

中国食品行业电子商务市场调研与发 展前景预测报告（2025年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国食品行业电子商务市场调研与发展前景预测报告（2025年）

报告编号： 1A13293 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9200 元 纸质+电子版：9500 元

优惠价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/3/29/ShiPinHangYeDianZiShangWuShiChangFenXiBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

食品行业电子商务是一种重要的销售渠道，近年来随着互联网技术的发展而得到了广泛应用。目前，食品行业电子商务不仅在交易便利性、物流配送等方面有了显著提升，还在设计上更加注重个性化和用户体验。随着信息技术的进步，食品行业电子商务的性能不断提高，能够满足不同应用场景的需求。此外，随着对食品安全要求的提高，食品行业电子商务在提高交易透明度、优化售后服务等方面也取得了长足进展。

未来，食品行业电子商务的发展将更加注重提高个性化服务和交易安全性。产业调研网指出，一方面，通过引入更先进的数据分析技术和材料，可以进一步提高食品行业电子商务的个性化服务能力，如实现更加精准的商品推荐、提供更加智能的客户服务等。另一方面，随着消费者对食品安全和隐私保护的需求增加，开发能够提供更高安全保障的电商平台，以实现更加安全可靠的在线交易，将成为行业趋势之一。此外，随着对可持续发展的重视，优化食品行业电子商务的运营模式，提高资源利用率，也将成为重要发展方向。

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

1.1.2 电子商务行业结构分析

1.1.3 电子商务发展历程分析

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

1.3.2 食品行业电子商务现状分析

1.3.3 食品行业电子商务特征分析

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与规划

- (1) 《电子商务模式规范》
- (2) 《关于促进电子商务规范发展的意见》
- (3) 《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》
- (4) 《关于加快流通领域电子商务发展的意见》
- (5) 《关于网上交易的指导意见（暂行）》
- (6) 《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- (7) 《关于加强银行卡安全管理预防和打击银行卡犯罪的通知》
- (8) 《非金融机构支付服务管理办法》
- (9) 中国电子商务行业“十四五”规划
- (10) 上海市电子商务行业规划
- (11) 杭州市电子商务行业规划
- (12) 广州市电子商务行业规划
- (13) 北京市电子商务行业规划
- (14) 深圳市电子商务行业规划
- (15) 厦门市电子商务行业规划

2.1.2 食品业相关政策与规划

- (1) 《中华人民共和国食品安全法》
- (2) 《食品添加剂使用标准》（gb2760-）
- (3) 卫生部质检总局关于规范食品添加剂标准管理的公告（第6号）
- (4) 《轻工业调整和振兴规划》
- (5) 中国食品行业“十四五”规划

2.2 经济环境（e）

2.2.1 国际经济环境

2.2.2 国内经济环境

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

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

2.4.2 食品物流技术

2.4.3 食品制造行业技术水平

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 食品工业概况

(1) 行业发展概况

(2) 行业经济地位分析

3.1.2 食品工业主要经济指标情况

(1) 产销规模

(2) 盈利规模

(3) 企业数量

(4) 成本费用结构

3.1.3 食品工业运营绩效分析

(1) 成长能力

(2) 盈利能力

(3) 偿债能力

(4) 运营能力

3.2 电子商务业现状

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况

(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竞争格局分析

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) 国际电子商务行业成功经验借鉴

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) 中国电子商务行业发展概况

2) 中国电子商务网站规模

3) 中国电子商务行业市场规模

(2) 中国电子商务行业市场竞争格局分析

(3) 中国电子商务行业发展主要特点

（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

（3）物流行业的竞争状况分析

（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) 全国重点企业物流统计调查情况

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) 第三方冷链物流企业数量

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) 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) 行业电子商务规模分析

(3) 行业进出口电子商务市场分析

4.1.2 中国食品行业电子商务价值链构成分析

(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

5.1.2 b2c模式

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

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

5.2.6 成本分析

5.3 中国食品行业b2c电子商务模式分析

5.3.1 市场概况

5.3.2 盈利模式

5.3.3 目标客户

5.3.4 采购特征

5.3.5 物流特征

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

（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) 济研：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
 - (3) 传统渠道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
 - (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) 食品行业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) 食品行业论坛营销案例分析
 - 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) 食品行业博客营销案例分析

