中国食品电商行业发展分析及投资战略研究咨询报告(2026-2031版)

报告简介

近年来，恰逢电子商务和网络购物的大好时代，食品的B2C电商和手机APP业务实现了快速发展。以大数据、云计算、虚拟现实、人工智能等为代表的新一代信息技术和网络技术快速发展，持续为数字经济、电子商务的创新发展提供支持，构建新的商业模式，酝酿新的应用突破。

食品电商领域发展最好的就是休闲零食如三只松鼠，百草味等干果类产品，具有易保存的特点。生鲜类电商比零食类电商的挑战更大，主要问题在于要做到保鲜，便捷，快速的特点，因此供应链问题是生鲜电商的重点。

近年来，生鲜电商因相对较低的线上渗透率，被视为电商领域的最后一片蓝海。据不完全统计，生鲜电商“起风”7年，上千亿元的资金疯狂涌入，仅仅是2018年，国内22家明星生鲜电商就拿到了120亿元投资。2019年，每日优鲜等平台也开启新一轮融资。

经过近几年的“烧钱”和野蛮生长后，行业经历多次洗牌，有出局者，也有不少入局者。2019年以来，生鲜电商“伤亡”惨重，几乎每个月都有坏消息传出，不少玩家悄无声息地离开了战场。

今年以来，突发的疫情让许多传统行业“停摆”，但生鲜电商却逆势翻盘。据悉，疫情之下，大量用户涌入生鲜电商平台，让行走在困境边缘的生鲜电商绝处逢生，迎来了发展契机。

目前，除了每日优鲜、苏宁生鲜、盒马鲜生、叮咚买菜等大平台之外，新的生鲜电商平台也越来越多。天眼查专业版数据显示，截至8月25日，以工商登记为准，我国今年共成立1.2万家生鲜电商相关企业，较去年同比增长21.2%。

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、中国电子商务协会、中国食品工业协会、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，对中国食品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，并重点分析了中国食品电商行业发展状况和特点，以及中国食品电商行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球食品电商行业发展态势作了详细分析，并对食品电商行业进行了趋向研判，是食品电商经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前食品电商行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国食品电商行业发展环境

