

2020-2025年中国生鲜电商行业深度分析及投资规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国生鲜电商行业深度分析及投资规划研究建议报告》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/486832.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

生鲜产品电子商务，简称生鲜电商，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。

2017年，中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元，同比增长59.7%。

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1章：中国生鲜电商行业发展综述

1.1 生鲜电商行业概述

1.1.1 生鲜电商定义及分类

1.1.2 生鲜电商市场结构分析

(1)行业产品结构分析

(2)行业区域结构分析

1.2 生鲜电商行业发展背景分析

1.2.1 政策端：政策强调大力发展农产品网上交易

1.2.2 需求端：刚需高频商品特性及消费需求升级

1.2.3 供应端：农产品标准化生产水平提高

1.2.4 竞争端：生鲜电商参与主体不断丰富

(1)互联网巨头搅局

(2)传统零售商转型加入

(3)社区电商耕耘改进

(4)其他中小玩家涉水

1.2.5 技术端一：生鲜行业技术壁垒阶段性突破

1.2.6 技术端二：新零售和大数据为市场注入动力

1.3 生鲜电商行业破局关键因素分析

1.3.1 生鲜电商行业常见的问题分析

(1)生鲜难以保存，运输中容易损耗

(2)生鲜商品的配送时间要求高

(3)物流成本高昂

(4)产品标准化低，老百姓意识尚待提高

1.3.2 生鲜电商行业破局关键因素分析

(1)用户群：怎样培育用户消费习惯

(2)质量：产品标准和品质很难把控

(3)供应链与物流：如何解决高成本的配送

(4)盈利：怎样改善捉襟见肘的收入状况

1.3.3 生鲜电商行业破局的策略分析

(1)强化供应链支撑

(2)完善物流配送体系

(3)优化用户体验

1.4 生鲜电商行业发展新势力分析

1.4.1 新势力一：社区便利店

1.4.2 新势力二：社区拼团

1.4.3 新势力三：前置仓模式

(1)前置仓模式发展背景

(2)前置仓模式特点分析

(3)前置仓模式对行业贡献

(4)前置仓模式应用情况

(5)前置仓模式发展前景

第2章：中国生鲜电商行业发展状况分析

2.1 中国生鲜电商行业发展概况分析

2.1.1 中国生鲜电商行业发展历程分析

2.1.2 中国生鲜电商行业状态描述总结

2.1.3 中国生鲜电商行业经济特性分析

2.1.4 中国生鲜电商行业发展特点分析

2.2 中国生鲜电商行业供需情况分析

2.2.1 中国生鲜电商行业供给情况分析

2.2.2 中国生鲜电商行业需求情况分析

(1)生鲜电商渗透率

(2)生鲜电商市场规模

2.2.3 中国生鲜电商行业盈利水平分析

2.3 中国生鲜电商行业市场竞争分析

2.3.1 中国生鲜电商行业竞争格局分析

(1)行业竞争层次分析

(2)行业竞争格局分析

2.3.2 中国生鲜电商行业五力模型分析

(1)行业现有竞争者分析

(2)行业潜在进入者威胁

(3)行业替代品威胁分析

(4)行业供应商议价能力分析

(5)行业购买者议价能力分析

(6)行业竞争情况总结

2.4 生鲜电商行业产业链市场分析

2.4.1 生鲜电商行业产业链概况

(1)生鲜电商行业产业链介绍

(2)生鲜电商行业上游介绍

(3)生鲜电商行业中游介绍

(4)生鲜电商行业下游介绍

2.4.2 农产品供应市场分析

2.4.3 农产品批发和零售市场分析

2.4.4 冷链物流市场分析

