

## 中国生鲜零售行业发展分析与发展趋势预测报告(2024-2029版)

## 报告简介

2020年生鲜市场交易规模将继续增长至19135亿元。从消费属性来看，生鲜品类具有刚性需求、高频率购买、短消费半径三大属性。作为人们一日三餐必不可少的食材，生鲜具有明显的刚需特性，同时生鲜本身容易腐烂变质，保质期相对较短，故以“鲜”为美，消费者为追求生鲜的新鲜度，往往会多次少量购买生鲜产品。

随着线上生鲜电商出现“裁员倒闭潮”，“盒马鲜生”、“京东7fresh”、“超级物种”等新零售物种诞生，线下生鲜再次引发关注。以农贸市场与大型连锁超市为主导的生鲜渠道格局逐渐被打破，具有较强便利性的社区生鲜业态开始成为前两者的有效补充，不同背景的各方纷纷入局。目前社区生鲜的发展模式主要由个体经营、实体商超、上游企业、区域连锁、线上电商等布局形成。

未来生鲜行业有望逐步实现线上线下的全面融通，一方面，线下门店能通过生鲜引流，以高水平的运营能力实现自身盈利；另一方面，线上业务能在建立品牌区域认知度的基础上触及更大范围的用户，突破线下社区生鲜销量和用户群的瓶颈，并能以更贴近社区的配送距离降低电商物流成本。线上线下的全面打通有利于生鲜行业市场规模的进一步爆发，通过覆盖更大范围的用户，短距离短时间的便捷配送，更好地服务于广大消费者。诺信作为国内一家专业的投资机构，也将深度挖掘生鲜行业的投资风口。

生鲜零售的发展历经了农贸市场、生鲜超市、生鲜电商、新零售4个阶段。生鲜配送模式的新零售做法，一般是在线上端提升原有电商业务的配送效率，同时在线下端以便利货架、便利货柜等形式进行布局。以每日优鲜、易果生鲜为代表。

对于生鲜零售而言，线上和线下只是渠道的外在表现，当行业发展到一定阶段，各种渠道的融合是必然。围绕用户本身，满足他们不断升级的消费需求，提供更好、更快、更近的消费体验，是新零售的核心。在巨头带动下，目前生鲜新零售的行业格局基本已经确定。供应链是未来生鲜新零售企业的核心竞争力。供应链包括采购、流通、仓储、配送等多个环节，每个环节的质量把控最终都会影响到消费者的体验。技术手段的运用不仅是供应链改造的方向，也是解决消费者体验问题的重要砝码。未来的生鲜新零售企业如果可以通过大数据画像，就能精准了解消费者的购买需求并进行趋势预测，做到精准营销。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、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，对中国生鲜零售及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国生鲜零售行业发展状况和特点，以及中国生鲜零售行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的生鲜零售行业发展态势作了详细分析，并对生鲜零售行业进行了趋向研判，是生鲜零售经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目前生鲜零售业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

## 第一部分 行业发展综述

## 第一章 零售行业发展概述

### 第一节 零售行业的相关概述

#### 一、零售行业的基本概念

#### 二、零售行业模式的发展

#### 三、零售行业营销的特点

### 第二节 生鲜零售行业说明

#### 一、行业作用及地位

#### 二、行业发展条件

#### 三、行业经营模式

### 第三节 生鲜零售行业产业链分析

#### 一、产业链结构分析

#### 二、与上下游行业之间的关联性

#### 三、行业产业链上游发展现状及影响分析

#### 四、行业产业链下游发展现状及影响分析

## 第二章 中国生鲜零售行业发展环境分析

### 第一节 全球经济环境分析

#### 一、全球宏观经济形势

#### 二、全球贸易环境

#### 三、全球经济环境对行业发展的影响

### 第二节 行业经济环境分析(e)

#### 一、宏观经济形势分析

#### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析(s)

