

# 2020-2026年中国生鲜电商 行业分析与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国生鲜电商行业分析与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202001/150439.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中国生鲜电商市场发展迅速，平均每年保持50%以上的增长率。2016-2019年市场迎来洗牌期，大量中小型生鲜电商或倒闭或被并购，市场遇冷；但与此同时，阿里京东等电商巨头入局，不断加码供应链及物流等基础建设投资，并带来了一系列创新模式，使得生鲜电商市场重振活力。2019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%。2013-2020年中国生鲜电商市场交易规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国生鲜电商行业分析与行业前景预测报告》共六章。首先介绍了生鲜电商行业市场发展环境、生鲜电商整体运行态势等，接着分析了生鲜电商行业市场运行的现状，然后介绍了生鲜电商市场竞争格局。随后，报告对生鲜电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了生鲜电商行业发展趋势与投资预测。您若想对生鲜电商产业有个系统的了解或者想投资生鲜电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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章生鲜电商行业发展现状与运营模式

#### 1.1 生鲜电商行业发展必然性

##### 1.1.1 坚实的线下基础

- (1) 冷库投资不断增加
- (2) 冷藏车市场日益增长
- (3) 制冷设备市场繁荣

##### 1.1.2 优越的电商环境

- (1) 网购网民数量逐年上升
- (2) 网购渗透率日益提升
- (3) 网民消费需求日益升级

##### 1.1.3 良好的经济效益

- (1) 具备一体化运营优势
- (2) 能够形成品牌溢价
- (3) 能够延伸产业链条

#### 1.1.4强劲的技术支撑

(1) 网络技术不断升级

(2) 支付方式快速便捷

#### 1.2 生鲜电商行业的发展规模

##### 1.2.1食品网购交易规模

##### 1.2.2食品网购产品结构

##### 1.2.3生鲜电商交易规模

#### 1.3 生鲜电商行业的竞争格局

##### 1.3.1生鲜电商TOP20排行榜

##### 1.3.2生鲜电商移动端格局

##### 1.3.3生鲜电商平台用户偏好

##### 1.3.4行业潜在进入者威胁

#### 1.4 生鲜电商行业的运营模式

##### 1.4.1综合电商平台模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 境外典型代表

1) Amazon Fresh

2) Ocado

3) Farmigo

4) 乐天

5) MOMO

(4) 国内典型代表

##### 1.4.2垂直电商平台模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 境外典型代表

1) Fresh Direct

2) Relay Foods

3) Oisix

4) 黑猫探险队

(4) 国内典型代表

#### 1.4.3物流企业平台模式

- (1) 模式简介
- (2) 模式优劣势
- (3) 典型代表

#### 1.4.4传统零售平台模式

- (1) 模式简介
- (2) 模式优劣势
- (3) 典型代表

### 1.5 生鲜电商细分市场的研究

#### 1.5.1水果电商市场研究

- (1) 传统水果市场概况
  - 1) 水果市场产量
  - 2) 水果市场销量
  - 3) 水果市场区域分布
- (2) 水果电商市场规模
- (3) 水果电商竞争格局
- (4) 水果电商发展潜力

#### 1.5.2蔬菜电商市场研究

- (1) 传统蔬菜市场概况
  - 1) 蔬菜市场产量
  - 2) 蔬菜市场销量
  - 3) 蔬菜市场区域分布
- (2) 蔬菜电商市场规模
- (3) 蔬菜电商竞争格局
- (4) 蔬菜电商发展潜力

#### 1.5.3海鲜电商市场研究

- (1) 传统海鲜市场概况
  - 1) 海鲜市场产量
  - 2) 海鲜市场销量
  - 3) 海鲜市场区域分布
- (2) 海鲜电商市场规模
- (3) 海鲜电商竞争格局