2.5 中国互联网巨头生鲜电商布局分析

2.5.1 阿里系生鲜电商布局分析

2.5.2 京东系生鲜电商布局分析

2.5.3 腾讯系生鲜电商布局分析

2.5.4 百度系生鲜电商布局分析

第3章：生鲜电商行业细分产品市场分析

3.1 生鲜电商品类需求结构分析

3.2 水果类生鲜电商市场分析

3.2.1 水果生鲜电商的特点分析

3.2.2 水果生鲜电商应用需求分析

3.2.3 水果生鲜电商市场规模分析

3.2.4 水果生鲜电商竞争格局分析

3.2.5 水果生鲜电商市场前景预测

3.3 蔬菜类生鲜电商市场分析

3.3.1 蔬菜生鲜电商的特点分析

3.3.2 蔬菜生鲜电商应用需求分析

3.3.3 蔬菜生鲜电商市场规模分析

3.3.4 蔬菜生鲜电商竞争格局分析

3.3.5 蔬菜生鲜电商市场前景预测

3.4 水产类生鲜电商市场分析

3.4.1 水产生鲜电商的特点分析

3.4.2 水产生鲜电商应用需求分析

3.4.3 水产生鲜电商市场规模分析

3.4.4 水产生鲜电商竞争格局分析

3.4.5 水产生鲜电商市场前景预测

3.5 肉类生鲜电商市场分析

3.5.1 肉类生鲜电商的特点分析

3.5.2 肉类生鲜电商应用需求分析

3.5.3 肉类生鲜电商市场规模分析

3.5.4 肉类生鲜电商竞争格局分析

3.5.5 肉类生鲜电商市场前景预测

3.6 其他品类生鲜电商市场分析

3.6.1 其他品类生鲜电商的特点分析

3.6.2 其他品类生鲜电商应用需求分析

3.6.3 其他品类生鲜电商市场规模分析

3.6.4 其他品类生鲜电商竞争格局分析

3.6.5 其他品类生鲜电商市场前景预测

第4章：中国生鲜电商商业模式发展分析

4.1 生鲜电商商业模式的关键字眼分析

4.1.1 生鲜电商商业模式的关键字眼-重资产

4.1.2 生鲜电商商业模式的关键字眼-线下

4.1.3 生鲜电商商业模式的关键字眼-流量

4.1.4 生鲜电商商业模式的关键字眼-物流

4.1.5 生鲜电商商业模式的关键字眼-供应链

4.1.6 生鲜电商商业模式的关键字眼-库存

4.1.7 生鲜电商商业模式的关键字眼-盈利

(1)行业整体盈利情况怎样

(2)客单价和日均单量做到多少，企业才能盈利

4.1.8 生鲜电商商业模式的关键字眼-位置

4.2 生鲜电商商业模式类型分析

4.2.1 生鲜电商商业模式分类依据

4.2.2 生鲜电商商业模式类型分析

4.2.3 生鲜电商模式成功/失败类型汇总

(1)成功案例汇总

(2)阵亡名单汇总

4.3 综合平台型商业模式分析

4.3.1 综合平台型商业模式的特点分析

4.3.2 综合平台型商业模式的切入方法

4.3.3 综合平台型商业模式的发展现状

4.3.4 综合平台型商业模式的典型案例

4.3.5 综合平台型商业模式的盈利模式

4.3.6 综合平台型商业模式的竞争格局

4.3.7 综合平台型商业模式的发展前景

4.4 垂直电商型商业模式分析

4.4.1 垂直电商型商业模式的特点分析

4.4.2 垂直电商型商业模式的切入方法

4.4.3 垂直电商型商业模式的发展现状

4.4.4 垂直电商型商业模式的典型案例

4.4.5 垂直电商型商业模式的盈利模式

4.4.6 垂直电商型商业模式的竞争格局

4.4.7 垂直电商型商业模式的发展前景

4.5 农场直销型商业模式分析

4.5.1 农场直销型商业模式的特点分析

4.5.2 农场直销型商业模式的切入方法

4.5.3 农场直销型商业模式的发展现状

4.5.4 农场直销型商业模式的典型案例

4.5.5 农场直销型商业模式的盈利模式

4.5.6 农场直销型商业模式的竞争格局

4.5.7 农场直销型商业模式的发展前景

4.6 生鲜O2O商业模式分析

4.6.1 生鲜O2O商业模式的特点分析

4.6.2 生鲜O2O商业模式的切入方法

4.6.3 生鲜O2O商业模式的发展现状

