



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国花果茶电商市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国花果茶电商市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/280884.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

花果茶又被称为果粒茶，是一种类似茶的饮料，以各种不同的花朵与水果浓缩干燥而成，成份中含有各种不同的维他命、果酸与矿物质，但不含咖啡因与单宁酸。各种不同口味的花果茶在成份上略有不同，但仍以芙蓉花、蔷薇实、橙皮与苹果片为主要组成元素。在冲泡后仍能保持花果的原风味，浓郁的果香，加上冰糖饮用，可以舒缓情绪，另有美容养颜的效果。

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 中国电子商务行业发展现状分析 12

第一节 电子商务基本概况 12

一、电子商务基本定义 12

二、电子商务发展阶段 12

三、电子商务基本特征 13

四、电子商务支撑环境 14

五、电子商务基本模式 17

（一）电子商务分类 17

（二）电子商务功能 18

（三）电子商务运营模式 20

第二节 中国电子商务规模分析 23

一、电子商务交易规模分析 23

二、电子商务市场结构分析 23

三、电子商务从业人员规模 24

四、电子商务相关融合产业 25

第三节 中国电子商务细分行业分析 26

一、B2B电子商务发展分析 26

（一）B2B市场规模分析 26

（二）B2B企业规模分析 27

- (三) B2B市场营收分析 28
- (四) B2B市场份额分析 29
- (五) B2B用户规模分析 29
- 二、网络零售市场发展分析 30
 - (一) 网络零售交易规模 30
 - (二) 网络零售市场占比 31
 - (三) 网络零售市场份额 31
 - (四) 网络零售用户规模 32
 - (五) 移动网购交易规模 33

第二章 互联网环境下花果茶行业的机会与挑战 34

第一节 年中国互联网环境分析 34

- 一、网民基本情况分析 34
 - (一) 总体网民规模分析 34
 - (二) 分省网民规模分析 35
 - (三) 手机网民规模分析 37
 - (四) 网民属性结构分析 37
- 二、网民互联网应用状况 41
 - (一) 信息获取情况分析 41
 - (二) 商务交易发展情况 44
 - (三) 交流沟通现状分析 52
 - (四) 网络娱乐应用分析 54

