

# 2018-2024年中国生鲜电商 产业深度调研与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国生鲜电商产业深度调研与未来发展前景预测报告》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/114382C69M.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

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国生鲜电商产业深度调研与未来发展前景预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 生鲜电商行业相关概述  
1.1 生鲜电商行业定义及特点  
1.1.1 生鲜电商行业的定义  
1.1.2 生鲜电商行业产品/服务特点  
1.2 生鲜电商行业统计标准  
1.2.1 生鲜电商行业统计口径  
1.2.2 生鲜电商行业统计方法  
1.2.3 生鲜电商行业数据种类  
1.2.4 生鲜电商行业研究范围  
1.3 生鲜电商行业经营模式分析  
1.3.1 采购模式  
1.3.2 销售模式

第二章 生鲜电商行业市场特点概述  
2.1 行业市场概况  
2.1.1 行业市场特点  
2.1.2 行业市场化程度  
2.1.3 行业利润水平及变动趋势  
2.2 进入本行业的主要障碍  
2.2.1 资金准入障碍  
2.2.2 市场准入障碍  
2.2.3 技术与人才障碍  
2.2.4 其他障碍  
2.3 行业的周期性、区域性  
2.3.1 行业周期分析  
1、行业的周期波动性  
2、行业产品生命周期  
2.3.2 行业的区域性  
2.4 行业产业链概述  
2.4.1 产业链定义  
2.4.2 生鲜电商行业产业链

第三章 2017年中国生鲜电商行业发展环境分析  
3.1 生鲜电商行业政治法律环境（P）  
3.1.1 行业主管部门分析  
3.1.2 行业监管体制分析  
3.1.3 行业主要法律法规  
3.1.4 相关产业政策分析  
3.1.5 行业相关发展规划  
3.1.6 政策环境对行业的影响  
3.2 生鲜电商行业经济环境分析（E）  
3.2.1 宏观经济形势分析  
3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析  
3.3 生鲜电商行业社会环境分析（S）  
3.3.1 生鲜电商产业社会环境  
3.3.2 社会环境对行业的影响  
3.4 生鲜电商行业技术环境分析（T）  
3.4.1 生鲜电商技术分析  
1、技术水平总体发展情况  
2、中国生鲜电商行业新技术研究  
3.4.2 生鲜电商技术发展水平  
1、中国生鲜电商行业技术水平所处阶段  
2、与国外生鲜电商行业的技术差距  
3.4.3 行业主要技术发展趋势  
3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球生鲜电商行业发展概述  
4.1 2014-2017年全球生鲜电商行业发展情况概述  
4.1.1 全球生鲜电商行业发展现状  
4.1.2 全球生鲜电商行业发展特征  
4.1.3 全球生鲜电商行业市场规模  
4.2

2014-2017年全球主要地区生鲜电商行业发展状况4.2.1 欧洲生鲜电商行业发展情况概述4.2.2 美国生鲜电商行业发展情况概述4.2.3 日韩生鲜电商行业发展情况概述4.3 2018-2024年全球生鲜电商行业发展前景预测4.3.1 全球生鲜电商行业市场规模预测4.3.2 全球生鲜电商行业发展前景分析4.3.3 全球生鲜电商行业发展趋势分析4.4 全球生鲜电商行业重点企业发展动态分析

第五章 中国生鲜电商行业发展概述5.1 中国生鲜电商行业发展状况分析5.1.1 中国生鲜电商行业发展阶段5.1.2 中国生鲜电商行业发展总体概况5.1.3 中国生鲜电商行业发展特点分析5.2 2014-2017年生鲜电商行业发展现状5.2.1 2014-2017年中国生鲜电商行业市场规模5.2.2 2014-2017年中国生鲜电商行业发展分析5.2.3 2014-2017年中国生鲜电商企业发展分析5.3 2018-2024年中国生鲜电商行业面临的困境及对策5.3.1 中国生鲜电商行业面临的困境及对策1、中国生鲜电商行业面临困境2、中国生鲜电商行业对策探讨5.3.2 中国生鲜电商企业发展困境及策略分析1、中国生鲜电商企业面临的困境2、中国生鲜电商企业的对策探讨5.3.3 国内生鲜电商企业的出路分析

