

# 2024-2030年中国生鲜电商 行业前景研究与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国生鲜电商行业前景研究与产业竞争格局报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/202312/11-584686.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国生鲜电商行业前景研究与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

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 垂直类生鲜电商优秀案例

##### 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 传统零售生鲜电商优秀案例

##### 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优秀案例

#### 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) 总投融情况分析
- (2) 投融资轮次分析
- (3) 投融事件分析

### 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1：2017-2021年中国冷库容量情况（单位：万吨，%）

图表2：2017-2021年中国冷藏车销售量（单位：万辆，%）

图表3：2016-2021年中国食品冷链物流总额情况（单位：亿元，%）

图表4：2017-2021年网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）

图表5：2016-2021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12：2021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13：2015-2021年生鲜电商行业市场交易规模情况（单位：亿元）

图表14：2021年生鲜电商APP活跃用户榜单（单位：万人，%）

图表15：2021年十大最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30：2012-2021年中国水果产量及增速（单位：万吨，%）

图表31：2012-2021年中国蔬菜产量情况（单位：万吨，%）

图表32：2015-2021年中国蔬菜水果电商市场规模情况（单位：亿元）

图表33：2012-2021年中国海水产品产量情况（单位：万吨）

图表34：2015-2021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36：2012-2021年中国乳制品产量情况（单位：万吨，%）

图表37：2012-2021年中国乳制品销售量情况（单位：万吨，%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202312/11-584686.html>