2026-2031年中国生鲜电商行业市场全景调研与投资风险预测报告

报告简介

生鲜电商是指利用互联网平台，将生鲜产品通过自建物流或第三方物流方式直接配送给消费者的交易，生鲜品类的B2B交易不在本研究范围内。近年来，国家和地方发改委陆续出台了农产品冷链物流发展规划，为农副产品流通发展提供良好的基础服务设施支持。

近年来，国内城镇居民人均可支配收入和农村居民纯收入不断提升，且城乡居民恩格尔系数持续下降，在生活质量不断提升的同时，居民对食品安全、健康、便捷方面的需求也越来越高，生鲜电商发展恰恰能有效解决这些需求。

移动互联网技术使各生鲜电商企业和社区电商的服务更加高效，大数据技术可以帮助企业更加准确地了解用户需求，提高服务质量。冷链物流是生鲜食品运输、销售的基础，冷链流通率低使得冷鲜产品腐损率难以得到控制。

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、中国生鲜电商行业协会、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，对我国生鲜电商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，并重点分析了我国生鲜电商行业发展状况和特点，以及中国生鲜电商行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球生鲜电商行业发展态势作了详细分析，并对生鲜电商行业进行了趋向研判，是生鲜电商行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前生鲜电商行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章生鲜电商行业发展综述 1

