

2026-2031年互联网+核桃油行业发展及投资风险预测报告

报告简介

核桃油营养丰富、适合各种人群食用，随着补充亚麻酸对营养均衡的重要性逐渐为人所知，核桃油的市场前景和潜力无可限量。我国作为世界核桃生产大国，这种优势资源未被挖掘，也未被得到应有的重视，在食用油行业内针对各种不同细分品类的研究越来越多，针对核桃油研究却很少。

核桃油除主要作营养保健油直接食用外，还可在制作糕点和营养食品中作添加剂用。在工业方面，它是一种干性油，干燥成膜后，颜色不会发黄，可制造上等油漆及绘画颜料。核桃油味美清香，是一种珍贵的营养保健油。目前，国际市场上核桃油身价倍增，深受欢迎。在国际食用油市场上，价格高达8000至10000美元/吨，是普通大豆、菜籽油的十几倍，且供不应求。

近年来，我国核桃油市场快速发展，但目前来看，规模还是比较小，电商渠道方面，一些一线品牌的核桃油企业近年来也大力切入线上渠道，但受限于整体规模，当前核桃油电商规模在5个亿左右。

目前在电商渠道发展的较好的品牌有融氏、领誉、优选工坊、坚小果、晟麦、鲲华等。随着行业新资本的不断进入，国内核桃油行业竞争逐渐加剧。核桃油市场尤其是小包装市场结构发生了显著变化，突出表现在行业集中度提高、品牌间差异化程度提高、行业进入壁垒等也将越来越高。

长远来看，我国核桃资源丰富，但尚未综合开发利用。核桃油的开发还处于起步阶段。开发生产核桃营养保健油，对改善人们生活、促进人民身体健康、拓展对外贸易、出口创汇具有良好的经济和社会效益。核桃油作为一种很有发展前途的新型营养保健食品，市场广阔，在国内及国际市场上有很的竞争力。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国核桃油行业及各子行业的发展

状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国核桃油行业发展状况和特点，以及中国核桃油行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球核桃油行业发展态势作了详细分析，并对核桃油行业进行了趋向研判，是核桃油生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前核桃油行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 核桃油行业电子商务市场发展状况分析 1