第六章 中国生鲜电商行业市场运行分析6.1 2014-2017年中国生鲜电商行业总体规模分析6.1.1 企业数量结构分析6.1.2 人员规模状况分析6.1.3 行业资产规模分析6.1.4 行业市场规模分析6.2 2014-2017年中国生鲜电商行业市场供需分析6.2.1 中国生鲜电商行业供给分析6.2.2 中国生鲜电商行业需求分析6.2.3 中国生鲜电商行业供需平衡6.3 2014-2017年中国生鲜电商行业财务指标总体分析6.3.1 行业盈利能力分析6.3.2 行业偿债能力分析6.3.3 行业营运能力分析6.3.4 行业发展能力分析

第七章 生鲜电商产业链上游生鲜商品市场分析7.1 中国食品市场综述7.1.1 产销状况7.1.2 价格水平7.1.3 投资增速7.1.4 食品贸易7.1.5 经济效益7.1.6 盈利模式7.1.7 前景预测7.2 中国蔬菜市场分析7.2.1 运行特征7.2.2 发展现状7.2.3 市场规模7.2.4 价格走势7.2.5 贸易形势7.2.6 前景预测7.3 中国水果市场分析7.3.1 产业结构7.3.2 市场规模7.3.3 价格走势7.3.4 对外贸易7.3.5 瓶颈因素7.3.6 前景预测7.4 中国肉制品市场分析7.4.1 市场规模7.4.2 需求分析7.4.3 消费结构7.4.4 供需态势7.4.5 瓶颈因素7.4.6 前景预测7.5 中国乳制品市场分析7.5.1 运行特征7.5.2 市场规模7.5.3 价格走势7.5.4 竞争态势7.5.5 发展隐忧7.5.6 前景预测7.6 中国水产品市场分析7.6.1 发展综述7.6.2 市场规模7.6.3 价格走势7.6.4 对外贸易7.6.5 竞争态势7.6.6 前景预测

第八章 生鲜电商产业链下游物流市场分析8.1 中国冷链物流行业综述8.1.1 冷链物流行业发展概况8.1.2 冷链物流行业运行特点8.1.3 冷链物流行业规模现状8.1.4 冷链物流行业需求分析8.1.5 冷链物流行业商业模式8.1.6 冷链物流行业竞争格局8.1.7 冷链物流行业SWOT分析8.1.8 冷链物流市场综合效益分析8.2 生鲜商品冷链物流的发展8.2.1 生鲜商品的物流特征8.2.2 生鲜商品物流的供应链特征8.2.3 发展生鲜商品物流的可行性8.2.4 生鲜商品冷链物流发展现状8.2.5 生鲜商品冷链物流运行模式分析8.3 生鲜商品冷链物流细分市场分析8.3.1 果蔬冷链物流市场8.3.2 肉

制品冷链物流市场8.3.3 乳制品冷链物流市场8.3.4 水产品冷链物流市场8.4 生鲜农产品冷链物流成本控制分析8.4.1 生鲜农产品冷链物流成本的组成8.4.2 生鲜农产品冷链物流成本的特点8.4.3 生鲜农产品冷链物流成本控制存在的问题8.4.4 从供应链的角度对农产品冷链物流总成本综合控制8.5 生鲜电商物流发展面临的挑战8.5.1 向二三线城市下沉困难8.5.2 供应链管理遇挑战8.5.3 冷链物流成本较高8.6 生鲜电商冷链物流配送模式分析8.6.1 国内主要冷链低温配送模式8.6.2 冷链物流宅配市场竞争激烈8.6.3 生鲜电商城区宅配模式分析8.6.4 生鲜配送中心需求及体系框架8.6.5 生鲜物流配送系统的网络体系剖析

