

# 2017-2022年中国生鲜电商 市场供需趋势预测及投资战略分析报告

## 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

《2017-2022年中国生鲜电商市场供需趋势预测及投资战略分析报告》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/hulianwang/A7189432F1.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

生鲜电商主要是指通过电子商务方式销售生鲜食品的商业模式。由于生鲜蔬菜水果、海鲜肉类等产品要求仓储物流过程中低温冷冻冷藏保存，且损耗率大，这些因素推高了成本，因此在2010年前国内生鲜电商的发展一直相对沉寂。

近年来，国内食品安全事件频发，消费者对高品质、高安全性生鲜食品的需求快速增长，中粮我买网、多利农庄、沱沱公社等生鲜电商接连涌现。凭借优质的产品，便捷的服务，良好的购物体验，生鲜商品成为网购领域的新兴市场。

《2017-2022年中国生鲜电商市场供需趋势预测及投资战略分析报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、公开资料提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了生鲜电商行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国生鲜电商做了重点企业经营状况分析，并分析了中国生鲜电商行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第1章：生鲜电商行业发展现状与运营模式

1.1 生鲜电商行业发展必然性

1.1.1 坚实的线下基础

- (1) 冷库投资不断增加
- (2) 冷藏车市场日益增长
- (3) 制冷设备市场繁荣

1.1.2 优越的电商环境

- (1) 网购网民数量逐年上升
- (2) 网购渗透率日益提升
- (3) 网民消费需求日益升级

1.1.3 良好的经济效益

- (1) 具备一体化运营优势
- (2) 能够形成品牌溢价

(3) 能够延伸产业链条

#### 1.1.4 强劲的技术支撑

(1) 网络技术不断升级

(2) 支付方式快速便捷

#### 1.2 生鲜电商行业的发展规模

##### 1.2.1 食品网购交易规模

##### 1.2.2 食品网购产品结构

##### 1.2.3 生鲜电商交易规模

#### 1.3 生鲜电商行业的竞争格局

##### 1.3.1 生鲜电商TOP20排行榜

##### 1.3.2 生鲜电商移动端格局

##### 1.3.3 生鲜电商平台用户偏好

##### 1.3.4 行业潜在进入者威胁

#### 1.4 生鲜电商行业的运营模式

##### 1.4.1 综合电商平台模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 境外典型代表

1) Amazon Fresh

2) Ocado

3) Farmigo

4) 乐天

5) MOMO

(4) 国内典型代表

##### 1.4.2 垂直电商平台模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 境外典型代表

1) Fresh Direct

2) Relay Foods

3) Oisix

4) 黑猫探险队

(4) 国内典型代表

#### 1.4.3 物流企业平台模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

#### 1.4.4 传统零售平台模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

### 1.5 生鲜电商细分市场的研究

#### 1.5.1 水果电商市场评估

(1) 传统水果市场概况

1) 水果市场产量

2) 水果市场销量

3) 水果市场区域分布

(2) 水果电商市场规模

(3) 水果电商竞争格局

(4) 水果电商发展潜力

#### 1.5.2 蔬菜电商市场评估

(1) 传统蔬菜市场概况

1) 蔬菜市场产量

2) 蔬菜市场销量

3) 蔬菜市场区域分布

(2) 蔬菜电商市场规模

(3) 蔬菜电商竞争格局

(4) 蔬菜电商发展潜力

#### 1.5.3 海鲜电商市场评估

(1) 传统海鲜市场概况

1) 海鲜市场产量

2) 海鲜市场销量

3) 海鲜市场区域分布

(2) 海鲜电商市场规模

(3) 海鲜电商竞争格局

(4) 海鲜电商发展潜力

#### 1.5.4 奶制品电商市场评估

(1) 传统奶制品市场概况

1) 奶制品市场产量

2) 奶制品市场销量

3) 奶制品市场区域分布

(2) 奶制品电商市场规模

(3) 奶制品电商竞争格局

(4) 奶制品电商发展潜力

#### 1.5.5 冻品肉蛋电商市场评估

(1) 传统冻品肉蛋市场概况

1) 冻品肉蛋市场产量

2) 冻品肉蛋市场销量

3) 冻品肉蛋市场区域分布

(2) 冻品肉蛋电商市场规模

(3) 冻品肉蛋电商竞争格局

(4) 冻品肉蛋电商发展潜力

## 第2章：生鲜电商行业核心痛点解决方案

### 2.1 配送痛点：如何完善冷链物流

#### 2.1.1 配送痛点解析

#### 2.1.2 现有的冷链物流模式

(1) 自营冷链宅配

(2) 第三方冷链配送

#### 2.1.3 配送痛点突破策略

(1) 集中配送解决成本过高问题

(2) 设立智能生鲜自提柜