第一节 2021-2026年核桃油电商市场趋势分析 1

一、2021-2026年核桃油电商市场概况 1

二、2021-2026年核桃油电商市场规模变化趋势 2

三、2021-2026年核桃油电商品牌变化趋势 2

四、2021-2026年核桃油电商渠道变化趋势 3

第二节 2021-2026年核桃油电商价格分析 4

一、2021-2026年核桃油电商价格区间结构 4

二、2021-2026年核桃油电商成交均价 4

三、2021-2026年核桃油电商价格区间的品牌分布 4

四、2021-2026年核桃油电商价格区间的渠道分布 5

第三节 2021-2026年核桃油电商单品分析 5

一、2021-2026年核桃油电商天猫畅销单品 5

二、2021-2026年核桃油电商京东畅销单品 6

三、2021-2026年核桃油电商淘宝畅销单品 6

第四节 2021-2026年核桃油电商消费者分析 7

一、2021-2026年核桃油电商消费者性别结构 7

二、2021-2026年核桃油电商消费者年龄结构 7

三、2021-2026年核桃油电商消费者职业结构 8

四、2021-2026年核桃油电商消费者地区结构 8

五、2021-2026年核桃油电商消费者省份结构 9

六、2021-2026年核桃油电商消费者城市结构 9

第五节 互联网环境下核桃油行业的机会与挑战 10

一、线上与线下博弈问题分析 10

二、物流与客户体验问题分析 10

三、引流与流量转化率问题分析 11

四、核桃油企业生产方式变革问题分析 12

第六节 核桃油与互联网融合创新机会孕育 13

一、核桃油电商政策变化趋势分析 13

二、电子商务消费环境趋势分析 17

三、互联网技术对行业支撑作用分析 20

四、核桃油电商黄金发展期机遇分析 23

第二章 互联网环境下核桃油行业的机会与挑战 24

第一节 2021-2026年中国互联网环境分析 24

一、网民基本情况分析 24

1、总体网民规模分析 24

2、分省网民规模分析 24

3、手机网民规模分析 25

4、网民属性结构分析 26

二、网民互联网应用状况 26

1、信息获取情况分析 26

2、商务交易发展情况 26

3、网络娱乐应用分析 27

第二节 互联网环境下核桃油行业的机会与挑战 27

一、互联网时代行业大环境的变化 27

二、互联网直击传统行业消费痛点 30

三、互联网助力企业开拓市场 31

四、电商成为传统企业突破口 31

第三节 互联网核桃油行业的改造与重构 31

一、互联网重构行业的供应链格局 31

二、互联网改变生产厂商营销模式 32

三、互联网导致行业利益重新分配 34

四、互联网改变行业未来竞争格局 34

第三章 核桃油行业发展现状分析 36

第一节 核桃油行业发展现状分析 36

一、核桃油行业产业政策分析 36

二、核桃油行业发展现状分析 36

三、核桃油行业主要企业分析 37

四、核桃油行业市场规模分析 39

第二节 核桃油行业市场前景分析 39

- 一、核桃油行业发展机遇分析 39
- 二、核桃油行业市场规模预测 40
- 三、核桃油行业发展前景分析 41

第二部分 行业深度研究

第四章 核桃油行业市场规模与电商未来空间预测 42

第一节 核桃油电商市场规模与渗透率 42

- 一、核桃油电商总体开展情况 42
- 二、核桃油电商交易规模分析 42
- 三、核桃油电商渠道渗透率分析 43

第二节 核桃油电商行业盈利能力分析 43

- 一、核桃油电子商务发展有利因素 43
- 二、核桃油电子商务发展制约因素 44
- 三、核桃油电商行业经营成本分析 44
- 四、核桃油电商行业盈利模式分析 46
- 五、核桃油电商行业盈利水平分析 48

第三节 电商行业未来前景及趋势预测 48

- 一、核桃油电商市场规模预测分析 48
- 二、核桃油电商发展趋势预测分析 49

第五章 核桃油行业电子商务运营模式分析 50

第一节 核桃油电子商务B2B模式分析 50

- 一、核桃油电子商务B2B市场概况 50
- 二、核桃油电子商务B2B盈利模式 50

三、核桃油电子商务B2B运营模式 51

四、核桃油电子商务B2B的供应链 51

第二节 核桃油电子商务B2C模式分析 51

一、核桃油电子商务B2C市场概况 51

二、核桃油电子商务B2C盈利模式 52

三、核桃油电子商务B2C物流模式 53

四、核桃油电商B2C物流模式选择 54

第三节 核桃油电子商务C2C模式分析 55

一、核桃油电子商务C2C市场概况 55

二、核桃油电子商务C2C盈利模式 55

三、核桃油电子商务C2C信用体系 57

四、核桃油电子商务C2C物流特征 61

五、重点C2C电商企业发展分析 66

第四节 核桃油电子商务O2O模式分析 68

一、核桃油电子商务O2O市场概况 68

二、核桃油电子商务O2O优势分析 68

三、核桃油电子商务O2O营销模式 69

四、核桃油电子商务O2O潜在风险 69

第三部分 电商进入选择与策略

第六章 核桃油主流网站平台比较及企业入驻选择 71

第一节 京东网站 71

一、网站发展基本概述 71

- 二、网站用户特征分析 71
- 三、网站覆盖人数分析 73
- 四、网站访问次数分析 74
- 五、网站发展策略分析 74
- 第二节 天猫商城 76
 - 一、天猫商城发展基本概述 76
 - 二、天猫商城用户特征分析 76
 - 三、天猫商城网购优势分析 84
 - 四、天猫商城交易规模分析 85
 - 五、天猫商城交易品类结构 86
 - 六、天猫商城企业入驻情况 86
 - 七、天猫商城商家经营策略 88
- 第三节 1号店 88
 - 一、网站发展基本概述 88
 - 二、网站用户特征分析 89
 - 三、网站覆盖人数分析 89
 - 四、网站访问次数分析 89
- 第四节 亚马逊中国 89
 - 一、网站发展基本概述 89
 - 二、网站用户特征分析 89
 - 三、网站覆盖人数分析 90
 - 四、网站访问次数分析 90