第二节 互联网环境下花果茶行业的机会与挑战 57

- 一、互联网时代行业大环境的变化 57
- 二、互联网直击传统行业消费痛点 59
- 三、电商成为传统企业突破口 61

第三节 互联网花果茶行业的改造与重构 61

- 一、互联网重构行业的供应链格局 61
- 二、互联网改变生产厂商营销模式 62
- 三、互联网导致行业利益重新分配 62

第四节 花果茶与互联网融合创新机会孕育 62

- 一、电商政策变化趋势分析 62

二、电子商务消费环境趋势分析 63

三、互联网技术对行业支撑作用 64

四、电商黄金发展期机遇分析 65

第三章 花果茶行业市场规模与电商未来空间预测 66

第一节 花果茶行业发展现状分析 66

一、花果茶行业产业政策分析 66

（一）农业相关政策分析 66

（二）茶业相关标准分析 66

（三）"一带一路"催生中国茶业新机遇 67

1、"一带一路"定义 67

2、"一带一路"的意义 68

3、"一带一路"促进茶产业发展 68

二、花果茶行业发展现状分析 69

三、花果茶上游生产情况分析 69

四、花果茶行业市场规模分析 70

五、花果茶行业竞争格局分析 70

六、花果茶行业发展前景预测 70

第二节 花果茶行业营销市场分析 71

一、花果茶行业营销定位分析 71

（一）地理因素 71

（二）人文因素 71

（三）消费者行为分析 72

（四）消费倾向分析 72

（五）消费者习惯分析 72

（六）目标市场的选择 72

（七）市场定位战略 72

二、花果茶行业营销策略分析 73

（一）产品策略 73

（二）价格策略 74

（三）分销渠道策略 75

（四）促销策略 76

第三节 花果茶电商市场规模与渗透率 77

一、花果茶电商总体开展情况 77

二、花果茶电商交易规模分析 78

三、天猫花果茶店家交易规模 78

（一）四月茶依交易规模统计 78

（二）忆妍交易规模统计 79

（三）艺福堂交易规模统计 80

（四）陌上花开交易规模统计 80

（五）玛缇娜交易规模统计 81

（六）天猫超市交易规模统计 82

（七）三只松鼠交易规模统计 82

（八）简品100交易规模统计 83

（九）唯此交易规模统计 83

（十）以美交易规模统计 84

四、花果茶电商渠道渗透率分析 84

第四节 花果茶电商行业盈利能力分析 85

一、花果茶电子商务发展有利因素 85

二、花果茶电子商务发展制约因素 85

三、花果茶电商行业经营成本分析 86

四、花果茶电商行业盈利模式分析 86

五、花果茶电商行业盈利水平分析 86

第五节 电商行业未来前景及趋势预测 87

一、花果茶电商市场发展前景分析 87

二、花果茶电商发展趋势预测分析 87

第四章 花果茶企业转型电子商务战略分析 88

第一节 花果茶企业转型电商优势分析 88

一、前期投入成本优势 88

二、供应链体系建设优势 88

三、渠道管控优势分析 89

四、零售运营经验优势 89

第二节 花果茶企业转型电商流程管理 90

一、网站运营流程管理 90

二、网络销售流程管理 91

三、产品发货流程管理 91

四、采购管理流程分析 92

五、订单销售流程管理 93

六、库房操作流程管理 95

七、订单配送流程管理 96

第三节 花果茶企业电子商务成本分析 97

一、花果茶电商成本构成分析 97

二、花果茶电商采购成本分析 98

三、花果茶电商运营成本分析 99

四、花果茶电商履约成本分析 99

五、花果茶电商交易成本分析 99

第五章 花果茶企业转型电商体系构建及平台选择 100

第一节 花果茶企业转型电商构建分析 100

一、花果茶电子商务关键环节分析 100

（一）产品采购与组织 100

（二）电商网站建设 100

（三）网站品牌建设及营销 100

（四）服务及物流配送体系 100

（五）网站增值服务 101

二、花果茶企业电子商务网站构建 101

（一）网站域名申请 101

（二）网站运行模式 102

（三）网站开发规划 103

（四）网站需求规划 104

第二节 花果茶企业转型电商发展途径 105

一、电商B2B发展模式 105

二、电商B2C发展模式 105

三、电商C2C发展模式 106

四、电商O2O发展模式 108

第三节 花果茶企业转型电商平台选择分析 108

一、花果茶企业电商建设模式 108

二、自建商城网店平台 108

（一）自建商城概况分析 108

（二）自建商城优势分析 109

三、借助第三方网购平台 110

（一）电商平台的优劣势 110

（二）电商平台盈利模式 112

四、电商服务外包模式分析 114

（一）电商服务外包的优势 114

（二）电商服务外包可行性 114

（三）电商服务外包前景 115

五、花果茶企业电商平台选择策略 116

第六章 花果茶行业电子商务运营模式分析 118

第一节 花果茶电子商务B2B模式分析 118

一、花果茶电子商务B2B盈利模式 118

二、花果茶电子商务B2B客户分析 119

三、花果茶电子商务B2B采购分析 119

四、花果茶电子商务B2B物流分析 120

第二节 花果茶电子商务B2C模式分析 120

一、花果茶电子商务B2C盈利模式 120

二、花果茶电子商务B2C物流模式 122

三、花果茶电商B2C物流模式选择 123

第三节 花果茶电子商务C2C模式分析 124

一、花果茶电子商务C2C盈利模式 124

二、花果茶电子商务C2C信用体系 125

三、花果茶电子商务C2C物流特征 127

第四节 花果茶电子商务O2O模式分析 127

一、花果茶电子商务O2O优势分析 127

二、花果茶电子商务O2O营销模式 128

三、花果茶电子商务O2O潜在风险 129

第七章 花果茶行业电子商务营销推广模式分析 131

第一节 搜索引擎营销 131

一、搜索引擎营销现状分析 131

二、搜索引擎营销推广模式 131

三、搜索引擎营销收益分析 132

四、搜索引擎营销竞争分析 134

第二节 论坛营销 134

