2024-2029年中国生鲜电商行业解决方案与投资策略规划报告

目 录

CONTENTS

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1：2018-2022年中国冷库容量情况（单位：万吨，%）
图表2：2018-2022年中国冷藏车销售量（单位：万辆，%）
图表3：2017-2022年中国食品冷链物流总额情况（单位：亿元，%）
图表4：2018-2022年网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
图表5：2017-2022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12：2022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13：2016-2022年生鲜电商行业市场交易规模情况（单位：亿元）
图表14：2022年生鲜电商APP活跃用户榜单（单位：万人，%）
图表15：2022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30：2013-2022年中国水果产量及增速（单位：万吨，%）
图表31：2013-2022年中国蔬菜产量情况（单位：万吨，%）
图表32：2016-2022年中国蔬菜水果电商市场规模情况（单位：亿元）
图表33：2013-2022年中国海水产品产量情况（单位：万吨）
图表34：2016-2022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36：2013-2022年中国乳制品产量情况（单位：万吨，%）
图表37：2013-2022年中国乳制品销售量情况（单位：万吨，%）
图表38：2016-2022年中国奶制品电商市场规模情况（单位：亿元）
图表39：2022年中国奶制品电商市场竞争格局情况（单位：%）
图表40：2013-2022年中国肉类产量情况（单位：万吨，%）
图表41：2016-2022年中国肉类年人均消费情况（单位：千克，%）
图表42：2015-2022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65：2022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84：2019-2022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86：2019-2022年苏宁易购月活跃用户数（单位：万人）
图表87：2018-2022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105：2023-2028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107：2016-2022年我国生鲜电商行业融资情况（单位：笔，亿元）
图表108：2016-2022年我国生鲜电商行业融资轮次分布情况（单位：%）
图表109：2022年亿元级以上的投融资事件汇总（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

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！