

2018-2024年中国生鲜电商 行业市场调研与投资趋势研究报告

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

《2018-2024年中国生鲜电商行业市场调研与投资趋势研究报告》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/maoyi/441043I255.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

驱动年轻一代喜欢生鲜超市的模式逐渐超过传统的菜市场模式，对速冻食品和冷链宅配接受度提升明显，此外反季节水果蔬菜消费量的提升都对冷链物流程度提出了更高的要求。生鲜电商异军突起更是近年来的一大景观，形成了“三足鼎立”的局面，第一阵营是以天猫和京东为代表的大电商生鲜平台，第二阵营是以天天果园、易果生鲜等为代表的B2C垂直生鲜电商，第三阵营是以永辉超市为代表的传统超市O2O生鲜电商。据统计，2015年我国生鲜电商交易规模达到542亿元，预计将在2017年突破1400亿元。

2010-2017年中国生鲜电商市场规模（单位：亿元）

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国生鲜电商行业市场调研与投资趋势研究报告》共十二章。首先介绍了生鲜电商行业市场发展环境、生鲜电商整体运行态势等，接着分析了生鲜电商行业市场运行的现状，然后介绍了生鲜电商市场竞争格局。随后，报告对生鲜电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了生鲜电商行业发展趋势与投资预测。您若想对生鲜电商产业有个系统的了解或者想投资生鲜电商行业，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 中国生鲜电商行业发展环境分析 19

1.1 政策环境 19

1.1.1 电商行业政策法规体系 19

1.1.2 生鲜电商网络交易政策解读 22

1.1.3 生鲜电商网络支付政策解读 22

1.1.4 生鲜电商税收政策解读 27

1.1.5 生鲜电商投资政策解读 31

1.1.6 生鲜电商服务政策解读 32

1.1.7 生鲜电商流通政策解读 33

1.2 经济环境 33

1.2.1 宏观经济状况 33

- 1.2.2 农业经济发展 36
- 1.2.3 消费品零售市场 38
- 1.2.4 城乡居民收入增长 42
- 1.2.5 居民消费价格（CPI） 45
- 1.2.6 经济运行趋势分析 52
- 1.3 社会环境 56
 - 1.3.1 居民消费理念 56
 - 1.3.2 电子商务兴起 58
 - 1.3.3 网络用户规模 58
 - 1.3.4 食品安全受关注 60
 - 1.3.5 城镇化进程 62
- 1.4 技术环境 63
 - 1.4.1 物联网技术的应用 63
 - 1.4.2 RFID射频识别技术的应用 70
 - 1.4.3 SCM供应链管理技术的应用 75
 - 1.4.4 GIS地理信息系统技术的应用 80

第二章 2014-2016年中国生鲜电商行业总体分析 87

- 2.1 中国生鲜电商行业的发展阶段 87
 - 2.1.1 初期起步阶段（2005年-2016年） 87
 - 2.1.2 市场探索阶段（2016年-2016年） 87
 - 2.1.3 资源整合阶段（2016年至今） 87
- 2.2 2014-2016年中国生鲜电商行业发展现状 88
 - 2.2.1 市场机遇 88
 - 2.2.2 发展特征 89
 - 2.2.3 产业链分析 89
 - 2.2.4 市场规模 90
 - 2.2.5 运行特点 97
 - 2.2.6 盈利模式 97
- 2.3 中国生鲜电子商务关键环节分析 98
 - 2.3.1 产品采购与组织 98
 - 2.3.2 平台建设 98

2.3.3 品牌建设及营销	99
2.3.4 服务及物流配送体系	99
2.3.5 增值服务	99
2.4 中国生鲜电商行业发展瓶颈分析	100
2.4.1 配送速度	100
2.4.2 货源及成本	101
2.4.3 盈利模式	102
2.4.4 用户习惯及信任	102
2.5 中国生鲜电商行业发展策略分析	103
2.5.1 区域合作	103
2.5.2 本地+农场对接	103
2.5.3 借力电商平台	103
2.5.4 变形的O2O模式	104
第三章 2014-2016年中国生鲜电商行业主要业态分析	105
3.1 平台型综合电商	105
3.1.1 运作特点	105
3.1.2 发展优势	105
3.1.3 物流配送	106
3.1.4 代表企业	106
3.2 自营型垂直电商	106
3.2.1 运作特点	106
3.2.2 发展优势	107
3.2.3 物流配送	107
3.2.4 代表企业	107
3.3 物流型电商	108
3.3.1 运作特点	108
3.3.2 代表企业	109
3.4 实体超市线上业务	109
3.4.1 发展特点	109
3.4.2 物流配送	110
3.4.3 代表企业	112

