



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2022年中国生鲜电商市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2022年中国生鲜电商市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279220.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

生鲜电商从2005年开始发展以来，经历了两波热潮。2005年易果生鲜成立，开启生鲜电商第一波热潮。此后，菜管家、沱沱工社、顺丰优选纷纷上线，随着电生鲜电商不断发展，供给逐渐超过市场真实需求，2012年开始，生鲜电商停止扩张。进入2013年，伴随着一系列扩张和并购，包括顺丰优选、沱沱工社的全国扩张和海博收购菜管家，生鲜电商又迎来了第二波热潮，并且这波热潮一直持续至今。

据国家统计局提供数据，2014年，按可比价格计算，全国37607家规模以上食品工业企业增加值同比增长7.8%，增速回落了1.3个百分点。若不计烟草制品业，食品工业增加值同比增长7.6%。

2014年我国食品工业发展简况（家，亿元）		企业数	资产总额	销售收入	利润总额
农副食品加工业	23784	30480.98	63533.18	3069.95	
食品制造业	7781	12929.35	20261.67	1692.61	
酒、饮料和精制茶制造业	5911	14010.90	16232.01	1603.10	
烟草制品业	131	8368.43	8906.07	1215.80	
食品工业合计	37607	65789.66	108932.93	7581.46	

资料来源：艾凯咨询网整理

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：

第一部分生鲜电商产业环境透视1

第一章生鲜电商行业发展综述1

第一节生鲜电商行业定义及特征1

一、电子商务简介1

二、生鲜电商行业概况1

三、生鲜电商的特征5

第二节生鲜电商行业统计标准7

一、统计部门和统计口径7

二、行业主要统计方法介绍7

三、行业涵盖数据种类介绍8

第三节生鲜电商行业经济指标分析10

一、赢利性10

二、成长速度10

三、附加值的提升空间11

四、进入壁垒 / 退出机制11

五、风险性12

六、行业周期12

第二章中国生鲜电商行业发展环境分析13

第一节经济环境分析13

一、宏观经济状况13

二、农业经济发展14

三、消费品零售市场16

四、城乡居民收入增长19

五、经济运行趋势分析21

第二节政策环境分析22

一、电商行业政策法规体系22

二、生鲜电商网络交易政策解读25

三、生鲜电商网络支付政策解读26

四、生鲜电商税收政策解读26

五、生鲜电商投资政策解读26

六、生鲜电商服务政策解读27

七、生鲜电商流通政策解读27

第三节技术环境分析28

一、物联网技术的应用28

二、RFID射频识别技术的应用29

三、SCM供应链管理技术的应用31

四、GIS地理信息系统技术的应用34

第四节社会环境分析36

一、居民消费理念36

二、电子商务兴起42

三、网络用户规模46

四、食品安全问题50

五、城镇化进程53

第三章生鲜电商产业链上游生鲜商品市场分析54

第一节中国食品市场综述54

一、产销状况54

二、价格水平57

三、投资增速60

四、食品贸易63

据海关统计，进出口方面，2014年我国进出口食品总金额9986.3亿元人民币，同比增长4.6%。支持外贸稳增长的政策措施和发展自贸区战略促进了食品进出口的稳定增长。2012-2014年中国食品贸易总金额走势图 资料来源：艾凯咨询网整理

五、经济效益63

据国家统计局数据：截至2014年我国食品行业规模以上企业数量达到37607家，当中3122家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为369.4亿元。2010-2014年我国食品行业规模以上企业数量分析 资料来源：艾凯咨询网整理

2014年我国食品行业规模总资产达到65789.66亿元，较上年同期增长12.1%。行业年度总产值为112682.47亿元，较上年同期增长7.9%。行业销售收入为108932.93亿元，较上年同期增长7.7%。2014年行业利润总额为7581.46亿元，较上年同期增长0.7%。2011-2014年我国食品行业资产走势图 资料来源：艾凯咨询网整理 2011-2014年我国食品行业总产值走势图 资料来源：艾凯咨询网整理 2011-2014年我国食品行业销售收入走势图 资料来源：艾凯咨询网整理 2011-2014年我国食品行业利润走势图

