动饮料电子商务B2C市场规模
- 三、运动饮料电子商务B2C盈利模式
- 四、运动饮料电子商务B2C物流模式
- 五、运动饮料电商B2C物流模式选择

第三节 运动饮料电子商务C2C模式分析

- 一、运动饮料电子商务C2C市场概况
- 二、运动饮料电子商务C2C盈利模式
- 三、运动饮料电子商务C2C信用体系
- 四、运动饮料电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 运动饮料电子商务O2O模式分析

- 一、运动饮料电子商务O2O市场概况
- 二、运动饮料电子商务O2O优势分析
- 三、运动饮料电子商务O2O营销模式
- 四、运动饮料电子商务O2O潜在风险

第七章 运动饮料主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 京东网站

- 一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 天猫商城

一、天猫商城发展基本概述

二、天猫商城用户特征分析

三、天猫商城网购优势分析

四、天猫商城交易规模分析

五、天猫商城交易品类结构

六、天猫商城企业入驻情况

七、天猫商城商家经营策略

第三节 1号店

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 百度商城

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 当当网

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章 运动饮料企业进入互联网领域投资策略分析（）

第一节 运动饮料企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 运动饮料企业转型电商物流投资分析

一、运动饮料企业电商自建物流分析

1、电商自建物流的优势分析

2、电商自建物流的负面影响

二、运动饮料企业电商外包物流分析

1、快递业务量完成情况

2、快递业务的收入情况

3、快递业竞争格局分析

第三节 运动饮料企业电商市场策略分析（ ）

图表目录

图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表：2022-2028年我国移动网民规模及增长速度

图表：移动端网购增长仍处爆发阶段

图表：移动端网购占比大幅提升

图表：传统运动饮料消费存在的“痛点”

图表：运动饮料电子商务重构供应链流程

图表：中国电商相关政策汇总

图表：2015-2019年运动饮料电商交易规模趋势图

图表：2015-2019年运动饮料电商市场渗透率趋势图

图表：2022-2028年运动饮料电商交易规模预测趋势图

图表：2022-2028年运动饮料电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275815.html>