第一节 生鲜电商行业定义及特征 1

一、电子商务简介 1

二、生鲜行业概况 5

三、生鲜电商的特征 6

第二节 生鲜电商行业统计标准 8

一、统计部门和统计口径 8

二、行业主要统计方法介绍 8

三、行业涵盖数据种类介绍 9

第三节 生鲜电商行业经济指标分析 10

一、赢利性 10

二、成长速度 11

三、附加值的提升空间 11

四、进入壁垒/退出机制 12

五、风险性 12

六、行业周期 14

第二章 中国生鲜电商行业发展环境分析 18

第一节 经济环境分析 18

一、宏观经济状况 18

二、农业经济发展 33

三、消费品零售市场 36

四、城乡居民收入增长 38

五、经济运行趋势分析 38

第二节 政策环境分析 40

一、电商行业政策法规体系 40

二、生鲜电商网络交易政策解读 41

三、生鲜电商网络支付政策解读 42

四、生鲜电商税收政策解读 50

五、生鲜电商投资政策解读 52

六、生鲜电商服务政策解读 54

七、生鲜电商流通政策解读 55

第三节 技术环境分析 57

一、物联网技术的应用 57

二、RFID射频识别技术的应用 57

三、SCM供应链管理技术的应用 61

四、GIS地理信息系统技术的应用 62

第四节 社会环境分析 66

一、居民消费理念 66

二、电子商务兴起 67

三、网络用户规模 69

四、食品安全问题 71

五、城镇化进程 72

第三章 生鲜电商产业链上游生鲜商品市场分析 77

第一节 中国食品市场综述 77

一、产销状况 77

二、价格水平 77

三、投资增速 80

四、食品贸易 80

五、经济效益 80

六、盈利模式 81

七、前景预测 83

第二节 中国蔬菜市场分析 87

一、运行特征 87

二、发展现状 87

三、市场规模 88

四、价格走势 90

五、贸易形势 90

六、前景预测 91

第三节 中国水果市场分析 92

一、产业结构 92

二、市场规模 93

三、价格走势 94

四、对外贸易 96

五、瓶颈因素 96

六、前景预测 98

第四节 中国肉制品市场分析 99

一、市场规模 99

二、需求分析 100

三、消费结构 100

四、供需态势 101

五、瓶颈因素 102

六、前景预测 103

第五节 中国乳制品市场分析 104

一、运行特征 104

二、市场规模 106

三、价格走势 106

四、竞争态势 107

五、发展隐忧 108

六、前景预测 108

第六节 中国水产品市场分析 109

一、发展综述 109

二、市场规模 110

三、价格走势 111

四、对外贸易 112

五、竞争态势 112

六、前景预测 113

第四章 生鲜电商产业链下游物流市场分析 115

第一节 中国冷链物流行业综述 115

一、冷链物流行业发展概况 115

二、冷链物流行业运行特点 117

三、冷链物流行业规模现状 118

四、冷链物流行业需求分析 118

五、冷链物流行业商业模式 119

六、冷链物流行业竞争格局 120

七、冷链物流行业SWOT分析 121

八、冷链物流市场综合效益分析 123

第二节 生鲜商品冷链物流的发展 125

一、生鲜商品的物流特征 125

二、生鲜商品物流的供应链特征 126

三、发展生鲜商品物流的可行性 127

四、生鲜商品冷链物流发展现状 128

五、生鲜商品冷链物流运行模式分析 129

第三节 生鲜商品冷链物流细分市场分析 130

一、果蔬冷链物流市场 130

二、肉制品冷链物流市场 132

三、乳制品冷链物流市场 133

四、水产品冷链物流市场 137

第四节 生鲜农产品冷链物流成本控制分析 138

一、生鲜农产品冷链物流成本的组成 138

二、生鲜农产品冷链物流成本的特点 138

三、生鲜农产品冷链物流成本控制存在的问题 139

四、从供应链的角度对农产品冷链物流总成本综合控制 140

第五节 生鲜电商物流发展面临的挑战 142

一、向二三线城市下沉困难 142

二、供应链管理遇挑战 143

第六节 生鲜电商冷链物流配送模式分析 144

一、国内主要冷链低温配送模式 144

二、冷链物流宅配市场竞争激烈 145

三、生鲜电商城区宅配模式分析 146

四、生鲜配送中心需求及体系框架 147

五、生鲜物流配送系统的网络体系剖析 149

第五章 中国生鲜电商行业发展概况 151

第一节 中国生鲜电子商务关键环节分析 151

一、产品采购与组织 151

二、平台建设 151

三、品牌建设及营销 152

四、服务及物流配送体系 152

五、增值服务 155

第二节 中国生鲜电商行业的发展历程 155

一、初期起步阶段 155

二、市场探索阶段 156

三、资源整合阶段 156

第三节 中国生鲜电商行业发展现状 157

一、市场机遇 157

二、发展特征 158

三、产业链分析 160

四、市场规模 163

五、运行特点 164

六、盈利模式 164

第四节 中国生鲜电商行业发展瓶颈分析 165

一、配送速度 165

二、货源及成本 165

三、盈利模式 166

四、用户习惯及信任 166

第五节 中国生鲜电商行业发展策略分析 167

一、区域合作 167