第一节 政策环境

一、促进信息消费拓展电子商务发展空间

二、商务部多措并举推进农产品电商发展

三、实施支持跨境电子商务零售出口有关政策

四、《中华人民共和国电子商务法》

第二节 经济环境

一、国际宏观经济环境分析

二、国内宏观经济环境分析

三、社会消费品零售总额

四、全国固定资产投资

五、规模以上工业增加值

第三节 社会环境

一、城乡居民收入分析

二、中国居民恩格尔系数

三、年居民消费价格变动

四、第三方移动支付市场分析

五、第三方支付需解决安全问题

第四节 技术环境

一、电子商务技术

二、食品加工技术

三、食品冷链物流技术与设备

第二章 国际食品电商发展分析

第一节 全球电子商务发展分析

一、2021-2026年全球电子商务市场规模

二、2021-2026年全球b2c电商市场情况

三、中美日三国电商市场对比分析

四、全球电子商务发展趋势分析

五、发达国家农产品电商市场概述

第二节 世界部分国家食品电商市场现状分析

一、美国食品零售电商运营模式分析

二、德国加强网购食品安全监管

三、英国水产品电商渠道发展潜力

四、俄罗斯有机食品网购发展态势

第三节 国外食品电商案例分析

一、短暂的生命webvan

二、farmigo创新模式分析

三、生鲜电商local harvest

四、ocado运营模式解析

五、argos的混合模式

六、其他生鲜电商成功案例

第二部分 市场深度调研

第三章 中国食品电商行业发展分析

第一节 食品电商行业现状分析

一、食品电商模式简述

二、2021-2026年食品网购市场分析

三、食品电商消费人群分析

四、2021-2026年食品电商市场特征

五、农产品电商现阶段发展特征

第二节 中国食品电商市场竞争格局

一、食品电商市场竞争主体

二、食品电商市场竞争态势

三、各方优质资源竞争食品电商

四、垂直食品电商驱动市场发展

第三节 食品电商对传统市场的影响

一、电子商务改变利益格局

二、食品电商冲击传统商超

三、精品超市有效对抗电商

四、传统渠道应重视消费体验

五、传统渠道应对电商挑战的方法

第四节 食品电子商务价值链分析

一、电子商务价值链模型分析

二、电子商务的价值链创造

三、电子商务促进零售业价值链发展

四、农产品电商价值链存在的问题

第五节 食品电商行业存在的问题及对策

一、食品电商产品质量难保证

二、食品电商监管困难

三、农产品电商发展困境

四、加强食品电商监管对策

五、农产品电商困境解决之道

第四章 食品电商商业模式解读

第一节 食品电商商业模式简述

一、食品电商商业模式分类

二、食品电商主流经营业态

三、食品电商供应链管理模式

第二节 综合电商平台

一、新规规定食品电商平台义务

二、重点综合电商平台分析

三、核心竞争力

第三节 垂直化电商

一、三种垂直化电商模式解析

二、食品垂直电商竞争加剧

三、未来发展重点

第四节 食品宅配

一、食品宅配当前市场特点

二、配送方式分析

三、食品宅配面临的障碍

四、亟需解决的问题

五、未来发展方向

第五节 传统商超电商化

一、传统超市电商化必要性分析

二、传统超市开设电商渠道

三、传统超市的电商化路径

四、沃尔玛电商发展分析

第六节 生产商入驻电商平台模式

一、雨润开拓自主电商品牌

二、五芳斋电商渠道分析

三、良品铺子o2o运营模式

四、加一覆盖全渠道o2o

第五章 重点食品电商平台运营模式解析

第一节 一号店

一、2021-2026年业绩简析

二、竞争优势分析

三、入驻上海自贸区

四、一号店联手沃尔玛

五、一号店大数据战略

六、发展战略

第二节 顺丰优选

一、发展布局

二、地域扩张

三、运营模式

四、借势顺丰速递

五、冷链与电商反哺顺丰

第三节 中粮我买网

一、全国布局历程

二、“海外直采”战略

三、信息化实施策略

四、移动化建设

五、采购及配送管理

六、后台变革

第四节 沱沱工社

一、全产业链模式

二、农业精细化管理模式

三、物联网打造有机农场

四、全程冷链配送

第五节 本来生活

一、买手制分析

二、推广模式

三、打造线下体验馆

四、联手餐饮企业

第六节 甫田网

一、发展历程

二、供货管理

三、存储配送管理

第六章 食品电商营销模式分析

第一节 会员营销

一、会员营销概述

二、会员营销体系

三、会员营销操作方法

四、会员营销步骤

第二节 搜索引擎营销

一、搜索引擎营销服务方式

二、搜索引擎营销的内容

三、搜索引擎营销的特点

四、搜索引擎营销的重要性

五、搜索引擎营销的现状

第三节 社会化媒体营销

一、社会化媒体营销的特点

二、社交媒体营销的优势

三、社交媒体的作用

四、社会化媒体营销的误区

五、使用社交媒体的策略

第四节 新闻事件营销

一、事件营销的基本原则

二、事件营销特性

三、如何做好事件营销

四、事件营销的要求

第五节 软文营销

一、软文营销的基本要素

二、软文营销的作用

三、软文营销的技巧

四、软文营销推广方法

第三部分 市场全景调研

第七章 食品电商相关行业之电子商务业分析

第一节 中国电子商务市场分析

一、2021-2026年电子商务市场规模

二、食品电商运行特点

第二节 中国电子商务行业重点区域分析

一、区域发展概况

二、广东省

三、江苏省

四、浙江省

五、上海市

六、北京市

七、山东省

第三节 中国电子商务市场竞争格局

一、国内电商市场份额

二、中国电商市场格局

三、电商平台积极布局低线市场

四、o2o改变现有电商格局

第四节 电子商务商业模式分析

一、b2b

二、b2c

三、c2c

四、o2o

五、综合电商与垂直电商对比

第五节 中国电子商务行业发展困境与措施

一、阻碍电子商务发展的因素

二、电子商务发展存在的问题

三、促进电商行业发展的措施

四、中国电子商务发展策略

第六节 中国电子商务未来发展前景及趋势

一、中国电子商务行业前景展望

二、电子商务细分市场规模预测

三、电子商务市场发展方向

四、电子商务市场发展趋势

第八章 食品电商相关行业之食品物流分析

第一节 中国物流行业发展现状

一、物流行业运行特征

二、2021-2026年物流业运行简况

三、政策支持物流业良性发展

四、快递行业业务规模分析

五、电商物流模式分析

第二节 中国食品物流发展分析

一、食品物流行业的作用

二、发展食品物流的必要性

三、食品行业物流成本分析

四、中国食品物流发展现状

五、多方竞争中国食品物流市场

第三节 中国食品冷链物流发展分析

一、冷链物流产业链概述

二、食品冷链物流政策动态

三、中国冷链物流设施建设升温

四、食品冷链物流管理新规试点

五、中国食品冷链物流存在的问题

六、中国食品冷链物流发展对策

第四节 中国食品物流存在问题及发展策略

一、食品物流行业发展瓶颈

二、制约食品物流发展因素分析