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) 食品行业微博营销案例分析

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) 食品行业视频营销案例分析

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) 食品行业问答营销案例分析

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) 食品行业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) 食品行业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
- 7.1.2 行业电子商务市场前景预测

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
- 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 行业消费者电子商务消费调研分析
 - 7.4.1 调研背景
 - 7.4.2 调研内容
 - (1) 消费者食品网购频率
 - (2) 消费者食品网购问题分析
 - (3) 消费者食品网购商家选择
 - (4) 消费者食品网购信息获取渠道
 - (5) 消费者食品网购满意度
- 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时机选择
 - 2) 电商企业自建物流的发展现状
 - (2) 外包物流
 - 1) 快递业务量完成情况
 - 2) 快递业务的收入情况
 - 3) 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
 - 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
 - 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

（2）食品行业电子商务投资相关建议

第8章 中.智.林.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

8.2.2 红图食品网

.....

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）网站最新发展动向分析

.....

图表目录

图表 1：2025-2031年美国经济数据及预测（单位：%）

图表 2：2025-2031年欧洲经济数据及预测（单位：%）

图表 3：2025-2031年我国gdp增长情况（单位：%）

图表 4：2025年我国居民消费物价月度同比涨幅（单位：%）

- 图表 5：2020-2025年农村居民人均纯收入（单位：元）
- 图表 6：2025年农村居民人均纯收入构成（单位：%）
- 图表 7：2025年城镇居民人均纯收入构成（单位：%）
- 图表 8：2025年城乡居民人均收入平均数和中位数比较情况（单位：元）
- 图表 9：2020-2025年人口及其自然增长率变化趋势（单位：万人，%）
- 图表 10：2025-2031年我国gdp同比增速走势及预测（单位：%）
- 图表 11：2024-2025年我国gdp贡献率预测（单位：%）
- 图表 12：2020-2025年中国社会消费品零售总额月度同比增长速度（单位：%）
- 图表 13：xml解析器应用框架
- 图表 14：2020-2025年中国食品工业工业总产值占gdp的比重及其变化情况（单位：亿元，%）
- 图表 15：2025年中国食品工业产销规模分析（单位：亿元，%）
- 图表 16：2025年中国食品工业盈利规模（单位：亿元，%）
-
- 图表 18：2025年中国食品工业成本费用结构（单位：%）
- 图表 19：2024-2025年中国食品工业发展能力分析（单位：%）
- 图表 20：2024-2025年中国食品工业盈利能力分析（单位：次）
- 图表 21：2024-2025年中国食品工业偿债能力分析（单位：%、倍）
- 图表 22：2024-2025年中国食品工业运营能力分析（单位：次）
- 图表 23：2025-2031年中国电子商务交易规模及其预测（单位：万亿元，%）
- 图表 24：物流行业的产业阶段
- 图表 25：物流行业竞争格局
- 图表 26：外资物流企业进入中国市场途径
- 图表 27：外资并购国内物流企业案例
- 图表 28：2020-2025年中国物流行业三大指标运行状况（单位：亿元）
- 图表 29：2020-2025年中国社会物流总额及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表 30：2025年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%）
- 图表 31：2020-2025年中国社会物流总费用（单位：亿元，%）
- 图表 32：2020-2025年中国物流业增加值统计（单位：亿元，%）
- 图表 33：2024-2025年物流业固定资产投资及增长变化情况（单位：亿元，%）
- 图表 34：重点调查企业分布情况（单位：%）
- 图表 35：重点调查企业登记注册类型分布情况（单位：%）
- 图表 36：重点调查企业物流成本增长情况（单位：%）
- 图表 37：重点调查企业物流成本构成情况（单位：%）
- 图表 38：2024-2025年重点调查企业物流费用率情况（单位：%）
- 图表 39：2020-2025年重点调查企业物流费用率情况（单位：%）
- 图表 40：重点调查企业物流外包情况（单位：%）

图表 41：2024-2025年重点调查企业平均仓储面积情况（单位：%）

.....