3.5 生鲜商品O2O模式 112

3.5.1 发展优势 112

3.5.2 运作模式 113

3.5.3 物流配送 113

3.5.4 代表企业 114

第四章 中国生鲜电商行业竞争格局分析 115

4.1 中国生鲜商品销售渠道分析 115

4.1.1 生鲜商品的经营特性 115

4.1.2 生鲜商品主要销售渠道 115

4.1.3 生鲜商品实体渠道发展困境 116

4.1.4 生鲜商品销售网络渠道优势 117

4.2 中国生鲜电商市场竞争态势 119

4.2.1 初阶段重要品类浅层次竞争 119

4.2.2 零售业态开展线上线下融合 120

4.2.3 生鲜电商供应链竞争加剧 120

4.2.4 生鲜电商注重差异化竞争 122

4.2.5 生鲜电商进军二线城市 123

4.2.6 航空企业试水生鲜电商 124

4.3 中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市 125

4.3.1 传统超市毛利下滑 125

4.3.2 传统超市经营重心转向生鲜 126

4.3.3 传统超市发力生鲜电商市场 127

4.3.4 传统超市线上销售遭遇瓶颈 128

4.4 中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店 130

4.4.1 生鲜连锁店发展特征 130

4.4.2 生鲜连锁店竞争优势 130

4.4.3 生鲜连锁店竞争劣势 132

4.4.4 生鲜连锁店竞争策略 134

4.5 影响中国生鲜电商企业竞争力的因素 136

4.5.1 航空企业周转速度 136

4.5.2 员工素质 137

4.5.3 质量安全 137

4.5.4 配送能力 138

第五章 中国生鲜电商行业消费需求分析 139

5.1 电商消费者网购行为分析 139

5.1.1 消费行特征 139

5.1.2 消费驱动因素 143

5.1.3 消费行为地域分析 146

5.1.4 消费行为用户属性分析 147

5.1.5 用户电商选择行为分析 147

5.1.6 用户消费心理分析 148

5.2 生鲜电商消费群体分析 148

5.2.1 目标消费群体定位 148

5.2.2 目标明确型消费者 149

5.2.3 目标摇摆型消费者 149

5.2.4 目标随意型消费者 149

5.3 消费者对生鲜商品的需求层次 149

5.3.1 基础需求 150

5.3.2 品质需求 150

5.3.3 常识性需求 150

5.3.4 便利性需求 150

5.3.5 安全需求 151

5.3.6 体验需求 151

5.4 生鲜电商供应与消费者需求的矛盾分析 151

5.4.1 供应和需求很难匹配 151

5.4.2 高损耗导致企业利润虚耗 152

5.4.3 产品品质与售价的矛盾 152

5.5 生鲜电商迎合消费者需求的策略分析 152

5.5.1 注重概念推介 152

5.5.2 摒弃价格竞争 152

5.5.3 提高客户体验 154

5.5.4 提供额外惊喜 155

第六章 中国生鲜电商行业营销策略分析 159

6.1 国内主要生鲜电商营销模式分析 159

6.1.1 顺丰优选营销模式 159

6.1.2 沱沱工社营销模式 161

6.1.3 本来生活营销模式 163

6.2 生鲜电商行业产品营销分析 164

6.2.1 生鲜行业产品分类 165

6.2.2 生鲜电商行业的产品定位 165

6.2.3 生鲜产品信息公开化 165

6.2.4 用户参与产品开发 166

6.2.5 提高产品附加值 167

6.3 生鲜电商行业主要营销策略分析 168

6.3.1 独立平台精益化管理 168

6.3.2 生态园区供应基地展示 168

6.3.3 社区化发展提供团购优惠 169

6.3.4 “O2O”合理设立自提点 169

6.3.5 完善服务提高用户粘性 169

6.4 国内生鲜电商营销典型案例分析 170

6.4.1 本来生活的故事营销 170

6.4.2 淘宝聚划算的团购营销 172

6.4.3 “我买网”的搜索引擎营销 174

6.4.4 家事易的自提模式营销 174

第七章 中国生鲜电商产业链上游生鲜商品市场分析 180

7.1 2014-2016年中国食品市场综述 180

7.1.1 产销状况 180

7.1.2 价格水平 180

7.1.3 投资增速 181

7.1.4 食品贸易 181

7.1.5 区域格局 181

7.1.6 竞争态势 182

7.1.7 前景预测	188
7.2 蔬菜市场分析	189
7.2.1 运行特征	189
7.2.2 发展现状	189
7.2.3 市场规模	190
7.2.4 价格走势	191
7.2.5 贸易形势	192
7.2.6 前景预测	192
7.3 水果市场分析	197
7.3.1 产业结构	197
7.3.2 市场规模	197
7.3.3 价格走势	198
7.3.4 对外贸易	199
7.3.5 前景预测	199
7.4 肉制品市场分析	200
7.4.1 运行特征	200
7.4.2 市场规模	202
7.4.3 消费结构	202
7.4.4 供需态势	203
7.4.5 瓶颈因素	205
7.4.6 前景预测	206
7.5 乳制品市场分析	207
7.5.1 运行特征	207
7.5.2 市场规模	208
7.5.3 价格走势	209
7.5.4 竞争态势	211
7.5.5 发展隐忧	214
7.5.6 前景预测	215
7.6 水产品市场分析	216
7.6.1 发展综述	216
7.6.2 市场规模	217
7.6.3 价格走势	218

