

# 中国生鲜电商行业发展模式与投资前景分析报告2023-2029年

|      |                                     |
|------|-------------------------------------|
| 产品名称 | 中国生鲜电商行业发展模式与投资前景分析报告<br>2023-2029年 |
| 公司名称 | 北京中研智业信息咨询有限公司                      |
| 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（<br>注册地址）  |
| 联系电话 | 010-57126768 15263787971            |

## 产品详情

中国生鲜电商行业发展模式与投资前景分析报告2023-2029年【报告编号】：405431【出版时间】：2023年8月【出版机构】：中研智业研究院【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+电子】：7000元  
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。

第1章：生鲜电商行业发展现状与运营模式1.1 生鲜电商行业快速发展的必然性1.1.1 坚实的线下基础（1）冷库容量断增加（2）冷藏车市场供给稳定增长（3）食品冷链物流能力不断提升1.1.2 优越的电商环境（1）网民数量逐年上升（2）网购渗透率日益提升（3）跨境电商和农村电商快速发展1.1.3 良好的经济效益（1）流通环节减少，降本增利（2）易于形成品牌溢价1.1.4 完善的技术支撑（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分析1.2.1 生鲜电商发展历程1.2.2 生鲜电商产业链分析1.2.3 生鲜电商月度活跃用户1.2.4 生鲜电商市场交易规模1.3 生鲜电商行业的竞争格局1.3.1 生鲜电商移动端1.3.2 生鲜电商平台端1.3.3 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（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（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 蔬菜水果电商市场研究（1）水果市场概况（2）蔬菜市场概况（3）蔬菜水果电商市场规模（4）蔬菜水果电商竞争格局（5）蔬菜水果电商发展潜力1.5.2 海鲜电商市场研究（1）传统海鲜市场概况（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1.5.3 奶制品电商市场研究（1）传统奶制品市场概况（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1.5.4 肉类电商市场研究（1）肉类市场概况（2）肉类电商市场规模（3）肉类电商竞争格局（4）肉类电商发展潜力第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2.2.3 痛点突破成功案例(1) 沱沱工社(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) 叮咚买菜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 用户不再使用生鲜电商原因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 生鲜电商用户能力属性3.2.4 生鲜电商用户消费关注点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3.3.3 用户生鲜电商配送时长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\*\*案例4.2.1 天猫生鲜(1) 平台概况简介(2) 覆盖城市数量(3) 平台运营模式(4) 平台物流模式(5) 平台营销推广(6) 平台服务特色4.2.2 京东生鲜(1) 平台概况简介(2) 物流网络情况(3) 平台用户规模(4) 平台运营模式(5) 平台营销推广(6) 平台服务特色4.2.3 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(6) 平台服务特色4.2.4 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(6) 平台营销推广(7) 平台服务特色4.3 垂直类生鲜电商\*\*案例4.3.1 叮咚买菜(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(6) 平台营销推广(7) 平台服务特色4.3.2 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(6) 平台营销推广(7) 平台服务特色4.3.3 每日优鲜(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(6) 平台服务特色4.3.4 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(6) 平台营销推广(7) 平台服务特色4.4 传统零售生鲜电商\*\*案例4.4.1 沃尔玛(1) 平台概况简介(2) 平台运营模式(3) 平台营销推广(4) 平台服务特色4.4.2 大润发优鲜(1) 平台概况简介(2) 覆盖城市数量(3) 平台运营模式(4) 平台物流模式(5) 平台服务特色4.4.3 永辉超市(1) 平台概况简介(2) 覆盖城市数量(3) 业务布局(4) 平台物流模式(5) 经营策略(6) 平台服务特色4.5 新零售方向生鲜电商\*\*案例4.5.1 多点Dmall(1) 平台概况简介(2) 覆盖城市数量(3) 平台运营模式(4) 业务布局(5) 平台服务特色4.5.2 盒马鲜生(1) 平台概况简介(2) 覆盖城市数量(3) 平台运营模式(4) 平台物流模式(5) 平台服务特色4.6 生鲜电商平台失败案例研究4.6.1 物流配送失败案例：优菜网(1) 失败平台概述(2) 失败原因总结4.6.2 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4.6.3 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4.6.4 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 行业发展阶段判断5.1.2 生鲜电商市场规模预测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5.2.2 生鲜电商产品趋势(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概况(1) 总投融资情况分析(2) 投融资轮次分析(3) 投融资事件分析6.1.2 生鲜电商行业投资推动因素(1) 政策持续加码，经济环境稳中向好(2) 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6.2.3 生鲜电商投资现状特点6.3 生鲜电商行业投资策略规划6.3.1 生鲜电商运营策略6.3.2 生鲜电商产品经营策略图表目录图表1：2018-2023年中国冷库容量情况(单位：万吨，%) 图表2：2018-2023年中国冷藏车销售量(单位：万辆，%) 图表3：2017-2023年中国食品冷链物流总额情况(单位：亿元，%) 图表4：2018-2023年网民规模及互联网普及率(单位：万人，%) 图表5：2017-2023年中国网购用户规模及网购渗透率增长情况(单位：亿人，%) 图表6：生鲜电商大大减少了传统渠道中的流通环节 图表7：生鲜农产品不同采购模式毛利率比较(单位：%) 图表8：沱沱公社的品牌效应 图表9：我国生鲜电商第三阶段(2013年

