

# 2018-2024年中国生鲜电商 行业市场分析与投资前景分析报告

## 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

《2018-2024年中国生鲜电商行业市场分析与投资前景分析报告》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/maoyi/P289412L6U.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

报告目录：

### 第一章 中国生鲜电商行业发展环境分析

#### 1.1 政策环境

##### 1.1.1 电商行业政策法规体系

##### 1.1.2 生鲜电商网络交易政策解读

##### 1.1.3 生鲜电商网络支付政策解读

##### 1.1.4 生鲜电商税收政策解读

##### 1.1.5 生鲜电商投资政策解读

##### 1.1.6 生鲜电商服务政策解读

##### 1.1.7 生鲜电商流通政策解读

#### 1.2 经济环境

##### 1.2.1 宏观经济状况

##### 1.2.2 农业经济发展

##### 1.2.3 消费品零售市场

##### 1.2.4 城乡居民收入增长

##### 1.2.5 居民消费价格（CPI）

##### 1.2.6 经济运行趋势分析

#### 1.3 社会环境

##### 1.3.1 居民消费理念

##### 1.3.2 电子商务兴起

##### 1.3.3 网络用户规模

##### 1.3.4 食品安全受关注

##### 1.3.5 城镇化进程

#### 1.4 技术环境

##### 1.4.1 物联网技术的应用

##### 1.4.2 RFID射频识别技术的应用

##### 1.4.3 SCM供应链管理技术的应用

##### 1.4.4 GIS地理信息系统技术的应用

### 第二章 2014-2016年中国生鲜电商行业总体分析

- 2.1 中国生鲜电商行业的发展阶段
  - 2.1.1 初期起步阶段（2005年-2012年）
  - 2.1.2 市场探索阶段（2012年-2013年）
  - 2.1.3 资源整合阶段（2013年至今）
- 2.2 2014-2016年中国生鲜电商行业发展现状
  - 2.2.1 市场机遇
  - 2.2.2 发展特征
  - 2.2.3 产业链分析
  - 2.2.4 市场规模
  - 2.2.5 运行特点
  - 2.2.6 盈利模式
- 2.3 中国生鲜电子商务关键环节分析
  - 2.3.1 产品采购与组织
  - 2.3.2 平台建设
  - 2.3.3 品牌建设及营销
  - 2.3.4 服务及物流配送体系
  - 2.3.5 增值服务
- 2.4 中国生鲜电商行业发展瓶颈分析
  - 2.4.1 配送速度
  - 2.4.2 货源及成本
  - 2.4.3 盈利模式
  - 2.4.4 用户习惯及信任
- 2.5 中国生鲜电商行业投资策略分析
  - 2.5.1 区域合作
  - 2.5.2 本地+农场对接
  - 2.5.3 借力电商平台

### 第三章 2014-2016年中国生鲜电商行业主要业态分析

- 3.1 平台型综合电商
  - 3.1.1 运作特点
  - 3.1.2 发展优势
  - 3.1.3 物流配送

- 3.1.4 代表企业
- 3.2 自营型垂直电商
  - 3.2.1 运作特点
  - 3.2.2 发展优势
  - 3.2.3 物流配送
  - 3.2.4 代表企业
- 3.3 物流型电商
  - 3.3.1 运作特点
  - 3.3.2 物流配送
  - 3.3.3 代表企业
- 3.4 实体超市线上业务
  - 3.4.1 发展特点
  - 3.4.2 物流配送
  - 3.4.3 代表企业
- 3.5 生鲜商品O2O模式
  - 3.5.1 发展优势
  - 3.5.2 运作模式
  - 3.5.3 物流配送
  - 3.5.4 代表企业

#### 第四章 2014-2016年中国生鲜电商行业竞争格局分析

- 4.1 中国生鲜商品销售渠道分析
  - 4.1.1 生鲜商品的经营特性
  - 4.1.2 生鲜商品主要销售渠道
  - 4.1.3 生鲜商品实体渠道发展困境
  - 4.1.4 生鲜商品销售网络渠道优势
- 4.2 中国生鲜电商市场竞争格局
  - 4.2.1 初阶段重要品类浅层次竞争
  - 4.2.2 零售业态开展线上线下融合
  - 4.2.3 生鲜电商供应链竞争加剧
  - 4.2.4 生鲜电商注重差异化竞争
  - 4.2.5 生鲜电商进军二线城市

