

中国生鲜电商行业发展模式及投资策略规划分析报告2023-2029年

产品名称	中国生鲜电商行业发展模式及投资策略规划分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国生鲜电商行业发展模式及投资策略规划分析报告2023-2029年*****

*****【报告编号】362733【出版日期】2023年2月【出版机构】

中研华泰研究院【交付方式】EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元
纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章

生鲜电商基本介绍及国际发展模式1.1 生鲜电商基本内涵及特点1.1.1 基本定义1.1.2 发展特点1.1.3

产业主体1.2 生鲜电商的发展意义1.2.1 降本增效价值显现1.2.2 逐步实现消费升级1.2.3

助力农村扶贫工作1.3 国际生鲜电商发展模式1.3.1 美国Farmigo公司模式1.3.2 英国Ocado公司模式1.3.3

日本大地宅配公司模式第二章 中国生鲜电商行业发展环境分析2.1 政策环境2.1.1 食品安全监管加强2.1.2

电子商务法正式发布2.1.3 电子商务市场发展规划2.1.4 电商与物流协同发展意见2.1.5

生鲜电商交易政策回顾2.1.6 生鲜电商税收优惠政策2.1.7 生鲜电商投资政策解读2.1.8

生鲜电商流通政策解读2.2 经济环境2.2.1 宏观经济运行概况2.2.2 对外经济贸易分析2.2.3

固定资产投资规模2.2.4 宏观经济发展展望2.3 社会环境2.3.1 居民收入水平状况2.3.2 居民消费水平状况2.3.3

互联网用户规模2.3.4 城镇化发展水平2.4 技术环境2.4.1 大数据处理技术的支持2.4.2

冷链物流技术应用趋势2.4.3 物联网技术的应用2.4.4 RFID射频识别技术的应用2.4.5

SCM供应链管理技术的应用2.4.6 GIS地理信息系统技术的应用2.5 行业环境2.5.1 电子商务发展历程2.5.2

电子商务交易规模2.5.3 区域电商市场格局2.5.4 跨境电商交易规模2.5.5 农村电商市场规模2.5.6

电子商务就业状况第三章 2020-2022年中国生鲜电商行业总体分析3.1 中国生鲜电商行业的发展阶段3.1.1

初期起步阶段（2005年-2012年）3.1.2 市场探索阶段（2012年-2013年）3.1.3

资源整合阶段（2013年至今）3.1.4 生鲜电商发市场AMC模型3.2

2020-2022年中国生鲜电商行业发展状况3.2.1 市场发展特征3.2.2 市场交易规模3.2.3 产品结构分析3.2.4

市场渗透率3.2.5 区域市场格局3.2.6 典型移动平台3.2.7 盈利模式分析3.3

中国生鲜电子商务关键环节分析3.3.1 产品采购与组织3.3.2 平台建设3.3.3 品牌建设及营销3.3.4

服务及物流配送体系3.3.5 增值服务3.4 中国生鲜电商行业发展瓶颈分析3.4.1 源头标准问题3.4.2

物流配送问题3.4.3 消费运营问题3.4.4 盈利模式不清3.4.5 用户习惯及信任3.5

中国生鲜电商行业发展策略分析3.5.1 物流配送策略分析3.5.2 建立冷链物流体系3.5.3 推动产品标准化3.5.4

以合作稳定供应链3.5.5 推进品牌化发展3.5.6 有效运用O2O模式3.5.7 区域合作模式第四章

2020-2022年生鲜电商细分市场分析4.1 水果电商市场4.1.1 水果产量规模分析4.1.2 细分市场消费状况4.1.3

水果市场运行特点4.1.4 水果电商市场崛起4.1.5 水果电商发展难题4.1.6 水果电商发展模式4.1.7
水果电商发展建议4.1.8 水果电商典型平台4.2 蔬菜电商市场4.2.1 蔬菜产业运行状况4.2.2
蔬菜批发价格走势4.2.3 进出口状况及规模4.2.4 巨头布局蔬菜电商4.2.5 蔬菜电商典型平台4.3
水产品电商市场4.3.1 水产品产量规模统计4.3.2 水产品市场运行状况4.3.3 水产品市场走势预测4.3.4
水产品电商应用综况4.3.5 水产品电商市场特点4.3.6 水产品冷链物流市场4.3.7 湖北省水产电商布局4.3.8
生鲜电商下水产升级4.4 肉类电商市场4.4.1 肉类产品产销状况4.4.2 肉类进出口规模分析4.4.3
鲜冷藏肉产量规模4.4.4 肉类电商市场综况4.4.5 肉类冷链物流市场4.4.6 鲜肉电商配送模式4.4.7
肉类B2B电商平台4.5 乳制品电商市场4.5.1 乳制品产品产量规模4.5.2 液态奶线上消费状况4.5.3
乳制品冷链物流市场4.5.4 乳品电商发展需求4.5.5 乳业电商追溯平台4.5.6 乳企自建电商平台第五章
2020-2022年生鲜电商产业链相关行业分析5.1 生鲜电商产业链分析5.2 上游农产品供应市场分析5.2.1
供应链环节分析5.2.2 农业现代化进程5.2.3 农业经济运行情况5.2.4 农产品贸易规模5.2.5
