

2022-2028年中国互联网+ 绿色食品行业发展趋势与投资可行性报告

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+绿色食品行业发展趋势与投资可行性报告》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/202204/286517.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

绿色食品，是指产自优良生态环境、按照绿色食品标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质食用农产品及相关产品。

绿色食品标准规定

- 1、产品或产品原料的产地必须符合绿色食品的生态环境标准。
 - 2、农作物种植、畜禽饲养、水产养殖及食品加工必须符合绿色食品的生产操作规程。
 - 3、产品必须符合绿色食品的质量和卫生标准。
 - 4、产品的标签必须符合中国农业部制定的《绿色食品标志设计标准手册》中的有关规定。
- 绿色食品的标志为绿色正圆形图案，上方为太阳，下方为叶片与蓓蕾，标志的寓意为保护。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+绿色食品行业发展趋势与投资可行性报告》共八章。首先介绍了中国互联网+绿色食品行业市场发展环境、互联网+绿色食品整体运行态势等，接着分析了中国互联网+绿色食品行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+绿色食品市场竞争格局。随后，报告对互联网+绿色食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+绿色食品行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+绿色食品产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+绿色食品行业，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：

第一章电子商务与“互联网+”

第一节电子商务发展分析

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

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

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

第二章互联网环境下绿色食品行业的机会与挑战

第一节中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

三、移动互联网发展状况

（一）移动互联网市场规模

（二）移动互联网流量情况

（三）移动互联网产业结构

（四）移动互联网主要特点

第二节互联网环境下绿色食品行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网助力企业开拓市场

三、电商成为传统企业突破口

第三节互联网绿色食品行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

第四节绿色食品与互联网融合创新机会孕育

一、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

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章绿色食品行业发展现状及发展前景分析

第一节绿色食品行业发展现状分析

一、绿色食品产业发展情况及标准分析

（一）绿色食品产业基本情况

（二）绿色食品分级标准分析

二、绿色食品行业运行情况分析

（一）我国绿色食品发展总体概况

（二）我国绿色食品产品结构分析

（三）原料标准化生产基地产品结构

（四）我国绿色食品生产资料概况

三、绿色食品行业企业数量分析

四、绿色食品行业市场规模分析

第二节绿色食品行业市场前景分析

一、绿色食品行业发展机遇分析

（一）政策支持更加强化

（二）消费拉动更加强势

（三）科技支撑更加有力

二、绿色食品行业市场规模预测

三、绿色食品行业发展重点分析

第四章绿色食品行业市场规模与电商未来空间预测

第一节绿色食品电商市场规模分析

一、绿色食品电商总体开展情况

二、绿色食品电商交易规模分析

第二节绿色食品电商所属行业盈利能力分析

- 一、绿色食品电子商务发展有利因素
- 二、绿色食品电子商务发展制约因素
- 三、绿色食品电商所属行业经营成本分析
- 四、绿色食品电商所属行业盈利模式分析
- 五、绿色食品电商提高有效消费的措施
 - (一) 加强对绿色食品相关知识的宣传
 - (二) 增加绿色食品的市场有效供给

第三节电商行业未来前景及趋势预测

- 一、绿色食品电商市场规模预测
- 二、绿色食品电商发展趋势分析

第五章绿色食品企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节绿色食品企业转型电商平台构建分析

- 一、绿色食品电子商务关键环节分析
 - (一) 产品采购与销售
 - (二) 电商网站建设
 - (三) 品牌建设及营销
 - (四) 网站服务意识
 - (五) 网站增值服务
- 二、绿色食品企业电子商务网站构建
 - (一) 网站域名申请
 - (二) 网站运行模式
 - (三) 网站开发规划
 - (四) 网站需求规划

第二节绿色食品企业转型电商发展模式

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节绿色食品企业转型电商平台选择分析

- 一、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析
- 二、借助第三方网购平台
 - (一) 电商平台的优劣势
 - (二) 电商平台盈利模式
- 三、电商服务外包模式分析
 - (一) 电商服务外包的优势
 - (二) 电商服务外包可行性
 - (三) 电商服务外包前景
- 四、绿色食品企业电商平台选择策略
 - (一) 行业资历能增强竞争实力
 - (二) 自营模式有利于食品安全
 - (三) 专业管理能决定食品品质

第六章绿色食品行业电子商务运营模式分析

第一节绿色食品电子商务B2B模式分析

- 一、绿色食品电子商务B2B市场概况
- 二、绿色食品电子商务B2B运营模式
- 三、绿色食品电子商务B2B盈利模式
- 四、绿色食品电子商务B2B的供应链

第二节绿色食品电子商务B2C模式分析

- 一、绿色食品电子商务B2C市场概况
- 二、绿色食品电子商务B2C运营模式
- 三、绿色食品电子商务B2C盈利模式
- 四、绿色食品电子商务B2C物流模式

第三节绿色食品电子商务C2C模式分析

- 一、绿色食品电子商务C2C市场概况
- 二、绿色食品电子商务C2C盈利模式
- 三、绿色食品电子商务C2C信用体系
- 四、绿色食品电子商务C2C物流特征

第四节绿色食品电子商务O2O模式分析

- 一、绿色食品电子商务O2O市场概况

- 二、绿色食品电子商务O2O优势分析
- 三、绿色食品电子商务O2O营销模式
- 四、绿色食品电子商务O2O潜在风险

第七章绿色食品主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节中粮我买网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站零售商品分析
- 三、网站渠道规划分析
- 四、网站赢利模式分析
- 五、网站物流配送体系

第二节顺丰优选

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站市场定位分析
- 三、网站相关处罚条例
- 四、网站物流配送体系
- 五、网站运营风险分析

第三节本来生活网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站零售商品分析
- 三、绿色食品网销优势
- 四、网站物流配送体系
- 五、网站配送收费标准

第四节中绿生活网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站绿色食品基地
- 三、网站食品线下门店
- 四、网站发展优势分析

第五节龙宝溯源商城

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站合作商家分析
- 三、入驻合作模式分析

四、食品网销优势分析

五、网销物流配送体系

第八章绿色食品企业进入互联网领域投资策略分析（）

第一节绿色食品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

第二节绿色食品企业转型电商物流投资分析

一、绿色食品企业电商自建物流分析

（一）电商自建物流的优势分析

（二）电商自建物流的负面影响

二、绿色食品企业电商外包物流分析

（一）快递业务量完成情况

（二）快递业务的收入情况

（三）快递业竞争格局分析

第三节绿色食品企业电商市场策略分析

（一）自营型电商平台市场分析

（二）垂直型电商平台市场分析

（三）运用农产品冷链物流体系

（四）提升绿色食品的被信任度

（五）电商企业优化的主要策略（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286517.html>