- 4.2.6 航空企业试水生鲜电商
- 4.3 中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市
  - 4.3.1 传统超市毛利下滑
  - 4.3.2 传统超市经营重心转向生鲜
  - 4.3.3 传统超市发力生鲜电商市场
  - 4.3.4 传统超市线上销售遭遇瓶颈
- 4.4 中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店
  - 4.4.1 生鲜连锁店发展特征
  - 4.4.2 生鲜连锁店竞争优势
  - 4.4.3 生鲜连锁店竞争劣势
  - 4.4.4 生鲜连锁店竞争策略
- 4.5 影响中国生鲜电商企业竞争力的因素
  - 4.5.1 周转速度
  - 4.5.2 员工素质
  - 4.5.3 质量安全
  - 4.5.4 配送能力

## 第五章 2014-2016年中国生鲜电商行业消费需求分析

- 5.1 电商消费者网购行为分析
  - 5.1.1 消费行特征
  - 5.1.2 消费驱动因素
  - 5.1.3 消费行为地域分析
  - 5.1.4 消费行为用户属性分析
  - 5.1.5 用户电商选择行为分析
  - 5.1.6 用户消费心理分析
- 5.2 生鲜电商消费群体分析
  - 5.2.1 目标消费群体定位
  - 5.2.2 目标明确型消费者
  - 5.2.3 目标摇摆型消费者
  - 5.2.4 目标随意型消费者
- 5.3 消费者对生鲜商品的需求层次
  - 5.3.1 基础需求

- 5.3.2 品质需求
- 5.3.3 常识性需求
- 5.3.4 便利性需求
- 5.3.5 安全需求
- 5.3.6 体验需求
- 5.4 生鲜电商供应与消费者需求的矛盾分析
  - 5.4.1 供应和需求很难匹配
  - 5.4.2 高损耗导致企业利润虚耗
  - 5.4.3 产品品质与售价的矛盾
- 5.5 生鲜电商迎合消费者需求的策略分析
  - 5.5.1 注重概念推介
  - 5.5.2 摒弃价格竞争
  - 5.5.3 提高客户体验
  - 5.5.4 提供额外惊喜

## 第六章 2014-2016年中国生鲜电商行业营销策略分析

- 6.1 国内主要生鲜电商营销模式分析
  - 6.1.1 顺丰优选营销模式
  - 6.1.2 沱沱工社营销模式
  - 6.1.3 本来生活营销模式
- 6.2 生鲜电商行业产品营销分析
  - 6.2.1 生鲜行业产品分类
  - 6.2.2 生鲜电商行业的产品定位
  - 6.2.3 生鲜产品信息公开化
  - 6.2.4 用户参与产品开发
  - 6.2.5 提高产品附加值
- 6.3 生鲜电商行业主要营销策略分析
  - 6.3.1 独立平台精益化管理
  - 6.3.2 生态园区供应基地展示
  - 6.3.3 社区化发展提供团购优惠
  - 6.3.4 “O2O”合理设立自提点
  - 6.3.5 完善服务提高用户粘性

## 6.4 国内生鲜电商营销典型案例分析

### 6.4.1 本来生活的故事营销

### 6.4.2 淘宝聚划算的团购营销

### 6.4.3 “我买网”的搜索引擎营销

### 6.4.4 家事易的自提模式营销

## 第七章 2014-2016年生鲜电商产业链上游生鲜商品市场调研

### 7.1 2014-2016年中国食品市场综述

#### 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 趋势分析

### 7.2 蔬菜市场调研

#### 7.2.1 运行特征

#### 7.2.2 发展现状

#### 7.2.3 市场规模

#### 7.2.4 价格行情

#### 7.2.5 贸易形势

#### 7.2.6 趋势分析

### 7.3 水果市场调研

#### 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 趋势分析

### 7.4 肉制品市场调研

#### 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 趋势分析
- 7.5 乳制品市场调研
  - 7.5.1 运行特征
  - 7.5.2 市场规模
  - 7.5.3 价格走势
  - 7.5.4 竞争力分析
  - 7.5.5 发展隐忧
  - 7.5.6 趋势分析
- 7.6 水产品市场调研
  - 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 竞争力分析
  - 7.6.6 趋势分析

## 第八章 2014-2016年生鲜电商产业链下游物流市场调研

- 8.1 2014-2016年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 冷链物流行业发展规模
  - 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 2014-2016年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 2014-2016年生鲜商品冷链物流细分市场调研
  - 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 国外典型生鲜电商发展运营分析