一、论坛营销概述分析 134

二、论坛营销优势分析 134

三、论坛营销策略分析 135

第三节 博客营销 136

一、博客营销概况分析 136

二、博客营销优势分析 137

三、博客营销模式分析 138

第四节 微博营销 139

一、微博营销概况分析 139

二、微博营销的优劣势 139

三、微博营销模式分析 140

四、微博营销竞争分析 142

第五节 视频营销 143

一、视频营销概述分析 143

二、视频营销优势分析 144

三、视频营销策略分析 145

四、视频营销竞争分析 146

第六节 问答营销 147

一、问答营销概述分析 147

二、问答营销运营模式 147

三、问答营销竞争分析 148

第七节 权威百科营销 148

一、权威百科营销概况 148

二、权威百科营销优势 149

三、权威百科营销形式 149

第八节 企业新闻营销 151

- 一、企业新闻营销概况 151
- 二、企业新闻营销方式 152
- 三、企业新闻营销策略 153
- 四、新闻营销竞争分析 154

第八章 花果茶行业电商运营优秀案例研究 156

第一节 四月茶依 156

- 一、品牌基本情况 156
- 二、品牌产品分析 156
- 三、品牌销售情况 156
- 四、品牌定位分析 157
- 五、品牌服务理念 157

第二节 艺福堂 158

- 一、品牌基本情况 158
- 二、品牌产品分析 158
- 三、品牌销售情况 158
- 四、品牌生产模式 159
- 五、品牌发展分析 159

第三节 玛缇娜 159

- 一、品牌基本情况 159
- 二、品牌产品分析 159
- 三、品牌销售情况 160
- 四、品牌生产模式 160

第四节 简品100 161

- 一、品牌基本情况 161
- 二、品牌发展历程 161
- 三、品牌产品分析 162
- 四、品牌销售情况 162
- 五、品牌服务理念 163

第五节 爱这茶语 163

- 一、品牌基本情况 163

- 二、品牌产品分析 163
- 三、品牌销售情况 163
- 四、品牌服务理念 164
- 五、品牌发展分析 164

第九章 花果茶主流电商平台比较及品牌入驻选择 165

第一节 天猫商城 165

- 一、天猫商城发展基本概述 165
- 二、天猫商城用户特征分析 165
- 三、天猫商城网购优势分析 165
- 四、天猫商城交易规模分析 166
- 五、天猫商城企业入驻情况 167

第二节 京东商城 169

- 一、京东商城发展基本概述 169
- 二、京东商城用户特征分析 169
- 三、京东商城网购优势分析 170
- 四、京东商城交易规模分析 170
- 五、京东商城品牌入驻情况 171

第三节 苏宁易购 172

- 一、苏宁易购发展基本概述 172
- 二、苏宁易购用户特征分析 172
- 三、苏宁易购网购优势分析 173
- 四、苏宁易购交易规模分析 173
- 五、苏宁易购品牌入驻情况 174

第四节 1号店 174

- 一、1号店发展基本概述 174
- 二、1号店用户特征分析 175
- 三、1号店网购优势分析 175
- 四、1号店交易规模分析 176
- 五、1号店品牌入驻情况 176

第五节 亚马逊中国 178

- 一、亚马逊发展基本概述 178

二、亚马逊用户特征分析 179

三、亚马逊网购优势分析 179

四、亚马逊交易规模分析 180

五、亚马逊品牌入驻情况 180

第六节 当当网 181

一、当当网发展基本概述 181

二、当当网用户特征分析 181

三、当当网网购优势分析 182

四、当当网交易规模分析 182

五、当当网品牌入驻情况 182

第十章 花果茶企业进入电子商务领域投资策略分析 184(AK WZY)

第一节 花果茶企业电子商务市场投资要素 184

一、企业自身发展阶段的认知分析 184

二、企业开展电子商务目标的确定 185

三、企业电子商务发展的认知确定 186

四、企业转型电子商务的困境分析 188

第二节 花果茶企业转型电商物流投资分析 189

一、花果茶企业电商自建物流分析 189

(一) 电商自建物流的优势分析 189

(二) 电商自建物流的负面影响 191

二、花果茶企业电商外包物流分析 192

(一) 快递业务量完成情况 192

(二) 快递业务的收入情况 192

(三) 快递业竞争格局分析 194

三、花果茶电商物流构建策略分析 195

(一) 入库质量检查 195

(二) 在库存储管理 196

(三) 出库配货管理 196

(四) 发货和派送 196

(五) 退货处理 196

第三节 花果茶企业电商市场策略分析 197

一、O2O电商模式 197

二、收购电商策略 197

三、借势电商策略 197

四、做品牌不做渠道 197

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：花果茶电商行业产业链

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国花果茶电商行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年花果茶电商行业市场供给
图表：2011-2015年花果茶电商行业市场需求
图表：2011-2015年花果茶电商行业市场规模
图表：花果茶电商所属行业生命周期判断
图表：花果茶电商所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国花果茶电商行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国花果茶电商行业供给预测
图表：2016-2022年中国花果茶电商行业需求预测
图表：2016-2022年中国花果茶电商行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280884.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。