(3) 共建区域性冷链物流设施

(4) 创建平台内部物流孵化器

(5) 解决消费与成本间的矛盾

(6) 推进冷链物流的智慧应用

## (7) 其他配送痛点突破策略

### 2.1.4 痛点突破成功案例

#### (1) 顺丰优选

#### (2) 天猫生鲜

### 2.2 供应痛点：如何有效整合资源

#### 2.2.1 供应痛点解析

##### (1) 生鲜产品供应成本高昂

##### (2) 非标准化产品影响配送效率

#### 2.2.2 供应痛点突破策略

##### (1) 强化对产品生产的管控

##### (2) 推行产品标准化、专业化

##### (3) 品牌化合作保货源品质

##### (4) 其他供应痛点突破策略

#### 2.2.3 痛点突破成功案例

##### (1) 美味七七

##### (2) 京东生鲜

### 2.3 体验痛点：如何培养用户习惯

#### 2.3.1 体验痛点解析

#### 2.3.2 体验痛点突破策略

##### (1) 圈住四类核心用户

##### (2) 完善线上线下服务

##### (3) 深入社区实现定向宣传

##### (4) 其他体验痛点突破策略

#### 2.3.3 痛点突破成功案例

##### (1) 本来生活

##### (2) 天天果园

### 2.4 发展痛点：如何实现区域扩张

#### 2.4.1 发展痛点解析

#### 2.4.2 发展痛点突破策略

##### (1) 横向收购策略

##### (2) 合理配置产品组合

##### (3) 强化品牌社群黏性

#### (4) 其他发展痛点突破策略

### 2.4.3 痛点突破成功案例

#### (1) 我买网

#### (2) 顺丰优选

## 第3章：生鲜电商行业用户市场特征分析

### 3.1 生鲜电商用户普及率分析

#### 3.1.1 用户生鲜电商使用情况

#### 3.1.2 用户生鲜电商使用频率

#### 3.1.3 用户使用生鲜电商原因

#### 3.1.4 用户不使用生鲜电商原因

### 3.2 生鲜电商用户属性情况分析

#### 3.2.1 生鲜电商用户性别属性

#### 3.2.2 生鲜电商用户年龄属性

#### 3.2.3 生鲜电商用户职业属性

### 3.3 生鲜电商用户消费习惯分析

#### 3.3.1 用户生鲜电商购买种类

#### 3.3.2 用户生鲜电商购买平台

#### 3.3.3 用户生鲜电商配送偏好

### 3.4 半成品食材电商用户使用特征

#### 3.4.1 用户半成品食材购买情况

#### 3.4.2 用户购买半成品食材原因

#### 3.4.3 用户半成品食材购买习惯

#### 3.4.4 用户半成品食材购买频率

## 第4章：生鲜电商平台典型案例分析与解读

### 4.1 生鲜电商平台分类概述

#### 4.1.1 基于资源与运营模式的分类

#### 4.1.2 基于细分市场的平台分类

### 4.2 平台类生鲜电商优秀案例

#### 4.2.1 天猫生鲜

##### (1) 平台概况简介



- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.2.2 京东生鲜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.2.3 亚马逊

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.2.4 1号店

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.2.5 苏宁易购

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.3 垂直类生鲜电商优秀案例

##### 4.3.1 顺丰优选

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

##### 4.3.2 本来生活

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

##### 4.3.3 我买网

(1) 平台概况简介

- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.3.4 沱沱工社

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.3.5 莆田网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.3.6 美味七七

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.3.7 菜管家

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.3.8 易果生鲜

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.3.9 厨易时代

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

### 4.4 传统零售生鲜电商优秀案例

#### 4.4.1 沃尔玛

(1) 平台概况简介

- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.4.2 飞牛网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.5 水果类生鲜电商优秀案例