第九章 中国生鲜电商行业市场竞争格局分析9.1 中国生鲜商品销售渠道分析9.1.1 生鲜商品的经营特性9.1.2 生鲜商品主要销售渠道9.1.3 生鲜商品实体渠道发展困境9.1.4 生鲜商品销售网络渠道优势9.2 中国生鲜电商市场竞争态势9.2.1 初阶段重要品类浅层次竞争9.2.2 零售业态开展线上线下融合9.2.3 生鲜电商供应链竞争加剧9.2.4 生鲜电商注重差异化竞争9.2.5 生鲜电商进军二线城市9.2.6 航空企业试水生鲜电商9.3 中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市9.3.1 传统超市毛利下滑9.3.2 传统超市经营重心转向生鲜9.3.3 传统超市发力生鲜电商市场9.3.4 传统超市线上销售遭遇瓶颈9.4 中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店9.4.1 生鲜连锁店发展特征9.4.2 生鲜连锁店竞争优势9.4.3 生鲜连锁店竞争劣势9.4.4 生鲜连锁店竞争策略9.5 影响中国生鲜电商企业竞争力的因素9.5.1 周转速度9.5.2 员工素质9.5.3 质量安全9.5.4 配送能力

第十章 中国生鲜电商行业领先企业竞争力分析10.1 中粮我买网10.1.1 平台概况10.1.2 平台建设10.1.3 物流配送10.1.4 SWOT分析10.1.5 推广策略分析10.1.6 未来发展规划10.2 顺丰优选10.2.1 平台概况10.2.2 发展规模10.2.3 最新动态10.2.4 转型分析10.2.5 SWOT分析10.2.6 未来发展规划10.3 沱沱工社10.3.1 平台概况10.3.2 商业模式10.3.3 经营模式10.3.4 配送服务10.3.5 全产业链模式10.4 天猫商城10.4.1 平台概况10.4.2 预售模式10.4.3 喵鲜生频道10.4.4 市场拓展10.4.5 物流配送10.5 1号店10.5.1 平台概况10.5.2 商业模式10.5.3 经营模式10.5.4 生鲜业务10.5.5 渠道策略10.6 京东商城10.6.1 平台概况10.6.2 生鲜业务10.6.3 O2O模式10.6.4 物流配送10.7 国内其他生鲜电商平台介绍10.7.1 苏宁易购10.7.2 鲜码头10.7.3 本来生活网10.7.4 多利农庄10.7.5 莆田网10.7.6 鲜直达10.7.7 易果网

第十一章 中国生鲜电商行业营销策略分析11.1 国内主要生鲜电商营销模式分析11.1.1 顺丰优选营销模式11.1.2 沱沱工社营销模式11.1.3 本来生活营销模式11.2 生鲜电商行业产品营销分析11.2.1 生鲜行业产品分类11.2.2 生鲜电商行业的产品定位11.2.3 生鲜产品信息公开化11.2.4 用户参与产品开发11.2.5 提高产品附加值11.3 生鲜电商行业主要营销策略分析11.3.1 独立平台精益化管理11.3.2 生态园区供应基地展示11.3.3 社区化发展提供团购优惠11.3.4 “O2O”合理设立自提点11.3.5 完善服务提高用户粘性11.4 国内生鲜电商营销典型