农业种植技术升级5.2.6 农业现代化发展目标5.2.7 农产品电商发展热点5.2.8 农产品电商发展趋势5.3
下游物流配送市场分析5.3.1 全国物流市场运行综况5.3.2 物流行业景气指数分析5.3.3
社会物流运输效率改善5.3.4 全国快递服务规模状况5.3.5 现代物流行业市场综况5.3.6
智慧物流行业发展趋势5.3.7 快递公司布局航空物流5.4 物流链重点——冷链物流发展分析5.4.1
冷链物流发展动力5.4.2 冷链物流发展综况5.4.3 冷链物流发展规模5.4.4 冷链物流市场竞争5.4.5
主要企业冷链布局5.4.6 农产品冷链物流成本5.4.7 生鲜商品冷链物流模式5.4.8 主要冷链低温配送模式5.5
下游消费支付市场分析5.5.1 网络支付用户规模5.5.2 网络支付发展特点5.5.3 网络支付政策解读5.5.4
活跃用户规模状况第六章 2020-2022年中国生鲜电商用户消费状况调查6.1
生鲜电商用户的消费特征分析6.1.1 消费群体分类6.1.2 消费者需求层次6.1.3 消费APP分析6.1.4
平台网络热度6.1.5 消费频次分析6.1.6 消费者媒介偏好6.1.7 消费者选择偏好6.2
生鲜电商用户消费的影响因素分析6.2.1 平台满意度情况6.2.2 时效性因素6.2.3 再购买意愿6.2.4
推荐使用意愿6.3 生鲜电商用户的分布特点6.3.1 地区用户分布6.3.2 用户学历分布6.3.3 用户年龄分布6.3.4
用户职业分布6.3.5 用户收入分布6.4 生鲜电商供应与消费者需求的矛盾分析6.4.1 供应和需求难匹配6.4.2
高损耗虚耗企业利润6.4.3 产品品质与售价矛盾6.5 生鲜电商迎合消费者需求的策略分析6.5.1
注重概念推介6.5.2 利用社交平台6.5.3 提高客户体验6.5.4 注重售后服务第七章
2020-2022年中国生鲜电商行业营销策略分析7.1 国内主要生鲜电商营销模式分析7.1.1
顺丰优选营销模式7.1.2 沱沱工社营销模式7.1.3 本来生活营销模式7.1.4 新型营销推广模式7.2
生鲜电商行业产品营销分析7.2.1 生鲜行业产品分类7.2.2 生鲜电商产品定位7.2.3 生鲜信息公开化7.2.4
用户参与产品开发7.2.5 提高产品附加值7.3 生鲜电商行业主要营销策略分析7.3.1 体验式营销7.3.2
口碑营销模式7.3.3 植入式营销模式7.3.4 人员结合型营销7.3.5 加大网点和仓储建设7.4
国内生鲜电商营销典型案例7.4.1 本来生活的故事营销7.4.2 淘宝聚划算的团购营销7.4.3
“我买网”的搜索引擎营销7.4.4 家事易的自提模式营销第八章
2020-2022年中国生鲜电商行业竞争格局分析8.1 中国生鲜商品销售渠道分析8.1.1 生鲜商品的经营特性8.1.2
生鲜商品主要销售渠道8.1.3 生鲜商品实体渠道发展困境8.1.4 生鲜商品销售网络渠道优势8.2
中国生鲜电商市场竞争态势8.2.1 生鲜电商市场竞争阶段8.2.2 生鲜电商整体竞争格局8.2.3
电商巨头成为竞争主体8.2.4 生鲜电商市场淘汰案例8.2.5 创业公司竞争路径分析8.2.6
生鲜电商注重差异化竞争8.3 中国生鲜电商行业竞争对手分析——传统超市8.3.1 发展现状解读8.3.2
区域发展格局8.3.3 市场业绩状况8.3.4 市场转型升级8.3.5 未来发展趋势8.4
中国生鲜电商行业竞争对手分析——生鲜连锁店8.4.1 生鲜连锁超市产业链8.4.2
生鲜连锁超市逐步升温8.4.3 生鲜连锁超市主体分类8.4.4 生鲜连锁超市竞争要素8.4.5
生鲜连锁超市竞争优势8.4.6 生鲜连锁超市发展困境8.4.7 生鲜连锁超市经营策略8.5
影响中国生鲜电商企业竞争力的因素8.5.1 周转速度8.5.2 员工素质8.5.3 质量安全8.5.4 配送能力第九章
2020-2022年中国生鲜电商行业发展模式分析9.1 综合平台型电商模式9.1.1 运作特点9.1.2 适用条件9.1.3
发展优势9.1.4 发展缺陷9.1.5 物流配送9.1.6 典型案例9.2 垂直生鲜电商模式9.2.1 运作特点9.2.2 适用条件9.2.3
发展优势9.2.4 发展缺陷9.2.5 物流配送9.2.6 典型案例9.3 物流型生鲜电商模式9.3.1 运作特点9.3.2
发展优势9.3.3 发展挑战9.3.4 物流配送9.3.5 典型案例——顺丰优选9.4 实体超市线上业务模式9.4.1
发展特点9.4.2 发展缺陷9.4.3 物流配送9.4.4 典型案例9.5 生鲜商品O2O模式9.5.1 运作模式9.5.2 适用条件9.5.3
发展优势9.5.4 布局主体9.5.5 市场需求9.5.6 市场格局9.5.7 物流配送9.5.8 典型案例9.6
农场直销型电商模式9.6.1 模式分析9.6.2 发展优势9.6.3 发展缺陷9.6.4 典型案例9.7 创新型应用模式9.7.1
社区拼团模式9.7.2 “盒马鲜生”模式9.7.3 “7FRESH”模式9.7.4 “共享冰箱”模式第十章