五、网站发展策略分析 90

第五节 当当网 90

一、网站发展基本概述 90

二、网站用户特征分析 91

三、网站覆盖人数分析 91

四、网站访问次数分析 91

五、网站发展策略分析 91

第七章 核桃油企业进入互联网领域投资策略分析 93

第一节 核桃油企业电子商务市场投资要素 93

一、企业自身发展阶段的认知分析 93

二、企业开展电子商务目标的确定 94

三、企业电子商务发展的认知确定 94

四、企业转型电子商务的困境分析 95

第二节 核桃油企业转型电商物流投资分析 98

一、核桃油企业电商自建物流分析 98

1、电商自建物流的优势分析 98

2、电商自建物流的负面影响 100

二、核桃油企业电商外包物流分析 101

1、快递业务量完成情况 101

2、快递业务的收入情况 101

3、快递业竞争格局分析 101

第三节 核桃油企业电商市场策略分析 101

第八章 核桃油企业切入电商战略规划及模式选择 104

第一节 核桃油企业电商发展战略规划 104

一、核桃油企业电商如何正确定位 104

二、核桃油电商核心业务确定策略 104

三、核桃油企业电商化组织变革策略 104

第二节 垂直平台类核桃油电商运营模式解析 107

一、垂直平台类电商业务系统结构分析 107

二、垂直平台类核桃油电商盈利模式分析 107

三、垂直平台类核桃油电商运营成本分析 107

四、垂直平台类核桃油电商盈利空间分析 107

五、垂直平台类核桃油电商经营风险分析 108

六、垂直平台类核桃油电商优劣势分析 108

第三节 平台+自营类核桃油电商运营模式解析 110

一、平台+自营类核桃油电商优势分析 110

二、垂直自营电商平台化可行性分析 110

三、垂直自营电商平台化经营风险预估 110

第四节 核桃油企业利用第三方平台模式解析 111

一、核桃油企业利用第三方平台的优劣势分析 111

二、核桃油企业利用第三方平台运营成本分析 111

三、核桃油企业利用第三方平台经营风险分析 112

四、核桃油企业第三方电商平台选择依据分析 112

第九章 核桃油电商核心竞争力体系构建策略 113

第一节 核桃油电商营销推广及引流策略 113

一、核桃油电商引流成本分析 113

二、核桃油电商流量转化率水平 114

三、核桃油电商引流渠道及策略 115

1、搜索引擎引流成效及策略 115

2、社交平台引流成效及策略 115

3、返利网站推广引流成效及策略 115

4、团购网站引流成效及策略 116

四、核桃油电商提高转化率的策略 116

第二节 核桃油电商物流配送模式选择 120

一、核桃油电商物流配送成本分析 120

二、核桃油电商物流配送能力要求如何 120

三、核桃油电商物流配送模式如何选择 120

1、核桃油电商物流模式类型及比较 120

2、核桃油电商如何选择物流模式 120

3、核桃油电商自建仓储物流成本分析 120

第三节 核桃油电商如何打造极致客户体验 121

一、核桃油电商客户体验存在的问题 121

二、核桃油电商如何打造极致客户策略 121

图表目录

图表：2021-2026年核桃油电商不同价格段产品成交均价 4

图表：2021-2026年核桃油电商价格区间的品牌分布 4

图表：2021-2026年核桃油产品电商价格区间的分布占比 5

图表：2021-2026年核桃油电商消费者性别结构 7

图表：2021-2026年核桃油电商消费者年龄结构 7

图表：2021-2026年核桃油电商消费者职业结构 8

图表：2021-2026年核桃油电商消费者地区结构 8

图表：2021-2026年核桃油电商消费者省份结构 9

图表：2021-2026年核桃油电商消费者城市结构 9

图表：2021-2026年中国网民规模分析 24

图表：2021-2026年中国内地分省网民规模及互联网普及率 24

图表：2021-2026年我国手机网民规模分析 26

图表：2026-2031年我国核桃油市场规模预测 40

图表：2021-2026年核桃油电商交易规模分析 42

图表：2021-2026年核桃油电商渠道渗透率分析 43

图表：2021-2026年核桃油电商行业盈利水平分析 48

图表：2026-2031年核桃油电商市场规模预测分析 48

图表：京东用户各客户端订单时段占比分布 73

图表：2021-2026年京东商城活跃用户规模增长分析 73

图表：天猫用户手机上网的主要时段 77

图表：天猫用户平板电脑上网的主要时段 77

图表：天猫用户手机上网的主要场所 78

图表：天猫用户平板电脑上网的主要场所 79

图表：天猫用户不同性别用户使用移动设备上天猫的比例 81

图表：天猫用户不同年龄端的用户最常用哪种设备上天猫 82

图表：天猫用户不同移动设备的星级分布 83

图表：天猫用户使用移动设备上天猫的主要场景 83

图表：天猫商城交易品类结构 86

图表：2021-2026年中国主要电商平台平均转化率对比 114

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：84186

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170616/84186.shtml>

在线订购：[点击这里](#)