

# 2022-2028年中国生鲜电商行业市场运营格局及前景战略分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国生鲜电商行业市场运营格局及前景战略分析报告》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.chyxx.com/research/202011/913486.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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。利用互联网将生鲜品通过电商仓库等传统快递方式配送，或是通过到店、到家、社区团购、周期购等模式到达消费者手中。目前生鲜电商模式包括O2O模式、前置仓模式、到店+到家模式、社区团购模式等。2012年被视为生鲜电商发展的元年，目前被业界被认为是电商最后一片蓝海。

### 生鲜电商产业链

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2022-2028年中国生鲜电商行业市场运营格局及前景战略分析报告》共十四章。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：

### 第一章 生鲜电商行业相关概述

#### 1.1 生鲜电商行业定义

#### 1.2 生鲜电商模式分类

##### 1.2.1 综合电商平台

##### 1.2.2 物流电商

##### 1.2.3 食品供应商

##### 1.2.4 垂直电商

##### 1.2.5 农场直销

##### 1.2.6 线下超市

##### 1.2.7 社区O2O

### 第二章 生鲜电商行业市场特点概述

#### 2.1 行业市场概况

##### 2.1.1 行业市场特点

##### 2.1.2 行业市场化程度

##### 2.1.3 行业利润水平及变动趋势

## 2.2 进入本行业的主要障碍

### 2.2.1 资金准入障碍

### 2.2.2 市场准入障碍

### 2.2.3 技术与人才障碍

### 2.2.4 其他障碍

## 2.3 行业的周期性、区域性

### 2.3.1 行业周期分析

#### 1、行业的周期波动性

#### 2、行业产品生命周期

### 2.3.2 行业的区域性

## 第三章 2017-2021年中国生鲜电商行业发展环境分析

### 3.1 生鲜电商行业政治法律环境（P）

#### 3.1.1 行业主管部门分析

#### 3.1.2 行业监管体制分析

#### 3.1.3 行业主要法律法规

#### 3.1.4 相关产业政策分析

#### 3.1.5 行业相关发展规划

### 3.2 生鲜电商行业经济环境分析（E）

#### 3.2.1 国际宏观经济形势分析

#### 3.2.2 中国宏观经济形势分析

### 3.3 生鲜电商行业社会环境分析（S）

#### 3.3.1 居民消费理念

#### 3.3.2 电子商务兴起

#### 3.3.3 网络用户规模

#### 3.3.4 食品安全受关注

#### 3.3.5 城镇化进程

### 3.4 生鲜电商行业技术环境分析（T）

#### 3.4.1 物联网技术的应用

#### 3.4.2 rfid射频识别技术的应用

#### 3.4.3 scm供应链管理技术的应用

#### 3.4.4 gis地理信息系统技术的应用

## 第四章 全球生鲜电商行业发展概述

### 4.1 2017-2021年全球生鲜电商行业发展情况概述

#### 4.1.1 全球生鲜电商行业发展现状

#### 4.1.2 全球生鲜电商行业发展特征

- 4.1.3 全球生鲜电商行业市场规模
- 4.2 2017-2021年全球主要地区生鲜电商行业发展状况
  - 4.2.1 欧洲生鲜电商行业发展情况概述
  - 4.2.2 美国生鲜电商行业发展情况概述
  - 4.2.3 日韩生鲜电商行业发展情况概述
- 4.3 2022-2028年全球生鲜电商行业趋势预测分析
  - 4.3.1 全球生鲜电商行业市场规模预测
  - 4.3.2 全球生鲜电商行业趋势预测分析
  - 4.3.3 全球生鲜电商行业发展趋势分析
- 4.4 全球生鲜电商行业重点企业发展动态分析

## 第五章 中国生鲜电商行业发展概述

- 5.1 中国生鲜电商行业发展状况分析
  - 5.1.1 中国生鲜电商行业发展阶段
  - 5.1.2 中国生鲜电商行业发展总体概况
  - 5.1.3 中国生鲜电商行业发展特点分析
- 5.2 2017-2021年生鲜电商行业发展现状
  - 5.2.1 2017-2021年中国生鲜电商行业市场规模

疫情推动生鲜电商加速发展，生鲜电商市场规模增长迅速。2021年上半年中国生鲜电商交易规模约2362.1亿元，2021年底生鲜电商交易规模约达4658.1亿元，同比增长27.92%。