案例分析11.4.1 本来生活的故事营销11.4.2 淘宝聚划算的团购营销11.4.3 “我买网”的搜索引擎营销11.4.4 家事易的自提模式营销

第十二章 2018-2024年中国生鲜电商行业发展趋势与前景分析12.1 2018-2024年中国生鲜电商市场发展前景12.1.1 2018-2024年生鲜电商市场发展潜力12.1.2 2018-2024年生鲜电商市场发展前景展望12.1.3 2018-2024年生鲜电商细分行业发展前景分析12.2 2018-2024年中国生鲜电商市场发展趋势预测12.2.1 2018-2024年生鲜电商行业发展趋势12.2.2 2018-2024年生鲜电商市场规模预测12.2.3 2018-2024年生鲜电商行业应用趋势预测12.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测12.3 2018-2024年中国生鲜电商行业供需预测12.3.1 2018-2024年中国生鲜电商行业供给预测12.3.2 2018-2024年中国生鲜电商行业需求预测12.3.3 2018-2024年中国生鲜电商供需平衡预测12.4 影响企业生产与经营的关键趋势12.4.1 行业发展有利因素与不利因素12.4.2 市场整合成长趋势12.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测12.4.4 企业区域市场拓展的趋势12.4.5 科研开发趋势及替代技术进展12.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2018-2024年中国生鲜电商行业投资前景13.1 生鲜电商行业投资现状分析13.1.1 生鲜电商行业投资规模分析13.1.2 生鲜电商行业投资资金来源构成13.1.3 生鲜电商行业投资项目建设分析13.1.4 生鲜电商行业投资资金用途分析13.1.5 生鲜电商行业投资主体构成分析13.2 生鲜电商行业投资特性分析13.2.1 生鲜电商行业进入壁垒分析13.2.2 生鲜电商行业盈利模式分析13.2.3 生鲜电商行业盈利因素分析13.3 生鲜电商行业投资机会分析13.3.1 产业链投资机会13.3.2 细分市场投资机会13.3.3 重点区域投资机会13.3.4 产业发展的空白点分析13.4 生鲜电商行业投资风险分析13.4.1 生鲜电商行业政策风险13.4.2 宏观经济风险13.4.3 市场竞争风险13.4.4 关联产业风险13.4.5 产品结构风险13.4.6 技术研发风险13.4.7 其他投资风险13.5 生鲜电商行业投资潜力与建议13.5.1 生鲜电商行业投资潜力分析13.5.2 生鲜电商行业最新投资动态13.5.3 生鲜电商行业投资机会与建议

第十四章 2018-2024年中国生鲜电商企业投资战略与客户策略分析14.1 生鲜电商企业发展战略规划背景意义14.1.1 企业转型升级的需要14.1.2 企业做大做强的需要14.1.3 企业可持续发展需要14.2 生鲜电商企业战略规划制定依据14.2.1 国家政策支持14.2.2 行业发展规律14.2.3 企业资源与能力14.2.4 可预期的战略定位14.3 生鲜电商企业战略规划策略分析14.3.1 战略综合规划14.3.2 技术开发战略14.3.3 区域战略规划14.3.4 产业战略规划14.3.5 营销品牌战略14.3.6 竞争战略规划14.4 生鲜电商中小企业发展战略研究14.4.1 中小企业存在主要问题1、缺乏科学的发展战略2、缺乏合理的企业制度3、缺乏现代的企业管理4、缺乏高素质的专业人才5、缺乏充足的资金支撑14.4.2 中小企业发展战略思考1、实施科学的发展战略2、建立合理的治理结构3、实行严明的企业管理4、培养核心的竞争实力5、构建合作的企业联盟

第十五章 研究结论及建议15.1 研究结论15.2 建议15.2.1 行业发展策略建议15.2.2 行业投资方向建议15.2.3 行业投资方式建议

图表目录图表：生鲜电商行业特点图表：生鲜电商行业生命周期图表：生鲜电商行业产业链分析图表：2014-2017年生鲜电商行业市场规模分析图表：2018-2024年生鲜电商行业市场规模预测图表：中国生鲜电商行业盈利能力分析图表：中国生鲜电商行业运营能力分析图表：中国生鲜电商行业偿债能力分析图表：中国生鲜电商行业发展能力分析图表：中国生鲜电商行业经营效益分析图表：2014-2017年生鲜电商重要数据指标比较图表：2014-2017年中国生鲜电商行业销售情况分析图表：2014-2017年中国生鲜电商行业利润情况分析图表：2014-2017年中国生鲜电商行业资产情况分析图表：2014-2017年中国生鲜电商竞争力分析图表：2018-2024年中国生鲜电商产能预测图表：2018-2024年中国生鲜电商消费量预测图表：2018-2024年中国生鲜电商市场前景预测图表：2018-2024年中国生鲜电商市场价格走势预测图表：2018-2024年中国生鲜电商发展前景预测图表：区域发展战略规划略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/114382C69M.html>