

2022-2028年中国互联网+ 挂面市场发展态势与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+挂面市场发展态势与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/shipin/Z22719SRN2.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

挂面是一种细若发丝、洁白光韧，并且耐存、耐煮的手工面食，有圆而细的，也有宽而扁的，主要品种有普通挂面、花色挂面、手工挂面等；按辅料的品种分有鸡蛋挂面、西红柿挂面、菠菜挂面、胡萝卜挂面、海带挂面、赖氨酸挂面等。目前，挂面已形成主食型、风味型、营养型、保健型等共同发展的格局。挂面因口感好、食用方便、价格低、易于贮存，一直是人们喜爱的主要面食之一。中国挂面行业发展面临问题

1

行业集中度很低

国内4000-5000家挂面厂中，年产5000吨以上的仅100多家，1万吨以上只有二三十家，排名前10位的品牌企业市场份额总和不足30%，行业集中度很低（方便面行业前10家企业市场份额总和超过85%）。

2

整体档次偏低

国内市场挂面仍以传统低档产品为主，中、高档产品比重偏低，很多挂面企业都在努力使自己的产品结构多元化、系列化。

3

缺乏对挂面内在品质的研究

国内大多数挂面厂是面粉企业内的一个车间，挂面也不是主产品，未将挂面完全作为一个大的商品经营，因此经营上不够重视。而对挂面品质的掌控，只局限在对国标或有关部门标准的要求范围之内，缺乏对挂面内在品质标准的系统研究和制定。这也是导致我国多年来挂面生产技术和产品质量滞后于市场需求的最重要原因

4

缺乏产业链的协同

挂面生产涉及制粉、机械、制面等相关产业，虽然我国挂面行业有利条件不少，如从20世纪80年代初开始，我国引进了大量的日本生产设备和技术，使我国挂面生产工艺及包装上了一个台阶；我国适合做面条的优质小麦产量逐年增加，专用粉的研发能力在不断提高；挂面厂多为大型面粉厂的附属车间，但因为对挂面产品不重视，产业间根本没有开展系统的协同，各个产业链条没有有效衔接，无法形成价值最大化的多赢格局。多年来我国挂面行业硬件引进不少而软件少。

5.

国性的品牌屈指可数

国性的大品牌除金沙河、陈克明外等少数品牌外，行业整体品牌运作处于原始状态，品牌的策划能力和传播能力处于较低的水平，品牌大多为区域性品牌，且知名度和认知度不高。徘徊不前。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国互联网+挂面市场发展态势与市场年度调研报告》共八章。首先介绍了中国互联网+挂面行业市场发展环境、互联网+挂面整体运行态势等，接着分析了中国互联网+挂面行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+挂面市场竞争格局。随后，报告对互联网+挂面做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+挂面行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+挂面产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+挂面行业，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

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挂面行业的机会与挑战

第一节2019年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

第二节 互联网环境下挂面行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网挂面行业的改造与重构

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

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 挂面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 挂面行业发展现状分析

第一节 挂面行业发展现状分析

一、挂面行业产业政策分析

二、挂面行业发展现状分析

从我国挂面产品价格结构来看，其中目前主要以低端产品为主，中高端产品占比较低，其中挂面价格在5元以下的市场份额占比达60%，5-8元占比30%，而挂面价格在8元以上的市场份额占比仅为10%，目前低价产品仍占据大部分市场，各企业仍需以低价产品抢占市场，不过

随着城镇化进程的加快及居民收入水平的提高，我国中高端挂面市场份额有望提高。从市场规模/产量得出的均价来看，国内挂面市场均价确有提高趋势。目前国内挂面产品以低价产品为主

三、挂面行业主要企业分析

四、挂面行业市场规模分析

第二节挂面行业市场前景分析

一、挂面行业发展机遇分析

二、挂面行业市场规模预测

三、挂面行业发展前景分析

第四章挂面行业市场规模与电商未来空间预测

第一节挂面电商市场规模与渗透率

一、挂面电商总体开展情况

二、挂面电商交易规模分析

三、挂面电商渠道渗透率分析

第二节挂面电商行业盈利能力分析

一、挂面电子商务发展有利因素

二、挂面电子商务发展制约因素

三、挂面电商行业经营成本分析

四、挂面电商行业盈利模式分析

五、挂面电商行业盈利水平分析

第三节电商行业未来前景及趋势预测

一、挂面电商行业市场空间测算

二、挂面电商市场规模预测分析

三、挂面电商发展趋势预测分析

第五章挂面企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节挂面企业转型电商构建分析

一、挂面电子商务关键环节分析

（一）产品采购与组织

（二）电商网站建设

（三）网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、挂面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

第二节挂面企业转型电商发展途径

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

第三节挂面企业转型电商平台选择分析

一、挂面企业电商建设模式

二、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

三、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

四、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

五、挂面企业电商平台选择策略

第六章挂面行业电子商务运营模式分析

第一节挂面电子商务B2B模式分析

一、挂面电子商务B2B市场概况

二、挂面电子商务B2B盈利模式

三、挂面电子商务B2B运营模式

四、挂面电子商务B2B的供应链

第二节挂面电子商务B2C模式分析

一、挂面电子商务B2C市场概况

二、挂面电子商务B2C市场规模

三、挂面电子商务B2C盈利模式

四、挂面电子商务B2C物流模式

五、挂面电商B2C物流模式选择

第三节挂面电子商务C2C模式分析

一、挂面电子商务C2C市场概况

二、挂面电子商务C2C盈利模式

三、挂面电子商务C2C信用体系

四、挂面电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节挂面电子商务O2O模式分析

一、挂面电子商务O2O市场概况

二、挂面电子商务O2O优势分析

三、挂面电子商务O2O营销模式

四、挂面电子商务O2O潜在风险

第七章挂面主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节网站A

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

第二节网站B

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

第三节网站C

- 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

第四节网站D

- 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

第五节网站E

- 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

第八章挂面企业进入互联网领域投资策略分析（）

第一节挂面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

第二节挂面企业转型电商物流投资分析

- 一、挂面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、挂面企业电商外包物流分析

第三节挂面企业电商市场策略分析（）

图表目录（部分）

图表2015-2019年中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2015-2019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
图表传统挂面消费存在的“痛点”
图表挂面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年挂面电商交易规模趋势图
图表2015-2019年挂面电商市场渗透率趋势图
图表2022-2028年挂面电商交易规模预测趋势图
图表2022-2028年挂面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.abaogao.com/b/shipin/Z22719SRN2.html>