(4) 海鲜电商发展潜力

#### 1.5.4奶制品电商市场研究

(1) 传统奶制品市场概况

1) 奶制品市场产量

2) 奶制品市场销量

3) 奶制品市场区域分布

(2) 奶制品电商市场规模

(3) 奶制品电商竞争格局

(4) 奶制品电商发展潜力

#### 1.5.5冻品肉蛋电商市场研究

(1) 传统冻品肉蛋市场概况

1) 冻品肉蛋市场产量

2) 冻品肉蛋市场销量

3) 冻品肉蛋市场区域分布

(2) 冻品肉蛋电商市场规模

(3) 冻品肉蛋电商竞争格局

(4) 冻品肉蛋电商发展潜力

### 第2章生鲜电商行业核心痛点解决方案

#### 2.1 配送痛点：如何完善冷链物流

##### 2.1.1配送痛点解析

##### 2.1.2现有的冷链物流模式

(1) 自营冷链宅配

(2) 第三方冷链配送

##### 2.1.3配送痛点突破策略

(1) 集中配送解决成本过高问题

(2) 设立智能生鲜自提柜

(3) 共建区域性冷链物流设施

(4) 创建平台内部物流孵化器

(5) 解决消费与成本间的矛盾

(6) 推进冷链物流的智慧应用

(7) 其他配送痛点突破策略

#### 2.1.4痛点突破成功案例

(1) 顺丰优选

(2) 天猫生鲜

#### 2.2 供应痛点：如何有效整合资源

##### 2.2.1供应痛点解析

(1) 生鲜产品供应成本高昂

(2) 非标准化产品影响配送效率

##### 2.2.2供应痛点突破策略

(1) 强化对产品生产的管控

(2) 推行产品标准化、专业化

(3) 品牌化合作保货源品质

(4) 其他供应痛点突破策略

##### 2.2.3痛点突破成功案例

(1) 美味七七

(2) 京东生鲜

#### 2.3 体验痛点：如何培养用户习惯

##### 2.3.1体验痛点解析

##### 2.3.2体验痛点突破策略

(1) 圈住四类核心用户

(2) 完善线上线下服务

(3) 深入社区实现定向宣传

(4) 其他体验痛点突破策略

##### 2.3.3痛点突破成功案例

(1) 本来生活

(2) 天天果园

#### 2.4 发展痛点：如何实现区域扩张

##### 2.4.1发展痛点解析

##### 2.4.2发展痛点突破策略

(1) 横向收购策略

(2) 合理配置产品组合

(3) 强化品牌社群黏性

(4) 其他发展痛点突破策略

## 2.4.3痛点突破成功案例

### (1) 我买网

### (2) 顺丰优选

## 第3章生鲜电商行业用户市场特征分析

### 3.1 生鲜电商用户普及率分析

#### 3.1.1用户生鲜电商使用情况

#### 3.1.2用户生鲜电商使用频率

#### 3.1.3用户使用生鲜电商原因

#### 3.1.4用户不使用生鲜电商原因

### 3.2 生鲜电商用户属性情况分析

#### 3.2.1生鲜电商用户性别属性

#### 3.2.2生鲜电商用户年龄属性

#### 3.2.3生鲜电商用户职业属性

### 3.3 生鲜电商用户消费习惯分析

#### 3.3.1用户生鲜电商购买种类

#### 3.3.2用户生鲜电商购买平台2019年中国生鲜网购用户选择购买平台时最看重的因素数据来源： 公开资料整理

#### 3.3.3 用户生鲜电商配送偏好

### 3.4 半成品食材电商用户使用特征

#### 3.4.1 用户半成品食材购买情况

#### 3.4.2 用户购买半成品食材原因

#### 3.4.3 用户半成品食材购买习惯

#### 3.4.4 用户半成品食材购买频率

## 第4章 生鲜电商平台典型案例分析与解读

### 4.1 生鲜电商平台分类概述

#### 4.1.1 基于资源与运营模式的分类

#### 4.1.2 基于细分市场的平台分类

### 4.2 平台类生鲜电商优秀案例

#### 4.2.1 天猫生鲜

##### (1) 平台概况简介



- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.2.2 京东生鲜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.2.3 亚马逊

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.2.4 1号店

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.2.5 苏宁易购

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

### 4.3 垂直类生鲜电商优秀案例

#### 4.3.1 顺丰优选

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量

- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.3.2 本来生活

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.3.3 我买网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.3.4 沱沱工社

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.3.5 莆田网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.3.6 美味七七

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

#### 4.3.7 菜管家

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

#### 4.3.8 易果生鲜

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

#### 4.3.9 厨易时代

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

### 4.4 传统零售生鲜电商优秀案例

#### 4.4.1 沃尔玛

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

#### 4.4.2 飞牛网

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台盈利模式

## 4.5 水果类生鲜电商优秀案例

### 4.5.1 一米鲜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式

### 4.5.2 许鲜网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式

### 4.5.3 缤果水果

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式

### 4.5.4 天天果园

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

### 4.5.5 依谷网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

### 4.5.6 果酷

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.5.7 果果哒

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.5.8 鲜果蜗牛

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

### 4.6 蔬菜类生鲜电商优秀案例

#### 4.6.1 一亩田

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.2 鲜直达

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.3 天鲜配

- (1) 平台概况简介

- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.4 多利农庄

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.5 尚作有机

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.6 田鲜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.7 美菜网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式