资料来源：艾凯咨询网整理

六、盈利模式66

七、前景预测73

第二节中国蔬菜市场分析74

一、运行特征74

二、发展现状75

三、市场规模76

四、价格走势76

五、贸易形势83

六、前景预测90

第三节中国水果市场分析90

一、产业结构90

二、市场规模92

三、价格走势93

四、对外贸易94

五、瓶颈因素100

六、前景预测102

第四节中国肉制品市场分析102

一、市场规模102

二、需求分析106

三、消费结构107

四、供需态势108

五、瓶颈因素109

六、前景预测110

第五节中国乳制品市场分析112

一、运行特征112

二、市场规模114

三、价格走势116

四、竞争态势121

五、发展隐忧124

六、前景预测126

第六节中国水产品市场分析128

一、发展综述128

二、市场规模131

三、价格走势132

四、对外贸易134

五、竞争态势138

六、前景预测138

第四章生鲜电商产业链下游物流市场分析141

第一节中国冷链物流行业综述141

一、冷链物流行业发展概况	141
二、冷链物流行业运行特点	142
三、冷链物流行业规模现状	145
四、冷链物流行业需求分析	146
五、冷链物流行业商业模式	147
六、冷链物流行业竞争格局	148
七、冷链物流行业SWOT分析	150
八、冷链物流市场综合效益分析	153
第二节生鲜商品冷链物流的发展	160
一、生鲜商品的物流特征	160
二、生鲜商品物流的供应链特征	160
三、发展生鲜商品物流的可行性	163
四、生鲜商品冷链物流发展现状	164
五、生鲜商品冷链物流运行模式分析	165
第三节生鲜商品冷链物流细分市场分析	168
一、果蔬冷链物流市场	168
二、肉制品冷链物流市场	172
三、乳制品冷链物流市场	175
四、水产品冷链物流市场	180
第四节生鲜农产品冷链物流成本控制分析	186
一、生鲜农产品冷链物流成本的组成	186
二、生鲜农产品冷链物流成本的特点	187
三、生鲜农产品冷链物流成本控制存在的问题	188
四、从供应链的角度对农产品冷链物流总成本综合控制	189
第五节生鲜电商物流发展面临的挑战	191
一、向二三线城市下沉困难	191
二、供应链管理遇挑战	192
三、冷链物流成本较高	192
第六节生鲜电商冷链物流配送模式分析	193
一、国内主要冷链低温配送模式	193
二、冷链物流宅配市场竞争激烈	195
三、生鲜电商城区宅配模式分析	196

四、生鲜配送中心需求及体系框架	197
五、生鲜物流配送系统的网络体系剖析	197
第二部分生鲜电商市场深度调研	199
第五章中国生鲜电商行业发展概况	199
第一节中国生鲜电子商务关键环节分析	199
一、产品采购与组织	199
二、平台建设	202
三、品牌建设及营销	205
四、服务及物流配送体系	208
五、增值服务	211
第二节中国生鲜电商行业的发展历程	212
一、初期起步阶段（2005年-2012年）	212
二、市场探索阶段（2012年-2013年）	212
三、资源整合阶段（2013年至今）	213
第三节中国生鲜电商行业发展现状	213
一、市场机遇	213
二、发展特征	216
三、产业链分析	220
四、市场规模	221
五、运行特点	222
六、盈利模式	223
第四节中国生鲜电商行业发展瓶颈分析	225
一、配送速度	225
二、货源及成本	225
三、盈利模式	226
四、用户习惯及信任	226
第五节中国生鲜电商行业发展策略分析	227
一、区域合作	227
二、本地+农场对接	227
三、借力电商平台	227

