

# 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>