#### 一、生鲜零售产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、生鲜零售产业发展对社会发展的影响

#### 第四节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业未来规划

### 第三章 全球生鲜零售运行状况分析

#### 第一节 全球生鲜零售市场总体情况分析

一、全球生鲜零售行业的发展概况及特点

二、全球生鲜零售市场结构

三、全球生鲜零售行业竞争格局

四、全球生鲜零售市场区域分布

#### 第二节 主要国家生鲜零售发展情况

一、美国生鲜零售发展现状

二、日本生鲜零售发展现状

三、英国生鲜零售发展现状

#### 第三节 国外生鲜零售经营特征

一、连锁化程度分析

二、营销手段分析

三、服务功能分析

#### 第四节 生鲜零售业态分析

一、超市

二、购物中心

三、百货店

#### 四、专卖店

### 第二部分 行业深度分析

## 第四章 中国生鲜零售行业运行现状分析

### 第一节 中国生鲜零售行业发展现状分析

#### 一、行业发展阶段

#### 二、行业发展总体概况

#### 三、行业发展特点分析

#### 四、传统生鲜零售商目前面临的痛点

##### 1、店铺难监管

##### 2、成本难计算

##### 3、变价难同步

### 第二节 2019-2023年生鲜零售行业市场运行现状

#### 一、行业市场规模分析

#### 二、行业资产规模分析

#### 三、行业市场发展特点

### 第三节 2019-2023年生鲜零售行业经营情况

#### 一、行业销售量

#### 二、行业销售额

##### 1、线上交易额分析

##### 2、线下销售额分析

#### 三、行业利润总额

### 第四节 2019-2023年中国生鲜零售行业企业分析

#### 一、企业数量变化分析

#### 二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 中国生鲜零售市场价格走势分析

一、生鲜零售市场定价机制组成

二、生鲜零售价格影响因素

三、2019-2023年生鲜零售价格走势分析

四、2024-2029年生鲜零售价格走势预测

第五章 中国生鲜市场需求情况分析

第一节 中国生鲜市场需求影响因素分析

一、居民食品消费结构变化

二、居民对生鲜食品的认识度变化

三、生鲜食品营养价值因素

第二节 中国生鲜市场供需分析

一、中国生鲜市场需求规模分析

二、中国生鲜市场供给能力分析

三、中国生鲜市场供需平衡分析

第三节 中国生鲜电商行业发展分析

一、生鲜电商行业发展现状

二、生鲜电商行业交易规模分析

三、生鲜电商运营模式分析

四、生鲜电商行业发展趋势分析

1、源头把控趋势

2、冷链物流趋势

3、轻库存趋势

4、体验创新趋势

5、资源整合趋势

6、数字融合趋势

五、生鲜电商面临的挑战与机遇

第六章 生鲜零售行业消费者行为分析

第一节 生鲜线上消费主体分析

一、消费者年龄结构分析

二、消费者性别比例分析

三、消费者家庭水平分析

四、消费者学历水平分析

第二节 消费者行为特征分析

一、消费者购买频率

二、消费者重复购买指数

三、消费者购买单笔额度

第三节 线上消费者购买满意度分析

一、产品质量安全满意度

二、产品物流保鲜满意度

三、产品服务态度满意度

第四节 消费者购买关注因素分析

一、品牌知名度

二、产品价格

三、产品质量

四、购买渠道

第三部分 市场全景调研

第七章 生鲜新零售行业产业链结构分析