-至今) 历程图表10：中国生鲜电商发展历程图表11：中国生鲜电商行业产业链图谱图表12：2023年春节后v.s. 2020年春节后中国生鲜电商行业活跃用户规模（单位：万人）图表13：2016-2023年生鲜电商行业市场交易规模情况（单位：亿元）图表14：2023年生鲜电商APP活跃用户榜单（单位：万人，%）图表15：2023年\*\*\*受欢迎生鲜电商平台图表16：综合电商平台类生鲜电商优劣势分析图表17：Amazon Fresh的发展路径图表18：Amazon Fresh经营的生鲜品类图表19：Amazon Fresh成功因素分析图表20：Ocado成功因素分析图表21：Farmigo模式创新分析图表22：垂直电商平台类生鲜电商优劣势分析图表23：Fresh Direct成功因素分析图表24：Relay Foods成功因素分析图表25：Oisix成功因素分析图表26：物流企业平台类生鲜电商优劣势分析图表27：顺丰优选的核心能力分析图表28：顺丰优选的运营模式分析图表29：传统零售平台类生鲜电商优劣势分析图表30：2013-2023年中国水果产量及增速（单位：万吨，%）图表31：2013-2023年中国蔬菜产量情况（单位：万吨，%）图表32：2016-2023年中国蔬菜水果电商市场规模情况（单位：亿元）图表33：2013-2023年中国海水产品产量情况（单位：万吨）图表34：2016-2023年中国海鲜电商市场规模情况（单位：亿元）图表35：现阶段中国水产海鲜电商竞争格局分析图表36：2013-2023年中国乳制品产量情况（单位：万吨，%）图表37：2013-2023年中国乳制品销售量情况（单位：万吨，%）图表38：2016-2023年中国奶制品电商市场规模情况（单位：亿元）图表39：2023年中国奶制品电商市场竞争格局情况（单位：%）图表40：2013-2023年中国肉类产量情况（单位：万吨，%）图表41：2016-2023年中国肉类年人均消费情况（单位：千克，%）图表42：2015-2023年中国肉类电商市场规模情况（单位：亿元）图表43：生鲜电商产品配送痛点解析图表44：不同生鲜电商产品对冷链物流的要求对比图表45：自营冷链宅配与第三方物流优劣比较图表46：解决消费者体验感与物流成本间的矛盾图表47：顺丰速运的全程冷链配送图表48：菜鸟冷链平台基本情况图表49：电商渠道的生鲜产品供应过程图表50：常温商品与冷藏商品的供应成本比较（冷链外包）图表51：生鲜电商自营冷链成本构成图表52：生鲜电商供应痛点突破策略图表53：沱沱工社的当前模式与未来发展模式图表54：京东生鲜电商物流配送体系图表55：生鲜电商用户体验痛点解析图表56：极食客——圈住心灵图表57：发烧友——圈住兴趣图表58：爱好者——圈住参与图表59：折扣狂——圈住分享图表60：叮咚买菜营销模式分析图表61：生鲜电商发展痛点解析图表62：生鲜电商发展痛点突破策略图表63：我买网生鲜配送区域精准限定图表64：用户使用生鲜电商情况（单位：%）图表65：2023年用户使用生鲜电商的频率（单位：%）图表66：用户使用生鲜电商的原因（单位：%）图表67：用户不确定或不会再使用生鲜电商的原因（单位：%）图表68：生鲜电商用户性别属性（单位：%）图表69：生鲜电商用户年龄属性（单位：%）图表70：生鲜电商用户消费能力属性（单位：%）图表71：生鲜电商用户消费关注点（单位：%）图表72：用户生鲜电商购买种类（单位：%）图表73：生鲜电商平台用户偏好（单位：%）图表74：用户生鲜网购用户期望配送时长（单位：%）图表75：用户半成品食材购买情况（单位：%）图表76：用户购买半成品食材的原因（单位：%）图表77：用户半成品食材购买习惯（单位：%）图表78：用户半成品食材购买频率（单位：%）图表79：基于资源与运营模式的生鲜电商分类图表80：基于细分市场的生鲜电商分类图表81：喵鲜生运营模式图表82：京东生鲜物流网络图解图表83：京东生鲜供应链体系图解图表84：2019-2023年京东月活跃用户数（单位：万人）图表85：京东生鲜运营模式简析图表86：2019-2023年苏宁易购月活跃用户数（单位：万人）图表87：2018-2023年苏宁易购物流情况（单位：个，万平方米）图表88：叮咚买菜发展历程图表89：叮咚买菜运营模式图表90：叮咚买菜营销模式分析图表91：我买网基本信息表图表92：我买网运营模式简析图表93：每日优鲜运营模式分析图表94：每日优鲜全品类产品图表95：天天果园运营模式简析图表96：大润发物流配送中心分布图图表97：永辉超市发展历程图解图表98：永辉在生鲜采购模式的布局图表99：盒马鲜生运营模式简析图表100：盒马鲜生主要品类SKU占比（单位：%）图表101：优菜网物流配送失败原因总结图表102：小农女目标人群失败原因总结图表103：济南买菜网用户习惯失败原因总结图表104：福州家百福标准化模式失败原因总结图表105：2023-2029年我国生鲜电商市场规模预测（单位：亿元）图表106：生鲜电商运营模式趋势解析图表107：2016-2023年我国生鲜电商行业融资情况（单位：笔，亿元）图表108：2016-2023年我国生鲜电商行业融资轮次分布情况（单位：%）图表109：2023年亿元以上投融资事件汇总（单位：亿元，亿美元，万美元）图表110：生鲜电商相关扶持政策汇总图表111：各投资主体投资优势分析图表112：生鲜电商运营策略分析图表113：生鲜电商产品策略分析