二、本地+农场对接 167

三、借力电商平台 167

第六章 中国生鲜电商行业主要业态 168

第一节 平台型综合电商 168

一、运作特点 168

二、发展优势 168

三、物流配送 168

四、代表企业 168

第二节 自营型垂直电商 170

一、运作特点 170

二、发展优势 170

三、物流配送 170

四、代表企业 171

第三节 物流型电商 172

一、运作特点 172

二、物流配送 172

三、代表企业 172

第四节 实体超市线上业务 173

一、发展特点 173

二、物流配送 173

三、代表企业 174

第五节 生鲜商品O2O模式 174

一、发展优势 174

三、物流配送 175

四、代表企业 175

第七章 中国生鲜电商行业消费需求分析 177

第一节 电商消费者网购行为分析 177

一、消费行为特征 177

二、消费驱动因素 178

三、消费行为地域分析 179

四、用户电商选择行为分析 180

五、用户消费心理分析 180

第二节 生鲜电商消费群体分析 181

一、目标消费群体定位 181

二、目标明确型消费者 181

三、目标摇摆型消费者 182

四、目标随意型消费者 182

第三节 消费者对生鲜商品的需求层次 183

一、基础需求 183

二、品质需求 184

三、常识性需求 184

四、便利性需求 185

五、体验需求 185

第四节 生鲜电商供应与消费者需求的矛盾分析 186

一、供应和需求很难匹配 186

二、高损耗导致企业利润虚耗 187

三、产品品质与售价的矛盾 187

第五节 生鲜电商迎合消费者需求的策略分析 187

一、注重概念推介 187

二、摒弃价格竞争 188

三、提高客户体验 188

四、提供额外惊喜 190

第八章 中国生鲜电商行业竞争格局分析 191

第一节 中国生鲜商品销售渠道分析 191

一、生鲜商品的经营特性 191

二、生鲜商品主要销售渠道 191

三、生鲜商品实体渠道发展困境 192

四、生鲜商品销售网络渠道优势 196

第二节 中国生鲜电商市场竞争态势 196

一、初阶段重要品类浅层次竞争 196

二、零售业态开展线上线下融合 197

三、生鲜电商供应链竞争加剧 198

四、生鲜电商注重差异化竞争 199

五、生鲜电商进军二线城市 200

六、航空企业试水生鲜电商 200

第三节 中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市 202

一、传统超市毛利下滑 202

二、传统超市经营重心转向生鲜 202

三、传统超市发力生鲜电商市场 203

四、传统超市线上销售遭遇瓶颈 203

第四节 中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店 204

一、生鲜连锁店发展特征 204

二、生鲜连锁店竞争优势 205

三、生鲜连锁店竞争劣势 205

四、生鲜连锁店竞争策略 206

第五节 影响中国生鲜电商企业竞争力的因素 206

一、周转速度 206

二、员工素质 207

三、质量安全 207

四、配送能力 208

第九章 国外典型生鲜电商发展运营分析 209

第一节 FreshDirect 209

一、FreshDirect发展规模 209

二、FreshDirect定位分析 209

三、FreshDirect采购、加工流程 209

四、FreshDirect配送流程分析 210

五、FreshDirect品牌建设分析 210

第二节 Ocado 211

一、Ocado发展规模 211

二、Ocado并购合作分析 211

三、Ocado盈利水平分析 211

四、Ocado运作模式分析 211

第三节 AmazonFresh 212

一、AmazonFresh发展规模 212

二、AmazonFresh物流模式 213

三、AmazonFresh配送模式 218

四、AmazonFresh发展瓶颈 218

第四节 LocalHarvest 220

一、LocalHarvest运作模式 220

二、LocalHarvest局限性分析 222

第五节 国外其他生鲜电商发展经验借鉴 222

一、PeaPod 222

二、RelayFoods 223

三、Farmigo 223

第十章 中国典型生鲜电商平台运营分析 224

第一节 中粮我买网 224

一、平台概况 224

二、平台建设 224

三、物流配送 225

四、SWOT分析 225

五、推广策略分析 225

六、未来发展规划 226

第二节 顺丰优选 227

一、平台概况 227

二、发展规模 227

三、最新动态 227

四、转型分析 228

五、SWOT分析 229

六、未来发展规划 231

第三节 沱沱工社 232

一、平台概况 232

二、商业模式 232

三、经营模式 233

四、配送服务 234

五、全产业链模式 234

第四节 天猫商城 236

一、平台概况 236

二、预售模式 237

三、喵鲜生频道 237

四、市场拓展 237

五、物流配送 238

第五节 1号店 238

一、平台概况 238