2014-2021年中国生鲜电商交易规模及增长

资料来源：网经社、智研咨询整理

- 5.2.2 2017-2021年中国生鲜电商行业发展分析
- 5.2.3 2017-2021年中国生鲜电商企业发展分析
- 5.3 中国生鲜电子商务关键环节分析
  - 5.3.1 产品采购与组织
  - 5.3.2 平台建设
  - 5.3.3 品牌建设及营销
  - 5.3.4 服务及物流配送体系
  - 5.3.5 增值服务
- 5.4 中国生鲜电商行业发展瓶颈分析
  - 5.4.1 配送速度
  - 5.4.2 货源及成本
  - 5.4.3 盈利模式
  - 5.4.4 用户习惯及信任
- 5.5 中国生鲜电商行业投资策略分析

### 5.5.1 区域合作

### 5.5.2 本地+农场对接

### 5.5.3 借力电商平台

## 第六章 中国生鲜电商行业细分市场调研

### 6.1 生鲜电商行业细分市场概况

#### 6.1.1 市场细分充分程度

#### 6.1.2 市场细分发展趋势

#### 6.1.3 市场细分战略研究

#### 6.1.4 细分市场结构分析

### 6.2 水果电商市场

#### 6.2.1 市场发展现状概述

#### 6.2.2 行业市场规模分析

#### 6.2.3 行业市场需求分析

#### 6.2.4 产品市场潜力分析

### 6.3 蔬菜电商市场

#### 6.3.1 市场发展现状概述

#### 6.3.2 行业市场规模分析

#### 6.3.3 行业市场需求分析

#### 6.3.4 产品市场潜力分析

### 6.4 水产品电商市场

#### 6.4.1 市场发展现状概述

#### 6.4.2 行业市场规模分析

#### 6.4.3 行业市场需求分析

#### 6.4.4 产品市场潜力分析

### 6.5 奶制品电商市场

#### 6.5.1 市场发展现状概述

#### 6.5.2 行业市场规模分析

#### 6.5.3 行业市场需求分析

#### 6.5.4 产品市场潜力分析

### 6.6 肉制品电商市场

#### 6.6.1 市场发展现状概述

#### 6.6.2 行业市场规模分析

#### 6.6.3 行业市场需求分析

#### 6.6.4 产品市场潜力分析

## 第七章 中国生鲜电商行业竞争格局分析

## 7.1 中国生鲜商品销售渠道分析

### 7.1.1 生鲜商品的经营特性

### 7.1.2 生鲜商品主要销售渠道

### 7.1.3 生鲜商品实体渠道发展困境

### 7.1.4 生鲜商品销售网络渠道优势

## 7.2 中国生鲜电商市场竞争格局

### 7.2.1 初阶段重要品类浅层次竞争

### 7.2.2 零售业态开展线上线下融合

### 7.2.3 生鲜电商供应链竞争加剧

### 7.2.4 生鲜电商注重差异化竞争

### 7.2.5 生鲜电商进军二线城市

### 7.2.6 航空企业试水生鲜电商

## 7.3 中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市

### 7.3.1 传统超市毛利下滑

### 7.3.2 传统超市经营重心转向生鲜

### 7.3.3 传统超市发力生鲜电商市场

### 7.3.4 传统超市线上销售遭遇瓶颈

## 7.4 中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店

### 7.4.1 生鲜连锁店发展特征

### 7.4.2 生鲜连锁店竞争优势

### 7.4.3 生鲜连锁店竞争劣势

### 7.4.4 生鲜连锁店竞争策略

## 7.5 影响中国生鲜电商企业竞争力的因素

### 7.5.1 航空企业周转速度

### 7.5.2 员工素质

### 7.5.3 质量安全

### 7.5.4 配送能力

## 第八章 中国生鲜电商行业消费需求分析

### 8.1 电商消费者网购行为分析

#### 8.1.1 消费行特征

#### 8.1.2 消费驱动因素

#### 8.1.3 消费行为地域分析

#### 8.1.4 消费行为用户属性分析

#### 8.1.5 用户电商选择行为分析

#### 8.1.6 用户消费心理分析

## 8.2 生鲜电商消费群体分析

### 8.2.1 目标消费群体定位

### 8.2.2 目标明确型消费者

### 8.2.3 目标摇摆型消费者

### 8.2.4 目标随意型消费者

## 8.3 消费者对生鲜商品的需求层次

### 8.3.1 基础需求

### 8.3.2 品质需求

### 8.3.3 常识性需求

### 8.3.4 便利性需求

### 8.3.5 