7.6.4 对外贸易 222

7.6.5 竞争态势 228

7.6.6 前景预测 230

第八章 中国生鲜电商产业链下游物流配送市场分析 232

8.1 2014-2016年中国冷链物流行业发展综述 232

8.1.1 冷链物流行业发展概况 232

8.1.2 冷链物流行业运行特点 233

8.1.3 冷链物流行业规模现状 233

我国冷链物流市场规模快速增长

8.1.4 冷链物流行业需求分析 236

8.1.5 冷链物流行业商业模式 238

8.1.6 冷链物流行业竞争格局 240

8.1.7 冷链物流行业SWOT分析 240

8.1.8 冷链物流市场综合效益分析 243

8.2 2014-2016年生鲜商品冷链物流的发展 248

8.2.1 生鲜商品的物流特征 248

8.2.2 生鲜商品物流的供应链特征 250

8.2.3 发展生鲜商品物流的可行性 252

8.2.4 生鲜商品冷链物流发展现状 252

8.2.5 生鲜商品冷链物流运行模式分析 254

8.3 2014-2016年生鲜商品冷链物流细分市场分析 255

8.3.1 果蔬冷链物流市场 255

8.3.2 肉制品冷链物流市场 257

8.3.3 乳制品冷链物流市场 258

8.3.4 水产品冷链物流市场 266

8.4 生鲜农产品冷链物流成本控制分析 267

8.4.1 生鲜农产品冷链物流成本的组成 267

8.4.2 生鲜农产品冷链物流成本的特点 268

8.4.3 生鲜农产品冷链物流成本控制存在的问题 269

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 270

8.5 生鲜电商物流发展面临的挑战 272

8.5.1 向二三线城市下沉困难 272

8.5.2 供应链管理遇挑战 275

8.5.3 冷链物流成本较高 276

8.6 生鲜电商冷链物流配送模式分析 279

8.6.1 国内主要冷链低温配送模式 279

8.6.2 冷链物流宅配市场竞争激烈 282

8.6.3 生鲜电商城区宅配模式分析 282

8.6.4 生鲜物流配送系统的网络体系剖析 285

第九章 国外典型生鲜电商发展运营模式分析 288

9.1 Fresh Direct 288

9.1.1 Fresh Direct发展规模 288

9.1.2 Fresh Direct定位分析 288

9.1.3 Fresh Direct采购、加工流程 288

9.1.4 Fresh Direct配送流程分析 288

9.2 Ocado 289

9.2.1 Ocado发展规模 289

9.2.2 Ocado并购合作分析 289

9.2.3 Ocado盈利水平分析 290

9.2.4 Ocado运作模式分析 290

9.3 Amazon Fresh 291

9.3.1 Amazon Fresh发展规模 291

9.3.2 Amazon Fresh物流模式 292

9.3.3 Amazon Fresh配送模式 293

9.3.4 Amazon Fresh发展瓶颈 294

9.4 Local Harvest 294

9.4.1 Local Harvest发展规模 294

9.4.2 Local Harvest运作模式 296

9.4.3 Local Harvest局限性分析 296

9.5 国外其他生鲜电商发展经验借鉴 296

9.5.1 Pea Pod 297

9.5.2 Relay Foods 297

9.5.3 Farmigo 297

第十章 中国典型生鲜电商平台运营模式分析 301

10.1 中粮我买网 301

10.1.1 平台概况 301

10.1.2 平台建设 301

10.1.3 物流配送 302

10.1.4 SWOT分析 302

10.1.5 推广策略分析 303

10.1.6 未来发展规划 304

10.2 顺丰优选 305

10.2.1 平台概况 305

10.2.2 发展规模 305

10.2.3 最新动态 305

10.2.4 转型分析 306

10.2.5 SWOT分析 307

10.2.6 未来发展规划 307

10.3 沱沱工社 308

10.3.1 平台概况 308

10.3.2 商业模式 309

10.3.3 经营模式 309

10.3.4 配送服务 309

10.3.5 全产业链模式 309

10.4 天猫商城 310

10.4.1 平台概况 310

10.4.2 预售模式 310

10.4.3 喵鲜生频道 315

10.4.4 市场拓展 316

10.4.5 物流配送 317

10.5 1号店 317

10.5.1 平台概况 318

10.5.2 商业模式	318
10.5.3 经营模式	320
10.5.4 生鲜业务	321
10.5.5 渠道策略	323
10.6 京东商城	324
10.6.1 平台概况	324