4.6.4 生鲜O2O商业模式的典型案例

4.6.5 生鲜O2O商业模式的盈利模式

4.6.6 生鲜O2O商业模式的竞争格局

4.6.7 生鲜O2O商业模式的发展前景

4.7 社区便利店商业模式分析

4.7.1 社区便利店商业模式的特点分析

4.7.2 社区便利店商业模式的切入方法

4.7.3 社区便利店商业模式的发展现状

4.7.4 社区便利店商业模式的典型案例

4.7.5 社区便利店商业模式的盈利模式

4.7.6 社区便利店商业模式的竞争格局

4.7.7 社区便利店商业模式的发展前景

4.8 生鲜B2B商业模式分析

4.8.1 生鲜B2B商业模式的特点分析

4.8.2 生鲜B2B商业模式的切入方法

4.8.3 生鲜B2B商业模式的发展现状

4.8.4 生鲜B2B商业模式的典型案例

4.8.5 生鲜B2B商业模式的盈利模式

4.8.6 生鲜B2B商业模式的竞争格局

4.8.7 生鲜B2B商业模式的发展前景

4.9 社区拼团商业模式分析

4.9.1 社区拼团商业模式的特点分析

4.9.2 社区拼团商业模式的切入方法

4.9.3 社区拼团商业模式的发展现状

4.9.4 社区拼团商业模式的典型案例

4.9.5 社区拼团商业模式的盈利模式

4.9.6 社区拼团商业模式的竞争格局

4.9.7 社区拼团商业模式的发展前景

4.10 新零售商业模式分析

4.10.1 新零售商业模式的特点分析

4.10.2 新零售商业模式的切入方法

4.10.3 新零售商业模式的发展现状

4.10.4 新零售商业模式的典型案例

4.10.5 新零售商业模式的盈利模式

4.10.6 新零售商业模式的竞争格局

4.10.7 新零售商业模式的发展前景

4.11 传统零售商转型电商模式分析

4.11.1 传统零售商转型电商模式特点分析

- 4.11.2 传统零售商转型电商模式切入方法
- 4.11.3 传统零售商转型电商模式发展现状
- 4.11.4 传统零售商转型电商模式典型案例
- 4.11.5 传统零售商转型电商模式盈利模式
- 4.11.6 传统零售商转型电商模式竞争格局
- 4.11.7 传统零售商转型电商模式发展前景
- 4.12 生鲜电商商业模式趋势预判分析
- 4.12.1 哪一种生鲜电商商业模式更有生命力
- 4.12.2 未来生鲜电商商业模式走向趋势预判

第5章：中国生鲜电商生态圈构造与实施战略分析

- 5.1 生鲜电商生态圈构造分析
 - 5.1.1 生鲜电商生态圈构想思路
 - 5.1.2 生鲜电商生态圈的关键因素
 - (1)生鲜电商生态圈的关键因素-物流配送
 - (2)生鲜电商生态圈的关键因素-支付
 - (3)生鲜电商生态圈的关键因素-平台
 - (4)生鲜电商生态圈的关键因素-供应链
 - (5)生鲜电商生态圈的关键因素-数据
- 5.2 典型生鲜电商企业生态圈构造策略分析
 - 5.2.1 盒马鲜生生态圈构造策略分析
 - 5.2.2 永辉超级物种生态圈构造策略
 - 5.2.3 百果园生态圈构造策略分析
- 5.3 中国生鲜电商生态圈实施战略分析
 - 5.3.1 核心竞争力-清楚行业比拼的是什么？
 - (1)供应链
 - (2)性价比
 - (3)时效性
 - (4)盈利模式
 - 5.3.2 市场定位-定位怎样的客群？
 - 5.3.3 供应链-如何控制产品品质？
 - 5.3.4 成本控制-如何破解成本难题？
 - 5.3.5 获客-怎样利用APP营销?怎样做好线下体验？
 - 5.3.6 支付-怎样优化支付环境？
 - 5.3.7 配送-如何保障产品时效性？

- 5.3.8 运营-怎样精细化运营不同商圈?
- 5.3.9 营销-如何管理粉丝?提高复购率?
- 5.3.10 技术-如何利用互联网技术加强线上/下管理?
- 5.3.11 服务-怎样提高服务品质?
- 5.3.12 品类-怎样逐渐丰富产品形式?
 - (1)要不要做全品类?
 - (2)怎样在现有基础上品类有所突破?

