

# 2017-2023年中国生鲜电商行业市场供需预测及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国生鲜电商行业市场供需预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/324997.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

称生鲜电商，指用电子商务的手段在互联网上直接销售生鲜类产品，如新鲜水果、蔬菜、生鲜肉类等。生鲜电商随着电子商务的发展大趋势而发展。2012年被视为生鲜电商发展的元年。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 中国生鲜电商行业发展策略分析

##### 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态势

#### 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分析

### 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 前景预测
- 7.2 蔬菜市场分析
  - 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 前景预测
- 7.3 水果市场分析
  - 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 前景预测
- 7.4 肉制品市场分析
  - 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 前景预测
- 7.5 乳制品市场分析
  - 7.5.1 运行特征
  - 7.5.2 市场规模
  - 7.5.3 价格走势
  - 7.5.4 竞争态势
  - 7.5.5 发展隐忧
  - 7.5.6 前景预测



## 7.6 水产品市场分析

### 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 竞争态势

### 7.6.6 前景预测

## 第八章 2014-2016年生鲜电商产业链下游物流市场分析

### 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分析

#### 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风险分析

#### 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策略分析

#### 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前景预测

### 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 进口生鲜电商前景预测

#### 12.3.4 生鲜农产品电商前景预测

## 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年全国一般公共财政收入

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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/324997.html>