中国生鲜电商行业投资分析10.1 中国生鲜行业投资特性10.1.1 易损耗性10.1.2 需求弹性小10.1.3 供给较为分散10.1.4 季节性和区域性10.1.5 品种多样性和非标准性10.2 生鲜电商投融资规模及动态10.2.1 融资规模状况10.2.2 融资特点分析10.2.3 典型企业融资10.3 中国生鲜电商行业成本分析10.3.1 物流配送费用10.3.2 营销推广费用10.3.3 研发费用10.3.4 研发费用10.4

中国生鲜电商市场投资风险分析10.4.1 盈利风险10.4.2 冷链风险10.4.3 企业自身风险10.5 中国生鲜电商市场投资策略分析10.5.1 寻找合作机构10.5.2 引入实体连锁店10.5.3 重视品牌效益10.5.4 复合型电子商务

第十一章 中国生鲜电商市场发展趋势及前景预测11.1 中国生鲜电商市场前景展望11.1.1 生鲜电商的发展前景11.1.2 食品电商迎来新发展11.1.3 政策利好农产品电商11.1.4 消费升级的发展机遇11.1.5 新型物流模式的应用11.2 中国生鲜电商市场发展趋势分析11.2.1 行业整体趋势11.2.2 未来发展方向11.2.3 产品品牌趋势11.2.4 供应链管理方向11.3