第六章中国生鲜电商行业主要业态228

第一节平台型综合电商228

一、运作特点228

二、发展优势228

三、物流配送229

四、代表企业229

第二节自营型垂直电商229

一、运作特点229

二、发展优势230

三、物流配送230

四、代表企业231

第三节物流型电商231

一、运作特点231

二、物流配送231

三、代表企业231

第四节实体超市线上业务232

一、发展特点232

二、物流配送232

三、代表企业232

第五节生鲜商品O2O模式233

一、发展优势233

二、运作模式233

三、物流配送234

四、代表企业234

第七章中国生鲜电商行业消费需求分析235

第一节电商消费者网购行为分析235

一、消费行为特征235

二、消费驱动因素237

三、消费行为地域分析239

四、消费行为用户属性分析240

五、用户电商选择行为分析241

六、用户消费心理分析243

第二节生鲜电商消费群体分析245

一、目标消费群体定位245

二、目标明确型消费者245

三、目标摇摆型消费者246

四、目标随意型消费者247

第三节消费者对生鲜商品的需求层次247

一、基础需求247

二、品质需求247

三、常识性需求248

四、便利性需求248

五、安全需求248

六、体验需求249

第四节生鲜电商供应与消费者需求的矛盾分析249

一、供应和需求很难匹配249

二、高损耗导致企业利润虚耗249

三、产品品质与售价的矛盾250

第五节生鲜电商迎合消费者需求的策略分析250

一、注重概念推介250

二、摒弃价格竞争251

三、提高客户体验251

四、提供额外惊喜251

第三部分生鲜电商行业竞争格局分析253

第八章中国生鲜电商行业竞争格局分析253

第一节中国生鲜商品销售渠道分析253

一、生鲜商品的经营特性253

二、生鲜商品主要销售渠道254

三、生鲜商品实体渠道发展困境254

四、生鲜商品销售网络渠道优势255

第二节中国生鲜电商市场竞争态势255

一、初阶段重要品类浅层次竞争255

二、零售业态开展线上线下融合256

三、生鲜电商供应链竞争加剧257

四、生鲜电商注重差异化竞争258

五、生鲜电商进军二线城市258

六、航空企业试水生鲜电商259

第三节中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市260

一、传统超市毛利下滑260

二、传统超市经营重心转向生鲜261

三、传统超市发力生鲜电商市场261

四、传统超市线上销售遭遇瓶颈262

第四节中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店263

一、生鲜连锁店发展特征263

二、生鲜连锁店竞争优势263

三、生鲜连锁店竞争劣势264

四、生鲜连锁店竞争策略266

第五节影响中国生鲜电商企业竞争力的因素268

一、周转速度268

一、员工素质268

三、质量安全269

四、配送能力269

第九章国外典型生鲜电商发展运营分析271

第一节 FreshDirect271

一、FreshDirect发展规模271

二、FreshDirect定位分析271

三、FreshDirect采购、加工流程272

四、FreshDirect配送流程分析273

五、FreshDirect品牌建设分析273

第二节 Ocado274

一、Ocado发展规模274

二、Ocado并购合作分析276

三、Ocado盈利水平分析277

四、Ocado运作模式分析278

第三节 AmazonFresh280

一、AmazonFresh发展规模280

二、AmazonFresh物流模式281

三、AmazonFresh配送模式283

四、AmazonFresh发展瓶颈284

第四节 LocalHarvest285

一、LocalHarvest运作模式285

二、LocalHarvest局限性分析286

第五节国外其他生鲜电商发展经验借鉴286

一、PeaPod286

二、RelayFoods287

三、Farmigo287

第十章中国典型生鲜电商平台运营分析289

第一节中粮我买网289

一、平台概况289

二、平台建设290

三、物流配送290

四、SWOT分析292

五、推广策略分析292

六、未来发展规划293

第二节顺丰优选294

一、平台概况294

二、发展规模295

三、最新动态296

四、转型分析297

五、SWOT分析298

六、未来发展规划300

第三节沱沱工社301

一、平台概况301

二、商业模式301

三、经营模式304

四、配送服务305

五、全产业链模式306

第四节天猫商城307

一、平台概况307

二、预售模式307

三、喵鲜生频道309

四、市场拓展311

五、物流配送311

第五节 1号店313

一、平台概况313

二、商业模式314

三、经营模式314

四、生鲜业务316

五、渠道策略317

第六节京东商城318

一、平台概况318

二、生鲜业务318

三、O2O模式321

四、物流配送322

第七节国内其他生鲜电商平台介绍323

一、苏宁易购323

二、鲜码头324

三、本来生活网325

四、多利农庄326

五、莆田网328

六、鲜直达329

七、易果网330

第十一章中国生鲜电商行业营销策略分析332

第一节国内主要生鲜电商营销模式分析332

一、顺丰优选营销模式332

二、沱沱工社营销模式	334
三、本来生活营销模式	336
第二节生鲜电商行业产品营销分析	339
一、生鲜行业产品分类	339
二、生鲜电商行业的产品定位	339
三、生鲜产品信息公开化	339
四、用户参与产品开发	340
五、提高产品附加值	340
第三节生鲜电商行业主要营销策略分析	341
一、独立平台精益化管理	341
二、生态园区供应基地展示	342
三、社区化发展提供团购优惠	342
四、“O2O”合理设立自提点	342
五、完善服务提高用户粘性	343
第四节国内生鲜电商营销典型案例分析	344
一、本来生活的故事营销	344
二、淘宝聚划算的团购营销	349
三、“我买网”的搜索引擎营销	352
四、家事易的自提模式营销	354
第四部分生鲜电商行业投资前景展望	356
第十二章中国生鲜电商行业投资分析	356
第一节中国生鲜行业投资特性	356
一、季节性和区域性	356
二、易损耗性	356
三、品种多样性和非标准性	356
四、需求弹性小	356
五、供给较为分散	357
第二节中国生鲜电商行业投资机遇	357
一、政策机遇	357
二、市场机遇	357
三、利润空间分析	357

四、生鲜地域品牌涌现	358
五、2014-2015年风投动态	358
第三节中国生鲜电商行业成本分析	360
一、物流配送费用	360
二、营销推广费用	361
三、研发费用	361
第四节中国生鲜电商市场投资风险分析	362
一、盈利风险	362
二、冷链风险	362
三、企业自身风险	363
第五节中国生鲜电商市场投资策略分析	363
一、寻找专业合作机构	363
二、引入实体连锁店	364
三、重视品牌效益	364
四、复合型电子商务	364
第十三章中国生鲜电商市场发展趋势及前景预测	365
第一节中国生鲜电商市场发展形势分析	365
一、有利因素分析	365
二、不利因素分析	368
三、网购规模预测	369
四、冷链物流预测	369
第二节中国生鲜电商市场发展趋势分析	370
一、政策趋势	370
二、需求趋势	370
三、供应链趋势	370
四、市场整合趋势	371
五、未来发展方向	372
第三节中国生鲜电商市场前景展望	373
一、市场规模预测	373
二、利润空间预测	373
三、进口生鲜电商前景预测	374

四、生鲜农产品电商前景预测374

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：生鲜电商行业产业链

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国生鲜电商行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年生鲜电商行业市场供给
图表：2011-2015年生鲜电商行业市场需求
图表：2011-2015年生鲜电商行业市场规模
图表：生鲜电商所属行业生命周期判断
图表：生鲜电商所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国生鲜电商行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国生鲜电商行业供给预测
图表：2016-2022年中国生鲜电商行业需求预测
图表：2016-2022年中国生鲜电商行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279220.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。