## 第一节 生鲜新零售行业产业链分析

### 一、产业链结构分析

### 二、主要环节的增值空间

### 三、产业价值链条的构成

### 四、产业链条的竞争优势与劣势分析

## 第二节 生鲜新零售场景圈发展分析

### 一、办公室便利货架/货柜

### 二、自助贩售机

### 三、社区生鲜便利店

### 四、生鲜超市+餐饮

### 五、生鲜配送平台

## 第三节 生鲜新零售第三方服务发展分析

### 一、软件及系统服务

### 二、大数据应用

### 三、云服务

## 第八章 中国新零售行业发展概况及机遇

### 第一节 新零售的发展概况

#### 一、新零售的定义及内容

#### 二、新零售的驱动因素

##### 1、需求变化

##### 2、技术变化

#### 三、新零售渠道品类的特性

##### 1、便宜

##### 2、便利

### 3、特色

#### 四、零售新品类的主要特征

- 1、品类化
- 2、已在成熟市场得到验证
- 3、被年轻一代喜欢
- 4、得到了新技术、新商业模式的赋能

#### 第二节 “新零售”与传统零售的区别与联系

- 一、实现实体与虚拟深度融合
- 二、以消费者为中心
- 三、利润来自商品和服务的增值
- 四、全供应链数字化

#### 第三节 新零售发展机遇分析

##### 一、政策端：推动实体零售创新转型，新零售成为风口

- 1、政策大力推动实体零售转型
- 2、新零售成零售转型的突破口
- 3、政策端给新零售带来的发展机遇

##### 二、需求端：新零售有效解决消费需求变化引起的痛点

- 1、消费习惯产生变革，竞争回归零售的本质
- 2、消费需求发生变化引起的产业痛点有待破解
- 3、针对产业痛点，线下价值被重新审视与挖掘
- 4、消费升级浪潮袭来促使新零售重视线下渠道
- 5、需求端给新零售带来的发展机遇

##### 三、竞争端：线上线下由竞争转向融合，新零售成桥梁

- 1、线上零售增速放缓，线下冲击仍未消除



2、线下模式具有最后一公里的区位优势

3、由割裂敌对到融合：新零售带来变革

4、竞争端给新零售带来的发展机遇

四、技术端：信息技术充分发展为新零售提供强大保障

1、云计算和物联网等技术提供廉价可用的硬件基础

2、大数据和人工智能等技术提供可靠高效的软件基础

3、众多技术的发展，共同颠覆零售行业的商业形态

4、消费升级的大趋势下，消费体验倒逼产业技术升级

5、技术端给新零售带来的发展机遇

第四节 新零售对生鲜零售行业的影响

第四部分 行业竞争格局

第九章 生鲜零售行业区域市场发展分析

第一节 北京

一、北京生鲜零售行业发展概况

二、北京生鲜市场需求规模分析

三、北京生鲜线上、线下零售额

四、北京生鲜零售行业市场规模

五、北京线上生鲜零售覆盖区域分析

第二节 上海

一、上海生鲜零售行业发展概况

二、上海生鲜市场需求规模分析

三、上海生鲜线上、线下零售额

四、上海生鲜零售行业市场规模

五、上海线上生鲜零售覆盖区域分析

### 第三节 深圳

- 一、深圳生鲜零售行业发展概况
- 二、深圳生鲜市场需求规模分析
- 三、深圳生鲜线上、线下零售额
- 四、深圳生鲜零售行业市场规模
- 五、深圳线上生鲜零售覆盖区域分析

### 第四节 广州

- 一、广州生鲜零售行业发展概况
- 二、广州生鲜市场需求规模分析
- 三、广州生鲜线上、线下零售额
- 四、广州生鲜零售行业市场规模
- 五、广州线上生鲜零售覆盖区域分析

### 第五节 武汉

- 一、武汉生鲜零售行业发展概况
- 二、武汉生鲜市场需求规模分析
- 三、武汉生鲜线上、线下零售额
- 四、武汉生鲜零售行业市场规模
- 五、武汉线上生鲜零售覆盖区域分析

### 第六节 杭州

- 一、杭州生鲜零售行业发展概况
- 二、杭州生鲜市场需求规模分析
- 三、杭州生鲜线上、线下零售额
- 四、杭州生鲜零售行业市场规模
- 五、杭州线上生鲜零售覆盖区域分析

