

2015-2020年中国生鲜电商行业核心痛点解析与投资策略规划报告

目 录

CONTENTS

第1章：生鲜电商行业发展全景剖析

1.1 生鲜电商行业发展必然性

- 1.1.1 坚实的线下基础
 - (1) 冷库投资不断增加
 - (2) 冷藏车市场日益增长
 - (3) 制冷设备市场繁荣
- 1.1.2 优越的电商环境
 - (1) 网购网民数量逐年上升
 - (2) 网购渗透率日益提升
 - (3) 网民消费需求日益升级
- 1.1.3 良好的经济效益
 - (1) 具备一体化运营优势
 - (2) 能够形成品牌溢价
 - (3) 能够延伸产业链条
- 1.1.4 强劲的技术支撑
 - (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规模

- 1.2.1 食品网购交易规模
- 1.2.2 食品网购产品结构
- 1.2.3 生鲜电商交易规模

1.3 生鲜电商行业的竞争格局

- 1.3.1 生鲜电商TOP20排行榜
- 1.3.2 生鲜电商移动端格局
- 1.3.3 生鲜电商平台用户偏好
- 1.3.4 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
 - 1) Amazon Fresh
 - 2) Ocado
 - 3) Farmigo
 - 4) 乐天
 - 5) MOMO
 - (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
 - 1) Fresh Direct
 - 2) Relay Foods
 - 3) Oisix
 - 4) 黑猫探险队
 - (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 水果电商市场研究

- (1) 传统水果市场概况
 - 1) 水果市场产量
 - 2) 水果市场销量
 - 3) 水果市场区域分布
- (2) 水果电商市场规模
- (3) 水果电商竞争格局
- (4) 水果电商发展潜力

1.5.2 蔬菜电商市场研究

- (1) 传统蔬菜市场概况
 - 1) 蔬菜市场产量
 - 2) 蔬菜市场销量
 - 3) 蔬菜市场区域分布
- (2) 蔬菜电商市场规模
- (3) 蔬菜电商竞争格局
- (4) 蔬菜电商发展潜力

1.5.3 海鲜电商市场研究

- (1) 传统海鲜市场概况
 - 1) 海鲜市场产量
 - 2) 海鲜市场销量
 - 3) 海鲜市场区域分布
- (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

1.5.4 奶制品电商市场研究

- (1) 传统奶制品市场概况
 - 1) 奶制品市场产量
 - 2) 奶制品市场销量
 - 3) 奶制品市场区域分布
- (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

1.5.5 冻品肉蛋电商市场研究

- (1) 传统冻品肉蛋市场概况
 - 1) 冻品肉蛋市场产量
 - 2) 冻品肉蛋市场销量
 - 3) 冻品肉蛋市场区域分布
- (2) 冻品肉蛋电商市场规模
- (3) 冻品肉蛋电商竞争格局
- (4) 冻品肉蛋电商发展潜力

第2章：生鲜电商行业核心痛点解析

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
 - (1) 强化对产品生产的管控
 - (2) 推行产品标准化、专业化
 - (3) 品牌化合作保货源品质
 - (4) 其他供应痛点突破策略
- 2.2.3 痛点突破成功案例
 - (1) 美味七七
 - (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) 天天果园

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
 - (1) 横向收购策略
 - (2) 合理配置产品组合
 - (3) 强化品牌社群黏性
 - (4) 其他发展痛点突破策略
- 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调查

3.1 生鲜电商用户普及率调查

- 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 用户不使用生鲜电商原因

3.2 生鲜电商用户属性情况调查

- 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 生鲜电商用户职业属性

3.3 生鲜电商用户消费习惯调查

- 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 用户生鲜电商配送偏好

3.4 半成品食材电商用户使用调查

- 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研究

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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.2.2 京东生鲜

- (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) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.2.3 亚马逊

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.2.4 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) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.2.5 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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.3 垂直类生鲜电商优秀案例