10.6.2 生鲜业务	325
10.6.3 O2O模式	326
10.6.4 物流配送	328
10.7 国内其他生鲜电商平台介绍	329
10.7.1 苏宁易购	329
10.7.2 鲜码头	329
10.7.3 本来生活网	329
10.7.4 多利农庄	330
10.7.5 莆田网	331
10.7.6 鲜直达	333
10.7.7 易果网	333
第十一章 中国生鲜电商行业投资分析	334
11.1 中国生鲜行业投资特性	334
11.1.1 季节性和区域性	334
11.1.2 易损耗性	334
11.1.3 品种多样性和非标准性	334
11.1.4 需求弹性小	335
11.1.5 供给较为分散	335
11.2 中国生鲜电商行业投资机遇	335
11.2.1 政策机遇	335
11.2.2 市场机遇	336
11.2.3 利润空间分析	337
11.2.4 生鲜地域品牌涌现	338
11.2.5 2014-2016年风投动态	339
11.3 中国生鲜电商行业成本分析	340

11.4 中国生鲜电商市场投资风险分析 341

11.4.1 盈利风险 341

11.4.2 冷链风险 343

11.4.3 企业自身风险 346

11.5 中国生鲜电商市场投资策略分析 347

11.5.1 寻找专业合作机构 347

11.5.2 引入实体连锁店 348

11.5.3 重视品牌效益 349

11.5.4 复合型电子商务 351

第十二章 中国生鲜电商市场发展趋势及前景预测 352

12.1 中国生鲜电商市场发展形势分析 352 (ZY LII)

12.1.1 有利因素分析 352

12.1.2 不利因素分析 353

12.1.3 网购规模预测 355

12.1.4 冷链物流预测 357

12.2 中国生鲜电商市场发展趋势分析 357

12.2.1 政策趋势 357

12.2.2 需求趋势 358

12.2.3 供应链趋势 359

12.2.4 市场整合趋势 362

12.2.5 未来发展方向 363

12.3 中国生鲜电商市场前景展望 363

12.3.1 市场规模预测 364

12.3.2 利润空间预测 364

12.3.3 进口生鲜电商前景预测 364

12.3.4 生鲜农产品电商前景预测 364 (ZY LII)

图表目录：

图表 1 2012-2016年我国国内生产总值及其增长速度 34

图表 2 2016年GDP初步核算数据 35

图表 3 GDP环比增长速度 36

- 图表 4 2013-2016年全国粮食产量 37
- 图表 5 2012-2016年我国社会消费品零售总额及其增长率 39
- 图表 6 2013年-2016年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 40
- 图表 7 2016年份社会消费品零售总额主要数据 41
- 图表 8 2012-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 44
- 图表 9 2012-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 44
- 图表10 2013年-2016年全国居民消费价格涨跌幅度 45
- 图表11 2013年-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 46
- 图表12 2013年-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况 47
- 图表13 2016年1-份居民消费价格分类别同比涨跌幅 49
- 图表14 2016年1-份居民消费价格分类别环比涨跌幅 50
- 图表15 2016年居民消费价格主要数据 50
- 图表 16 中国生鲜电商的发展阶段 88
- 图表 17 中国生鲜电商市场特征 89
- 图表 18 中国生鲜电商产业链示意图 89
- 图表 19 冷链的构成及相应的设备 90
- 图表 20 冷链下游需求分布图 91
- 图表 21 2011-2016年美国冷库容量的发展：万立方米 92
- 图表 22 2012-2016年我国农副食品的消费价格复合增长率 92
- 图表 23 国内生鲜电商情况一览 94
- 图表 24 2016年食品网购各类商品品类占比 95
- 图表 25 2016年食品网购各类商品品类占比 96
- 图表 26 平台类电商生鲜品类竞争力 105
- 图表 27 自营型垂直生鲜电商竞争力 107
- 图表 28 综合型电商生鲜电商竞争力 109
- 图表 29 2011年-2016年我国水果价格走势分析 198
- 图表 30 2016年新发地水果价格行情 198

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/441043I255.html>