安全需求

### 8.3.6 体验需求

## 8.4 生鲜电商供应与消费者需求的矛盾分析

### 8.4.1 供应和需求很难匹配

### 8.4.2 高损耗导致企业利润虚耗

### 8.4.3 产品品质与售价的矛盾

## 8.5 生鲜电商迎合消费者需求的策略分析

### 8.5.1 注重概念推介

### 8.5.2 摒弃价格竞争

### 8.5.3 提高客户体验

### 8.5.4 提供额外惊喜

## 第九章 中国生鲜电商行业营销策略分析

### 9.1 国内主要生鲜电商营销模式分析

#### 9.1.1 顺丰优选营销模式

#### 9.1.2 沱沱工社营销模式

#### 9.1.3 本来生活营销模式

### 9.2 生鲜电商行业产品营销分析

#### 9.2.1 生鲜行业产品分类

#### 9.2.2 生鲜电商行业的产品定位

#### 9.2.3 生鲜产品信息公开化

#### 9.2.4 用户参与产品开发

#### 9.2.5 提高产品附加值

### 9.3 生鲜电商行业主要营销策略分析

#### 9.3.1 独立平台精益化管理

#### 9.3.2 生态园区供应基地展示



### 9.3.3 社区化发展提供团购优惠

### 9.3.4 “o2o”合理设立自提点

### 9.3.5 完善服务提高用户粘性

## 9.4 国内生鲜电商营销典型案例分析

## 第十章 中国生鲜电商行业领先企业竞争力分析

### 10.1 中粮海优（北京）有限公司竞争力分析

#### 10.1.1 企业发展基本情况

#### 10.1.2 生鲜平台概况简介

#### 10.1.3 平台运营模式分析

#### 10.1.4 平台物流模式分析

### 10.2 顺丰控股（集团）股份有限公司竞争力分析

#### 10.2.1 企业发展基本情况

#### 10.2.2 生鲜平台概况简介

#### 10.2.3 平台运营模式分析

#### 10.2.4 平台物流模式分析

### 10.3 北京沱沱工社生态农业股份有限公司竞争力分析

#### 10.3.1 企业发展基本情况

#### 10.3.2 生鲜平台概况简介

#### 10.3.3 平台运营模式分析

#### 10.3.4 平台物流模式分析

### 10.4 阿里巴巴集团控股有限公司竞争力分析

#### 10.4.1 企业发展基本情况

#### 10.4.2 生鲜平台概况简介

#### 10.4.3 平台运营模式分析

#### 10.4.4 平台物流模式分析

### 10.5 纽海信息技术（上海）有限公司竞争力分析

#### 10.5.1 企业发展基本情况

#### 10.5.2 生鲜平台概况简介

#### 10.5.3 平台运营模式分析

#### 10.5.4 平台物流模式分析

### 10.6 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司竞争力分析

#### 10.6.1 企业发展基本情况

#### 10.6.2 生鲜平台概况简介

#### 10.6.3 平台运营模式分析

#### 10.6.4 平台物流模式分析

## 10.7 苏宁云商集团股份有限公司竞争力分析

### 10.7.1 企业发展基本情况

### 10.7.2 生鲜平台概况简介

### 10.7.3 平台运营模式分析

### 10.7.4 平台物流模式分析

## 10.8 北京本来工坊科技有限公司竞争力分析

### 10.8.1 企业发展基本情况

### 10.8.2 生鲜平台概况简介

### 10.8.3 平台运营模式分析

### 10.8.4 平台物流模式分析

## 10.9 上海天天鲜果电子商务有限公司竞争力分析

### 10.9.1 企业发展基本情况

### 10.9.2 生鲜平台概况简介

### 10.9.3 平台运营模式分析

### 10.9.4 平台物流模式分析

## 10.10 北京每日优鲜电子商务有限公司竞争力分析

### 10.10.1 企业发展基本情况

### 10.10.2 生鲜平台概况简介

### 10.10.3 平台运营模式分析

### 10.10.4 平台物流模式分析

## 第十一章 2022-2028年中国生鲜电商市场发展趋势及趋势分析

### 11.1 2022-2028年中国生鲜电商市场发展形势分析

#### 11.1.1 有利因素分析

#### 11.1.2 不利因素分析

#### 11.1.3 网购规模预测

#### 11.1.4 冷链物流预测

### 11.2 2022-2028年中国生鲜电商市场发展趋势分析

#### 11.2.1 政策趋势

#### 11.2.2 需求趋势

#### 