图表 43：重点调查物流企业收入规模分布情况（单位：%）

图表 44：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按物流企业类型分）（单位：%）

图表 45：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按登记注册类型分）（单位：%）

图表 46：重点调查物流企业收入利润率分布情况（单位：%）

图表 47：重点调查物流企业资产规模分布情况（单位：%）

图表 48：中国与发达国家农产品腐损率比较（单位：%）

图表 49：中国与发达国家冷链流通率比较（单位：%）

图表 50：主要国家人均冷库容量对比（单位：立方米/人）

图表 51：国内外冷链发展情况对比（单位：%、万立方米、万辆）

图表 52：主要国家冷链状况比较（单位：%）

图表 53：冷库种类及用途对比

图表 54：2025年中国冷库容量构成（按冷库种类分）（单位：万立方米）

图表 55：2025年中国冷库容量构成（按冷库功能属性分）（单位：%）

图表 56：2025年中国冷库容量构成（按冷库主要储存商品分）（单位：%）

图表 57：中外冷藏库耗电量对比（单位：千瓦时/立方米·年）

图表 58：2025年中国农副食品加工业调查企业物流成本构成（单位：%）

图表 59：2025年中国与日本农副食品加工业物流费用率比较（单位：%）

图表 60：2025年中国与日本农副食品加工业物流外包情况比较（单位：%）

图表 61：2025年食品电子商务网站市场份额占比图（单位：%）

图表 62：2025年食品行业b2c产品市场结构（单位：%）

图表 63：2025年食品行业b2c网站市场份额占比图（单位：%）

图表 64：熟肉制品各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 65：桶装水各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 66：酱腌菜各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 67：禽蛋各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 68：食用油各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 69：饮料各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 70：白酒各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 71：啤酒各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 72：方便面各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 73：冷冻食品各品牌消费者信赖度占比（单位：%）

图表 74：中国食品行业直销式渠道

图表 75：中国食品行业网络式渠道

图表 76：中国食品行业平台式渠道

图表 77：中国食品行业农贸批发市场向周边自然辐射渠道模式

图表 78：搜索引擎营销结构模式图

图表 79：论坛营销结构分析

图表 80：博客营销结构分析

……略

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，是internet爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。internet本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点，也成为电子商务的内在特征，并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构。随着网络经济时代的到来，电子商务的发展对于一个企业而言，不仅仅意味着商业机会，还意味着一个全新的全球性网络驱动经济的诞生。我国的电子商务发展迅速，已经成为企业重要的销售渠道和品牌推广渠道。

发展电子商务，开辟全新的销售渠道和品牌推广渠道，已经成为食品企业达成的共识，然而从市场调研数据可以发现，垂直食品电子商务网站份额在电子商务中的比重仅为3.9%，远低于其行业地位，食品电子商务现在还处在一个萌芽培育期，发展潜力巨大。

从食品电子商务行业竞争来看，2012年中粮集团我买网高调上线，以价格低、绿色安全为旗帜进军电子商务，“我买网”依赖中粮集团强大实力、完整产业链，一上线就会成为食品b2c商城的老大。另外一些大型百货类b2c平台也开始进入食品代销，如京东商城、当当网等。与此同时，食品网上销售也出现了两股较强的力量，其一是淘宝等c2c交易平台上出现了一些不错的食品网店，如双金冠的糖糖屋、豆家铺子等，还有全国多家报社在淘宝开设的一报一店的特产网店。其二，在细分食品领域里出现了一些品牌b2b，如食品商务网、食品伙伴网、第一食品网、中国糖酒网等，发展势头迅猛。

未来食品电子商务行业发展面临着激烈的竞争，行业洗牌成为必然。一方面，资金雄厚者以资本争夺时间，通过收购兼并占据大型电子商务市场，这对企业融资能力具有相当高的要求；原本拥有地域优势、商家与用户资源的成熟网站，一旦加入电子商务功能或频道，将对现存电子商务网站形成巨大的威胁。未来电子商务市场或将重演微博的故事：由独立小网站模仿、引入，继而成为大公司和大平台的一个模块功能。此外，食品电子商务网站标准化的服务体系的创建、用户体验要求的满足、线下物流配送的质量和网购用户忠诚度建构问题都是从业者面临的挑战。

略……

订阅“中国食品行业电子商务市场调研与发展前景预测报告（2025年）”，编号：1A13293，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/3/29/ShiPinHangYeDianZiShangWuShiChangFenXiBaoGao.html>

热点：食品行业电子商务发展现状、食品企业电子商务、食品行业电子商务的发展、食品行业常用电子商务网站、食品类电子商务公司经营范围

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！