二、商业模式 239

三、经营模式 241

四、生鲜业务 245

五、渠道策略 246

第六节 京东商城 246

一、平台概况 246

二、生鲜业务 246

三、O2O模式 247

四、物流配送 247

第七节 国内其他生鲜电商平台介绍 248

一、苏宁易购 248

二、鲜码头 248

三、本来生活网 249

四、多利农庄 249

五、甫田网 249

六、鲜直达 250

七、易果网 250

第十一章 中国生鲜电商行业营销策略分析 252

第一节 国内主要生鲜电商营销模式分析 252

一、顺丰优选营销模式 252

二、沱沱工社营销模式 252

三、本来生活营销模式 254

第二节 生鲜电商行业产品营销分析 258

一、生鲜行业产品分类 258

二、生鲜电商行业的产品定位 258

三、生鲜产品信息公开化 259

四、用户参与产品开发 259

五、提高产品附加值 260

第三节 生鲜电商行业主要营销策略分析 262

一、独立平台精益化管理 262

二、生态园区供应基地展示 262

三、社区化发展提供团购优惠 263

四、“O2O”合理设立自提点 263

五、完善服务提高用户粘性 263

第四节 国内生鲜电商营销典型案例分析 264

一、本来生活的故事营销 264

二、淘宝聚划算的团购营销 265

三、“我买网”的搜索引擎营销 265

四、家事易的自提模式营销 266

第十二章 中国生鲜电商行业投资分析 267

第一节 中国生鲜行业投资特性 267

第二节 中国生鲜电商行业投资机遇 268

第三节 中国生鲜电商行业成本分析 269

第四节 中国生鲜电商市场投资风险分析 270

一、盈利风险 270

二、冷链风险 270

三、企业自身风险 271

第五节 中国生鲜电商市场投资策略分析 271

一、寻找专业合作机构 271

二、引入实体连锁店 271

三、重视品牌效益 271

四、复合型电子商务 272

第十三章 中国生鲜电商市场发展趋势及前景预测 273

第一节 中国生鲜电商市场发展形势分析 273

第二节 中国生鲜电商市场发展趋势分析 273

一、政策趋势 273

二、需求趋势 276

三、供应链趋势 276

四、市场整合趋势 276

五、未来发展方向 277

第三节 中国生鲜电商市场前景展望 277

图表目录

图表：生鲜电商模式分类 6

图表：2021-2026年前主要经济数据统计 20

图表：三大产业对GDP累计同比贡献率变化 23

图表：三大需求对GDP累计同比贡献率变 25

图表：三大产业对GDP累计同比贡献率变化 26

图表：2021-2026年我国网民数及普及率 70

图表：2021-2026年我国手机网民数及普及率 70

图表：猪肉价格走势图 78

图表：2021-2026年全国食品行业月度增加值增速 81

图表：2021-2026年我国蔬菜种植面积及产量走势 87

图表：2021-2026年我国蔬菜消费量情况 89

图表：蔬菜平衡表 89

图表：中国蔬菜出口量 90

图表：我国果园结构分布图 93

图表：2021-2026年我国水果消费量情况 94

图表：2021-2026年中国进口鲜、干水果及坚果数据统计 96

图表：水果供需平衡表 99

图表：2021-2026年中国鲜、冷藏肉产量统计情况 100

图表：2021-2026年畜肉类居民消费价格指数 100

图表：中国城镇与农村肉类消费结构比较 101

图表：生鲜电商牛肉供需平衡表 104

图表：2021-2026年中国水产品加工行业用于加工的水产品总量及增速 110

图表：2021-2026年中国水产品加工行业加工量及增速 111

图表：2021-2026年中国水产品加工行业用于加工的水产品总量结构 111

图表：2021-2026年中国水产品加工行业加工量结构 112

图表：冷链物流金字塔客户分类 115

图表：四大类冷链技术比较 116

图表：中国冷链物流主要的8种商业模式 119

图表：我国冷链物流行业不同地域企业竞争格局 120

图表：我国冷链物流行业不同规模企业竞争格局 121

图表：我国冷链物流行业不同所有制企业竞争格局 121

图表：生鲜农产品物流配送网络结构 126

图表：生鲜电商产业链 160

图表：2021-2026年我国生鲜电商交易规模 163

图表：生鲜电商消费者年龄分布 183

图表：生鲜电商消费者性别对比 183

图表：生鲜电商消费者要求条件比例 184

图表：生鲜电商消费者消费者最常购买商品 184

图表：生鲜电商消费者吸引用户的主要因素 185

图表：生鲜电商消费者网购经历 185

图表：2021-2026年中国生鲜电商用户生鲜购买品类 258

图表：生鲜电商产业链 268

图表：2021-2026年中国农产品零售市场交易规模及增速 277

图表：2026-2031年我国生鲜电商市场规模预测 278

把握投资 决策经营！

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

报告编号：10684

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170117/10684.shtml

在线订购：点击这里