第6章：中国生鲜电商领先企业案例分析

- 6.1 生鲜电商行业企业发展总况
- 6.2 互联网巨头生鲜电商企业分析
 - 6.2.1 阿里盒马鲜生-新零售模式
 - (1)企业发展简况分析
 - (2)企业经营情况分析
 - (3)企业商业模式分析
 - (4)企业生鲜电商业务分析
 - (5)企业市场渠道与网络
 - 6.2.2 京东7FRESH-新零售模式
 - (1)企业发展简况分析
 - (2)企业经营情况分析
 - (3)企业商业模式分析
 - (4)企业生鲜电商业务分析
 - (5)企业市场渠道与网络
 - 6.2.3 美团小象生鲜-新零售模式
 - (1)企业发展简况分析
 - (2)企业经营情况分析
 - (3)企业商业模式分析
 - (4)企业生鲜电商业务分析
 - (5)企业市场渠道与网络
 - 6.2.4 腾讯永辉超级物种-新零售模式
 - (1)企业发展简况分析
 - (2)企业经营情况分析
 - (3)企业商业模式分析
 - (4)企业生鲜电商业务分析
 - (5)企业市场渠道与网络

6.2.5 苏宁苏鲜生-新零售模式

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业生鲜电商业务分析
- (5)企业市场渠道与网络

6.3 其他生鲜电商代表企业分析

6.3.1 每日优选-生鲜O2O

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业生鲜电商业务分析
- (5)企业市场渠道与网络

6.3.2 天天果园-生鲜O2O

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业生鲜电商业务分析
- (5)企业市场渠道与网络

6.3.3 中粮我买网-垂直型电商

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业生鲜电商业务分析
- (5)企业市场渠道与网络

第7章：生鲜电商行业前景预测与投资建议

7.1 生鲜电商行业发展趋势与前景预测（AK ZJH）

7.1.1 行业发展因素分析

7.1.2 行业发展趋势预测

- (1)应用发展趋势
- (2)产品发展趋势
- (3)技术趋势分析
- (4)竞争趋势分析
- (5)市场趋势分析

7.1.3 行业发展前景预测

(1) 生鲜电商总体需求预测

(2) 生鲜电商细分产品需求预测

7.2 生鲜电商行业投资现状与风险分析

7.2.1 行业投资现状分析

7.2.2 行业进入壁垒分析

7.2.3 行业经营模式分析

7.2.4 行业投资风险预警

7.2.5 行业兼并重组分析

7.3 生鲜电商行业投资机会与热点分析

7.3.1 行业投资价值分析

7.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

7.3.3 行业投资热点分析

7.4 生鲜电商行业发展战略与规划分析

7.4.1 生鲜电商行业发展战略研究分析

(1) 战略综合规划

(2) 技术开发战略

(3) 区域战略规划

(4) 产业战略规划

(5) 营销品牌战略

(6) 竞争战略规划

7.4.2 对我国生鲜电商企业的战略思考

7.4.3 中国生鲜电商行业发展建议分析

图表目录：

图表1：生鲜电商定义

图表2：生鲜电商产品分类

图表3：生鲜电商产品结构

图表4：生鲜电商区域结构

图表5：中国生鲜电商发展历程

图表6：2015-2019年中国生鲜电商行业状态描述总结

图表7：2015-2019年中国生鲜电商行业经济特性分析

图表8：2015-2019年中国生鲜电商消费量情况(单位：万吨，%)

图表9：2015-2019年中国生鲜电商市场规模(单位：亿元，%)

图表10：2015-2019年中国生鲜电商行业盈利情况(单位：亿元，%)

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/486832.html>