##### 4.5.1 一米鲜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

##### 4.5.2 许鲜网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.5.3 缤果水果

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.5.4 天天果园

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.5.5 依谷网

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.5.6 果酷

(1) 平台概况简介

- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.5.7 果果哒

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.5.8 鲜果蜗牛

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

### 4.6 蔬菜类生鲜电商优秀案例

#### 4.6.1 一亩田

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.2 鲜直达

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.3 天鲜配

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.4 多利农庄

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.5 尚作有机

- (1) 平台概况简介



- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.6 田鲜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.7 美菜网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 4.6.8 大厨网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 4.7 生鲜电商平台失败案例研究

##### 4.7.1 物流配送失败案例：谊万家

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

##### 4.7.2 目标人群失败案例：小农女

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

##### 4.7.3 用户习惯失败案例：济南买菜网

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

##### 4.7.4 标准化模式失败案例：福州家百福

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

### 第5章：生鲜电商行业趋势预测与趋势预测

#### 5.1 生鲜电商行业趋势预测分析

##### 5.1.1 行业处于高速发展期

(1) 行业发展阶段判断

(2) 行业发展瓶颈突破

##### 1) 政策扶持促进冷链物流发展

##### 2) 各大电商发力物流体系建设

##### 5.1.2 生鲜电商渗透率预期

(1) 传统渠道市场份额下降

(2) 生鲜电商后发优势明显

(3) 生鲜电商市场渗透率预测

##### 5.1.3 生鲜电商市场规模预期

(1) 生鲜电商市场增速预期

(2) 生鲜电商交易规模预期

#### 5.2 生鲜电商行业发展趋势预测

##### 5.2.1 生鲜电商运营模式趋势

(1) 生鲜O2O是未来发展方向

(2) 生鲜电商移动化发展趋势

#### 5.2.2 生鲜电商产品策略趋势

(1) 生鲜电商产品细分化趋势

(2) 生鲜电商产品高端化趋势

(3) 不同类型电商产品差异化趋势

#### 5.2.3 生鲜电商竞争格局趋势

(1) 巨头压境

(2) 结盟发展

(3) 竞争升级

### 第6章：生鲜电商行业投资潜力与策略规划

#### 6.1 生鲜电商行业投资潜力分析

##### 6.1.1 生鲜电商行业现投资热潮

(1) 电商平台生鲜市场投资情况

(2) 物流企业生鲜市场投资情况

##### 6.1.2 生鲜电商行业投资推动因素

(1) 生鲜产品市场空间广阔

(2) 生鲜产品购买频次很高

(3) 生鲜电商利润空间很大

#### 6.2 生鲜电商行业投资现状分析

##### 6.2.1 生鲜电商行业投资主体

(1) 行业投资主体构成

(2) 各投资主体投资优势

##### 6.2.2 生鲜电商投资切入方式

(1) 传统企业转战生鲜电商

(2) 综合电商部署生鲜业务

(3) 产品企业直接切入电商

(4) 资本机构投资生鲜电商

##### 6.2.3 ( ZYYL ) 生鲜电商成功投资案例

(1) 今日资本领投“新味”;

(2) 京东投资天天果园

(3) 天使投资生鲜电商Dmall

(4) 其他成功投资案例

### 6.3 生鲜电商行业投资前景研究规划

#### 6.3.1 生鲜电商模式创新策略

(1) 优化产业链：C2B运营模式

(2) 投资策略：区域化发展

(3) 营销策略：深耕细分市场

#### 6.3.2 生鲜电商产品经营策略

(1) 普通商品领域：传统渠道更具竞争力

(2) 中高端产品：更适合生鲜电商发展

#### 图表目录：

图表1：2009年以来中国冷库容量

图表2：2009年以来中国冷库新开工情况

图表3：中国部分在建万吨以上冷库列表

图表4：2005年以来中国冷藏车市场规模增长情况

图表5：2008-2015年烟台冰轮工商业冷冻收入

图表6：2008-2015年大冷股份制冷空调设备收入

图表7：冷藏车用制冷机组市场状况

图表8：2009-2015年中国网购网民数量增长情况

图表9：2009-2015年中国网购渗透率增长情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/A7189432F1.html>