2023-2029年中国生鲜电商行业预测分析11.3.1 2023-2029年中国生鲜电商行业影响因素分析11.3.2 2023-2029年中国生鲜电商市场交易规模预测11.3.3 2023-2029年中国冷链物流市场规模预测 附录：附录一：中华人民共和国电子商务法 附录二：电子商务“十四五”发展规划 附录三：关于促进电子商务与快递物流协同发展的意见 图表目录 图表1 2016-2019年中国食品安全行业重要政策汇总 图表2 2014-2018年国内生产总值及其增长速度 图表3 2014-2018年三次产业增加值占国内生产总值比重 图表4 2019年中国GDP核算数据 图表5 2014-2018年货物进出口总额 图表6 2018年货物进出口总额及其增长速度 图表7 2018年主要商品出口数量、金额及其增长速度 图表8 2018年主要商品进口数量、金额及其增长速度 图表9 2018年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重 图表10 2014-2018年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重 图表11 2018年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度 图表12 2018年固定资产投资新增主要生产与运营能力 图表13 2018-2019年固定资产投资（不含农户）同比增速 图表14 2019年固定资产投资（不含农户）主要数据 图表15 2018年与2017年居民人均可支配收入平均数与中位数对比 图表16 2019年居民人均可支配收入平均数与中位数 图表17 2017年全国居民人均消费支出及其构成 图表18 2018年居民人均消费支出及构成 图表19 2019年居民人均消费支出及构成 图表20 2016-2019年中国网民规模和互联网普及率 图表21 2016-2019年中国手机网民规模及其占网民比例 图表22 2011-2018年中国电子商务交易总额 图表23 2018年全国各区域网络零售额占比及同比增速 图表24 2018年全国网络零售位省份交易额占比及同比增速 图表25 2015-2018年中国海关验放的跨境电商进出口总额及增长率 图表26 2012-2018年中国农村网民规模及增速 图表27 2013-2018年中国城乡地区互联网普及率 图表28 2014-2018年中国农村网络零售额 图表29 2018年中国农村实物和非实物商品网络零售额及同比增速 图表30 2018年中国农村网络零售市场各品类零售额占比及同比增速 图表31 2018年中国各地区农村网络零售额占比及同比增速 图表32 2018年中国农村网络零售额TOP10省份占比及同比增速 图表33 2018年中国各类农产品网络零售额占比及同比增速 图表34 2014-2018年中国电子商务就业规模 图表35 2018年中国生鲜电商市场AMC模型 图表36 中国生鲜电商市场发展特征 图表37 2013-2022年中国生鲜电商市场交易规模 图表38 2019年中国生鲜电商市场典型产品及特征 图表39 中国生鲜电商渗透率 图表40 生鲜电商市场下沉空间大 图表41 生鲜电商APP成立时间 图表42 电商企业生鲜盈利模式图 图表43 2017年中国果园面积分布占比统计情况 图表44 2017年中国主要水果产量规模统计情况 图表45 2017年度广州江南果菜批发市场销量的水果品种 图表46 2017年度的新品种水果 图表47 2017价格高及低的水果 图表48 2018年中国销售量排行表 图表49 百果园经营战略模式 图表50 百果园深耕供应链 图表51 2013-2018年中国蔬菜产量及增速统计 图表52 2014-2018年中国蔬菜消费量及增速情况 图表53 2014-2018年中国蔬菜进口量及进口金额统计 图表54 2014-2018年中国蔬菜出口量及出口金额统计 图表55 2014-2018年我国水产品产量及增长情况 图表56 2014-2018年我国淡水产品产量 图表57 2014-2018年中国海产品产量数据 图表58 2018年全国水产品月度价格走势 图表59 2010-2017年中国肉制品行业市场份额 图表60

2018年我国猪肉进出口数量情况 图表61 2018年我国猪肉进出口价格情况 图表62

2018年我国牛肉进出口数量情况 图表63 2016-2018年羊肉进口量 图表64

2016-2018年羊肉进口金额 图表65 2016-2018年羊肉出口量 图表66 2016-2018年羊肉出口额 图表67

2014-2018年鸡肉进出口情况