11.2.3 供应链趋势

#### 11.2.4 市场整合趋势

#### 11.2.5 未来发展方向

### 11.3 2022-2028年中国生鲜电商市场前景展望

#### 11.3.1 市场规模预测

#### 11.3.2 利润空间预测

### 11.3.3 进口生鲜电商趋势分析

### 11.3.4 生鲜农产品电商趋势分析

## 第十二章 中国生鲜电商行业投资分析

### 12.1 中国生鲜行业投资特性

#### 12.1.1 季节性和区域性

#### 12.1.2 易损耗性

#### 12.1.3 品种多样性和非标准性

#### 12.1.4 需求弹性小

#### 12.1.5 供给较为分散

### 12.2 中国生鲜电商行业投资机遇

#### 12.2.1 政策机遇

#### 12.2.2 市场机遇

#### 12.2.3 利润空间分析

#### 12.2.4 生鲜地域品牌涌现

#### 12.2.5 2017-2021年风投动态

### 12.3 中国生鲜电商行业成本分析

#### 12.3.1 物流配送费用

#### 12.3.2 营销推广费用

#### 12.3.3 研发费用

#### 12.3.4 研发费用

### 12.4 中国生鲜电商市场投资前景分析

#### 12.4.1 盈利风险

#### 12.4.2 冷链风险

#### 12.4.3 企业自身风险

### 12.5 中国生鲜电商市场投资前景研究分析

#### 12.5.1 寻找专业合作机构

#### 12.5.2 引入实体连锁店

#### 12.5.3 重视品牌效益

#### 12.5.4 复合型电子商务

## 第十三章 2022-2028年中国生鲜电商企业投资规划建议与客户策略分析

### 13.1 生鲜电商企业投资前景规划背景意义

#### 13.1.1 企业转型升级的需要

#### 13.1.2 企业做大做强的需要

#### 13.1.3 企业可持续发展需要

### 13.2 生鲜电商企业战略规划制定依据

- 13.2.1 国家政策支持
  - 13.2.2 行业发展规律
  - 13.2.3 企业资源与能力
  - 13.2.4 可预期的战略定位
  - 13.3 生鲜电商企业战略规划策略分析
    - 13.3.1 战略综合规划
    - 13.3.2 技术开发战略
    - 13.3.3 区域战略规划
    - 13.3.4 产业战略规划
    - 13.3.5 营销品牌战略
    - 13.3.6 竞争战略规划
  - 13.4 生鲜电商中小企业投资前景研究
    - 13.4.1 中小企业存在主要问题
      - 1、缺乏科学的投资前景
      - 2、缺乏合理的企业制度
      - 3、缺乏现代的企业管理
      - 4、缺乏高素质的专业人才
      - 5、缺乏充足的资金支撑
    - 13.4.2 中小企业投资前景思考
      - 1、实施科学的投资前景
      - 2、建立合理的治理结构
      - 3、实行严明的企业管理
      - 4、培养核心的竞争实力
      - 5、构建合作的企业联盟
  - 第十四章 研究结论及建议
    - 14.1 研究结论
    - 14.2 建议
      - 14.2.1 行业投资策略建议
      - 14.2.2 行业投资方向建议
      - 14.2.3 行业投资方式建议 (ZY LZQ)
- 部分图表目录：
- 图表 生鲜电商行业特点
  - 图表 生鲜电商行业生命周期
  - 图表 生鲜电商行业产业链分析
  - 图表 2017-2021年生鲜电商行业市场规模分析

图表 2022-2028年生鲜电商行业市场规模预测

图表 中国生鲜电商所属行业盈利能力分析

图表 中国生鲜电商所属行业运营能力分析

图表 中国生鲜电商所属行业偿债能力分析

图表 中国生鲜电商所属行业发展能力分析

图表 中国生鲜电商所属行业经营效益分析

图表 2017-2021年生鲜电商重要数据指标比较

图表 2017-2021年中国生鲜电商所属行业销售情况分析

图表 2017-2021年中国生鲜电商所属行业利润情况分析

图表 2017-2021年中国生鲜电商所属行业资产情况分析

图表 2017-2021年中国生鲜电商竞争力分析

图表 2022-2028年中国生鲜电商市场趋势分析

图表 2022-2028年中国生鲜电商市场价格走势预测

图表 2022-2028年中国生鲜电商发展趋势预测

图表 投资建议

图表 区域投资前景规划

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/913486.html>