#### 4.6.8 大厨网

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

#### 4.7 生鲜电商平台失败案例研究

##### 4.7.1 物流配送失败案例：谊万家

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

##### 4.7.2 目标人群失败案例：小农女

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

##### 4.7.3 用户习惯失败案例：济南买菜网

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

##### 4.7.4 标准化模式失败案例：福州家百福

(1) 失败平台概述

(2) 失败原因总结

### 第5章 生鲜电商行业发展前景与趋势预测

#### 5.1 生鲜电商行业发展前景预测

##### 5.1.1 行业处于高速发展期

(1) 行业发展阶段判断

(2) 行业发展瓶颈突破

##### 1) 政策扶持促进冷链物流发展

##### 2) 各大电商发力物流体系建设

##### 5.1.2 生鲜电商渗透率预期

(1) 传统渠道市场份额下降

(2) 生鲜电商后发优势明显

(3) 生鲜电商市场渗透率预测

##### 5.1.3 生鲜电商市场规模预期

(1) 生鲜电商市场增速预期

(2) 生鲜电商交易规模预期

#### 5.2 生鲜电商行业发展趋势预测

##### 5.2.1 生鲜电商运营模式趋势

- (1) 生鲜O2O是未来发展方向

- (2) 生鲜电商移动化发展趋势

#### 5.2.2 生鲜电商产品策略趋势

- (1) 生鲜电商产品细分化趋势

- (2) 生鲜电商产品高端化趋势

- (3) 不同类型电商产品差异化趋势

#### 5.2.3 生鲜电商竞争格局趋势

- (1) 巨头压境

- (2) 结盟发展

- (3) 竞争升级

### 第6章 生鲜电商行业投资潜力与策略规划

#### 6.1 生鲜电商行业投资潜力分析

##### 6.1.1 生鲜电商行业现投资热潮

- (1) 电商平台生鲜市场投资情况

- (2) 物流企业生鲜市场投资情况

##### 6.1.2 生鲜电商行业投资推动因素

- (1) 生鲜产品市场空间广阔

- (2) 生鲜产品购买频次很高

- (3) 生鲜电商利润空间很大

#### 6.2 生鲜电商行业投资现状分析

##### 6.2.1 生鲜电商行业投资主体

- (1) 行业投资主体构成

- (2) 各投资主体投资优势

##### 6.2.2 生鲜电商投资切入方式

- (1) 传统企业转战生鲜电商

- (2) 综合电商部署生鲜业务

- (3) 产品企业直接切入电商

- (4) 资本机构投资生鲜电商

##### 6.2.3 生鲜电商成功投资案例

- (1) 今日资本领投“新味”

- (2) 京东投资天天果园



(3) 天使投资生鲜电商Dmall

(4) 其他成功投资案例

### 6.3 生鲜电商行业投资策略规划

#### 6.3.1 生鲜电商模式创新策略

(1) 优化产业链：C2B运营模式

(2) 发展策略：区域化发展

(3) 营销策略：深耕细分市场

#### 6.3.2 生鲜电商产品经营策略

(1) 普通商品领域：传统渠道更具竞争力

(2) 中高端产品：更适合生鲜电商发展

部分图表目录：

图表1：2009年以来中国冷库容量

图表2：2009年以来中国冷库新开工情况

图表3：中国部分在建万吨以上冷库列表

图表4：2005年以来中国冷藏车市场规模增长情况

图表5：2008-2019年烟台冰轮工商业冷冻收入

图表6：2008-2019年大冷股份制冷空调设备收入

图表7：冷藏车用制冷机组市场状况

图表8：2009-2019年中国网购网民数量增长情况

图表9：2009-2019年中国网购渗透率增长情况

图表10：消费者愿意为食品安全支付的溢价

图表11：生鲜电商大大减少了传统渠道中的流通环节

图表12：生鲜电商参与之后的黄瓜流通过程

图表13：沱沱公社的品牌效应

图表14：生鲜农产品采购模式占比

图表15：生鲜农产品不同采购模式毛利率比较

图表16：2009-2019年中国食品网购交易规模增长情况

图表17：2019年中国网购食品产品结构图

图表18：2010-2019年中国生鲜产品电商交易规模增长情况

图表19：2014-2019年中国生鲜电商TOP20排行榜

图表20：2014-2019年中国生鲜电商移动端TOP10排行榜

图表21：生鲜电商平台用户偏好（单位：%）

图表22：综合电商平台类生鲜电商优劣势分析

图表23：垂直电商平台类生鲜电商优劣势分析

图表24：物流企业平台类生鲜电商优劣势分析

图表25：传统零售平台类生鲜电商优劣势分析

图表26：生鲜电商产品配送痛点解析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150439.html>