## 第七节 成都

- 一、成都生鲜零售行业发展概况
- 二、成都生鲜市场需求规模分析
- 三、成都主要生鲜线上、线下零售额
- 四、成都生鲜零售行业市场规模
- 五、成都线上生鲜零售覆盖区域分析

## 第十章 生鲜零售行业竞争分析

### 第一节 行业五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 行业swot分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

### 第三节 生鲜零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

### 第四节 中国生鲜零售行业竞争格局综述

- 一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业产品竞争格局

第五节 中国生鲜零售行业竞争策略分析

一、价格竞争策略

二、差异化策略

三、多样化策略

三、服务细化策略

第十一章 生鲜零售行业领先企业分析

第一节 山西美特好连锁超市股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第二节 华润万家有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第三节 沃尔玛(中国)投资有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第四节 上海大润发有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第五节 麦德龙股份公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第六节 家乐福集团

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第七节 永辉超市股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第八节 上海天天鲜果电子商务有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第九节 中粮悠采厨房食品(上海)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第十节 上海盒马网络科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业生鲜销售规模分析
- 四、企业销售模式分析
- 五、企业线上布局分析
- 六、企业发展趋势分析

#### 第十一节 上海易果电子商务有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业生鲜销售规模分析
- 四、企业销售模式分析
- 五、企业线上布局分析
- 六、企业发展趋势分析

#### 第五部分 投资发展前景

#### 第十二章 2024-2029年生鲜零售行业投资发展前景

##### 第一节 中国生鲜零售行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利模式分析
- 三、影响行业的盈利因素分析

##### 第二节 2024-2029年生鲜零售行业投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

##### 第三节 2024-2029年生鲜零售行业发展前景预测

一、2024-2029年生鲜零售行业交易规模预测

二、2024-2029年生鲜零售行业线上比重预测

#### 第四节 中国生鲜零售行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

### 第十三章 生鲜零售行业投资发展战略研究

#### 第一节 生鲜零售行业竞争战略研究

一、成本领先战略

二、蓝海战略

三、差异化战略

四、品牌经营战略

五、目标集聚战略

六、成本领先和目标集聚混合战略

#### 第二节 对中国生鲜零售行业品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

#### 第三节 生鲜零售行业投资战略及建议

一、2024-2029年企业投资战略

二、2024-2029年行业投资方式建议



### 三、2024-2029年行业投资方向建议

#### 图表目录

图表：生鲜零售行业生命周期

图表：生鲜零售行业产业链结构

图表：2019-2023年国民经济运行情况分析

图表：2019-2023年消费价格指数cpi、ppi分析

图表：2019-2023年全国居民收入情况解读

图表：2019-2023年社会消费品生鲜零售总额分析

图表：2019-2023年贸易进出口总额分析

图表：2019-2023年生鲜零售行业零售总额分析

图表：2019-2023年生鲜零售行业利润总额分析

图表：2019-2023年生鲜零售行业线上线下收入占比分析

图表：2019-2023年生鲜零售企业数量变化分析

图表：2019-2023年生鲜零售行业不同规模企业结构分析

图表：2019-2023年生鲜零售行业不同所有制企业结构分析

图表：2019-2023年生鲜零售价格走势分析

图表：2024-2029年生鲜零售价格走势预测

图表：2019-2023年中国人均服装消费额分析

图表：2019-2023年中国服装市场消费规模分析

图表：2019-2023年中国人均女装消费额分析

图表：2019-2023年百货商场服装品牌入驻结构

图表：2019-2023年百货商场生鲜零售利润分配比例

图表：2019-2023年线上生鲜零售总额分析

图表：2024-2029年生鲜零售市场规模预测

图表：2024-2029年中国生鲜零售行业企业数量预测

图表：2024-2029年中国生鲜零售行业产量预测

图表：2024-2029年中国生鲜零售市场销量预测

图表：2024-2029年中国生鲜零售行业需求预测

**把握投资 决策经营！**

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210422/208134.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)