三、食品物流行业发展策略

第九章 食品电商相关行业之食品工业分析

第一节 中国食品行业发展现状

一、食品行业运行状况

二、食品行业发展特点

三、食品重点行业运行情况

四、食品行业盈利模式分析

五、战略合作模式解析

第二节 中国食品市场发展态势

一、中国食品市场特点

二、2021-2026年食品进出口统计

三、2021-2026年食品行业价格走势分析

四、2026-2031年食品价格走势预测

第三节 食品行业细分市场分析

一、肉制品

二、乳制品

三、食用油

四、调味品

五、方便食品

六、休闲食品

七、绿色食品

第四节 中国食品行业发展面临的问题及对策

一、传统食品工业面临的挑战

二、食品质量安全问题严峻

三、发展食品工业措施建议

四、解决食品安全问题的对策

第五节 中国食品行业前景预测及发展趋势

一、2026-2031年中国食品制造业预测分析

二、中国食品行业未来消费趋势

三、中国食品工业发展趋势分析

第十章 生鲜电商市场分析

第一节 生鲜电商行业综述

一、生鲜电商发展历程

二、生鲜电商产品分类

三、生鲜电商行业特点分析

四、发展生鲜电商的意义

五、生鲜电商市场驱动因素分析

第二节 生鲜电商市场分析

一、2021-2026年生鲜电商市场规模分析

二、生鲜电商市场发展形势

第三节 生鲜电商商业模式解读

一、国外生鲜电商模式介绍

二、生鲜电商主要发展模式

三、典型生鲜电商运营模式分析

四、平台模式与垂直模式对比

五、o2o模式分析

第四节 生鲜电商面临的问题及措施

一、生鲜电商的困境

二、发展生鲜电商存在的困难

三、冷链物流阻碍生鲜电商发展

四、拓展生鲜电商市场的对策建议

五、生鲜电商行业发展措施

第五节 生鲜电商发展趋势分析

一、生鲜电商未来发展方式

二、生鲜电商未来规模预测

三、中国生鲜电商行业发展研判

第四部分 竞争格局分析

第十一章 2026-2031年食品电商行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、食品电商行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、食品电商行业swot分析

1、食品电商行业优势分析

2、食品电商行业劣势分析

3、食品电商行业机会分析

4、食品电商行业威胁分析

第二节 食品电商行业竞争格局分析

一、产品竞争格局

二、企业竞争格局

三、品牌竞争格局

第三节 食品电商行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第十二章 食品电商行业领先企业经营分析

第一节 好想你

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第二节 三只松鼠

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第三节 良品铺子

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第四节 鲜易网

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第五节 每日优鲜

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第六节 易果生鲜

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第七节 有粮网

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第八节 中华粮网

一、企业发展概况

二、线上交易规模

三、电商网络建设

四、企业竞争优势

五、企业发展动态

第五部分 发展前景展望

第十三章 中国食品电商热点市场分析

第一节 进口食品

一、进口食品电商成“蓝海”

二、国内进口食品市场持续扩张

三、食品电商抢占进口食品货源

四、进口食品网购安全问题

第二节 绿色食品

一、有机食品发展电商的意义

二、有机食品电商模式分析

三、有机食品青睐电商模式

四、o2o成有机食品电商新选择

五、黑龙江绿色食品电商化分析

六、绿色食品电商存在的问题

第三节 休闲食品

一、2021-2026年休闲食品电商市场分析

二、休闲食品电商的重要意义

三、休闲食品电商模式创新

四、休闲食品电商拓展方向

第四节 保健品

一、保健品行销模式变革

二、保健品电商运营模式

三、保健品电商营销模式对比

四、保健品电商发展要素

五、保健品行业电子商务趋势

第五节 特色食品电商

一、特色食品的差异化竞争优势

二、特色食品重点电商平台分析

三、特色食品电商选择原则

四、发展特色食品电商的意义

五、特色食品电商存在的问题

六、特色食品电商发展建议

第十四章 中国食品电商航运发展趋势及投资发展建议

第一节 2026-2031年食品电商市场发展趋势预测

一、2026-2031年食品电商行业发展趋势

1、互联网技术发展趋势

2、大数据应用趋势

3、食品物流发展趋势

二、2026-2031年细分产业发展趋势预测

第二节 2026-2031年食品电商市场空间预测

一、食品电商行业市场交易规模预测

二、食品电商行业用户数量预测

三、食品电商平台数量预测

第三节 研究结论及发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：食品电商行业生命周期

图表：食品电商行业产业链结构

图表：2021-2026年社会消费品零售总额

图表：2021-2026年全国固定资产投资

图表：2021-2026年规模以上工业增加值

图表：2021-2026年城乡居民收入分析

图表：2021-2026年中国居民恩格尔系数

图表：2021-2026年居民消费价格变动

图表：2021-2026年第三方移动支付市场规模

图表：2021-2026年全球电子商务市场规模

图表：2021-2026年电子商务市场规模

图表：2021-2026年物流业运行简况

图表：2021-2026年快递行业业务规模分析

图表：2021-2026年食品进出口统计

图表：2021-2026年食品行业价格走势

图表：2026-2031年食品价格走势预测

图表：2021-2026年生鲜电商市场规模分析

图表：2026-2031年食品电商行业市场交易规模预测

图表：2026-2031年食品电商行业用户数量预测

图表：2026-2031年食品电商平台数量预测

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：211953

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20210526/211953.shtml

在线订购：点击这里