- 9.1 Fresh Direct
  - 9.1.1 Fresh Direct发展规模
  - 9.1.2 Fresh Direct定位分析
  - 9.1.3 Fresh Direct采购、加工流程
  - 9.1.4 Fresh Direct配送流程分析
  - 9.1.5 Fresh Direct品牌建设分析
- 9.2 Ocado

- 9.2.1 Ocado发展规模
- 9.2.2 Ocado并购合作分析
- 9.2.3 Ocado盈利水平分析
- 9.2.4 Ocado运作模式分析
- 9.3 Amazon Fresh
  - 9.3.1 Amazon Fresh发展规模
  - 9.3.2 Amazon Fresh物流模式
  - 9.3.3 Amazon Fresh配送模式
  - 9.3.4 Amazon Fresh发展瓶颈
  - 9.3.5 亚马逊发力中国生鲜电商
- 9.4 Local Harvest
  - 9.4.1 Local Harvest发展规模
  - 9.4.2 Local Harvest运作模式
  - 9.4.3 Local Harvest局限性分析
- 9.5 国外其他生鲜电商发展经验借鉴
  - 9.5.1 Pea Pod
  - 9.5.2 Relay Foods
  - 9.5.3 Farmigo

## 第十章 中国典型生鲜电商平台运营分析

- 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 中国生鲜电商行业投资分析

## 11.1 中国生鲜行业投资特性

### 11.1.1 季节性和区域性

### 11.1.2 易损耗性

### 11.1.3 品种多样性和非标准性

### 11.1.4 需求弹性小

### 11.1.5 供给较为分散

## 11.2 中国生鲜电商行业投资机遇

### 11.2.1 政策机遇

### 11.2.2 市场机遇

### 11.2.3 利润空间分析

### 11.2.4 生鲜地域品牌涌现

### 11.2.5 2014-2016年风投动态

## 11.3 中国生鲜电商行业成本分析

### 11.3.1 物流配送费用

### 11.3.2 营销推广费用

### 11.3.3 研发费用

### 11.3.4 研发费用

## 11.4 中国生鲜电商市场投资前景分析

### 11.4.1 盈利风险

### 11.4.2 冷链风险

### 11.4.3 企业自身风险

## 11.5 中国生鲜电商市场投资前景研究分析

### 11.5.1 寻找专业合作机构

### 11.5.2 引入实体连锁店

### 11.5.3 重视品牌效益

### 11.5.4 复合型电子商务

# 第十二章 中国生鲜电商市场发展趋势及趋势分析

## 12.1 中国生鲜电商市场发展形势分析

- 12.1.1 有利因素分析
- 12.1.2 不利因素分析
- 12.1.3 网购规模预测
- 12.1.4 冷链物流预测
- 12.2 中国生鲜电商市场发展趋势分析
  - 12.2.1 政策趋势
  - 12.2.2 需求趋势
  - 12.2.3 供应链趋势
  - 12.2.4 市场整合趋势
  - 12.2.5 未来发展方向
- 12.3 中国生鲜电商市场前景展望
  - 12.3.1 市场规模预测
  - 12.3.2 利润空间预测
  - 12.3.3 进口生鲜电商趋势分析
  - 12.3.4 生鲜农产品电商趋势分析

附录：

附录一：网络交易管理办法

## 图表目录

- 图表1 2015年年末全国人口数及其构成
- 图表2 2010-2015年国内生产总值及其增长速度
- 图表3 2010-2015年城镇新增就业人数
- 图表4 2010-2015年国家全员劳动生产率
- 图表5 2015年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表6 2010-2015年全国一般公共预算收入
- 图表7 2010-2015年全国粮食产量增长情况
- 图表8 2010-2015年全部工业增加值及其增长情况
- 图表9 2010-2015年全社会建筑业增加值及其增长速度
- 图表10 2010-2015年全社会固定资产投资规模
- 图表11 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速
- 图表12 2015年房地产开发和销售主要指标完成情况

- 图表13 2010-2015年社会消费品零售总额
- 图表14 2010-2015年我国货物进出口总额
- 图表15 2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表16 2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表17 2010-2015年固定互联网宽带及移动宽带用户规模
- 图表18 2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度
- 图表19 2012-2014年国内生产总值与第一产业增加值增长情况
- 图表20 2015-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度
- 图表21 2016年社会消费品零售总额主要数据
- 图表22 我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比
- 图表23 农村居民收入构成
- 图表24 2015年全国居民人均可支配收入来源结构
- 图表25 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表26 2016年居民消费价格主要数据
- 图表27 2005-2015年中国网民规模与互联网普及率
- 图表28 2015年新增网民上网设备使用情况
- 图表29 2015年非网民未来上网意向
- 图表30 2015年非网民不使用互联网的原因
- 图表31 2007-2015年手机网民规模及其所占比例
- 图表32 2013-2015年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率
- 图表33 2015年中国网民城乡结构
- 图表34 2008-2015年中国城乡居民互联网普及率和城镇化进程
- 图表35 中国生鲜电商市场发展特征
- 图表36 中国生鲜电商市场产业链分析
- 图表37 电商企业生鲜盈利模式图
- 图表38 生鲜商品的主要销售渠道
- 图表39 网购用户结构消费驱动因素
- 图表40 不同地区平均消费行为及所占比重
- 图表41 2007-2015年网购用户年龄结构
- 图表42 2013-2015年网购用户收入结构
- 图表43 2015年中国男性网购用户常购商品总类Top10
- 图表44 2015年中国女性网购用户常购商品总类Top10

- 图表45 生鲜电商产品四象限
- 图表46 2015年食品工业增加值月度增速
- 图表47 2016年食品工业月度增加值增速
- 图表48 2016年分地区食品工业经济效益
- 图表49 2015年食品消费价格指数走势
- 图表50 2015年食品出厂价格指数走势
- 图表51 2015-2016年猪肉、牛肉、羊肉价格变动
- 图表52 2015-2016年鲜菜、鲜果价格变动
- 图表53 2015年食品工业固定资产投资情况
- 图表54 2016年食品工业固定资产投资规模
- 图表55 2010-2016年我国食品制造业主营业务收入及增速情况
- 图表56 2010-2016年我国食品制造业利润总额及增速情况
- 图表57 2010-2016年我国食品制造业毛利率走势情况
- 图表58 对2018-2024年中国食品制造业销售收入预测
- 图表59 对2018-2024年中国食品制造业利润总额预测
- 图表60 2016年国内580个蔬菜重点县蔬菜产量情况
- 图表61 2013-2016年28种蔬菜平均批发价格走势情况
- 图表62 2013-2016年茎菜类蔬菜平均批发价格走势情况
- 图表63 2013-2016年叶菜类蔬菜平均批发价格走势情况
- 图表64 2010-2016年国内农业部重点监测的大宗水果批发均价走势
- 图表65 中国肉类及肉制品分类
- 图表66 2013-2016年肉制品行业主营业务收入及利润同比增速
- 图表67 2013-2016年鲜冷藏肉产量累计同比
- 图表68 全国人均肉类消费量及消费结构
- 图表69 我国城乡历年人均猪肉消费量
- 图表70 我国城乡历年人均牛肉消费量
- 图表71 我国城乡历年人均羊肉消费量
- 图表72 我国城乡历年人均禽肉消费量
- 图表73 不同收入组城镇居民全年人均肉类消费量
- 图表74 城镇居民主要食品人均消费结构变化
- 图表75 农村居民主要食品人均消费结构变化
- 图表76 2015年我国各种肉类消费比例

- 图表77 2015年美国各种肉类消费比例
- 图表78 我国猪肉消费占全球半壁江山
- 图表79 我国猪肉进口和出口量占消费量比例
- 图表80 2010-2016年我国乳制品制造业主营业务收入
- 图表81 2010-2016年我国乳制品制造业利润总额
- 图表82 2010-2016年我国乳制品制造业毛利率走势
- 图表83 乳制品行业前五省区销售收入排名
- 图表84 2015年国内水产品综合平均价格走势图
- 图表85 2015年海水产品月度均价走势
- 图表86 2015年涨跌幅较大的海水产品
- 图表87 2015年淡水产品月度均价走势
- 图表88 2015年涨跌幅较大的淡水产品
- 图表89 2015年南美白对虾价格走势
- 图表90 2015年梭子蟹价格走势
- 图表91 2015年鲍鱼价格走势
- 图表92 2015年草鱼价格走势
- 图表93 2015年大闸蟹价格走势
- 图表94 2015年甲鱼价格走势
- 图表95 2016年水产品批发均价走势
- 图表96 2015年我国水产品一般贸易主要养殖出口品种
- 图表97 2015年我国水产品主要出口市场
- 图表98 2015年我国水产品主要出口省份
- 图表99 2015年我国水产品主要进口国家和地区
- 图表100 2015年我国冷链物流企业50强名单
- 图表101 对2018-2024年中国冷链物流市场规模预测
- 图表102 对2018-2024年中国冷链物流需求规模预测
- 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/P289412L6U.html>