4.3.1 顺丰优选

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.3.2 本来生活

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色
- 4.3.3 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) 平台融资成果
 - (8) 平台服务特色
- 4.3.4 沱沱工社
 - (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) 平台融资成果
 - (8) 平台服务特色
- 4.3.5 莆田网
 - (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) 平台融资成果
 - (8) 平台服务特色
- 4.3.6 美味七七
 - (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) 平台融资成果
 - (8) 平台服务特色
- 4.3.7 菜管家
 - (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) 平台融资成果
 - (8) 平台服务特色
- 4.3.8 易果生鲜
 - (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) 平台营销推广
 - (7) 平台融资成果
 - (8) 平台服务特色
- 4.3.9 厨易时代

- (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) 平台融资成果
- (8) 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) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.4.2 飞牛网

- (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) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5 水果类生鲜电商优秀案例

4.5.1 一米鲜

- (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) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.2 许鲜网

- (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) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.3 缤果水果

- (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) 平台盈利模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.4 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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.5 依谷网

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.6 果酷

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.7 果果哒

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.5.8 鲜果蜗牛

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6 蔬菜类生鲜电商优秀案例

4.6.1 一亩田

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6.2 鲜直达

- (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) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

4.6.3 天鲜配

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6.4 多利农庄

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6.5 尚作有机

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6.6 田鲜

- (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) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6.7 美菜网

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.6.8 大厨网

- (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) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

4.7 生鲜电商平台失败案例研究

4.7.1 物流配送失败案例：谊万家

- (1) 失败平台概述
- (2) 失败原因总结

- 4.7.2 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
- 4.7.3 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
- 4.7.4 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：生鲜电商行业趋势前景评估

5.1 生鲜电商行业发展趋势预测

- 5.1.1 生鲜电商运营模式趋势
 - (1) 生鲜O2O是未来发展方向
 - (2) 生鲜电商移动化发展趋势
- 5.1.2 生鲜电商产品策略趋势
 - (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
- 5.1.3 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

5.2 生鲜电商行业发展前景评估

- 5.2.1 行业处于高速发展期
 - (1) 行业发展阶段判断
 - (2) 行业发展瓶颈突破
 - 1) 政策扶持促进冷链物流发展
 - 2) 各大电商发力物流体系建设
- 5.2.2 生鲜电商渗透率预期
 - (1) 传统渠道市场份额下降
 - (2) 生鲜电商后发优势明显
 - (3) 生鲜电商市场渗透率预测
- 5.2.3 生鲜电商市场规模预期
 - (1) 生鲜电商市场增速预期
 - (2) 生鲜电商交易规模预期

第6章：生鲜电商行业投资策略规划

6.1 生鲜电商行业投资潜力评估

- 6.1.1 生鲜电商行业现投资热潮
 - (1) 电商平台生鲜市场投资情况
 - (2) 物流企业生鲜市场投资情况
- 6.1.2 生鲜电商行业投资推动因素
 - (1) 生鲜产品市场空间广阔
 - (2) 生鲜产品购买频次很高
 - (3) 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
 - (2) 各投资主体投资优势
- 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
 - (4) 资本机构投资生鲜电商
- 6.2.3 生鲜电商成功投资案例
 - (1) 今日资本领投“新味”
 - (2) 京东投资天天果园
 - (3) 天使投资生鲜电商Dmall
 - (4) 其他成功投资案例

6.3 生鲜电商行业投资策略规划

- 6.3.1 生鲜电商模式创新策略
 - (1) 优化产业链：C2B运营模式
 - (2) 发展策略：区域化发展
 - (3) 营销策略：深耕细分市场
- 6.3.2 生鲜电商产品经营策略
 - (1) 普通商品领域：传统渠道更具竞争力
 - (2) 中高端产品：更适合生鲜电商发展

图表目录

- 图表1：2009年以来中国冷库容量
- 图表2：2009年以来中国冷库新开工情况
- 图表3：中国部分在建万吨以上冷库列表
- 图表4：2005年以来中国冷藏车市场规模增长情况
- 图表5：2008-2014年烟台冰轮工商业冷冻收入
- 图表6：2008-2014年大冷股份制制冷空调设备收入
- 图表7：冷藏车用制冷机组市场状况
- 图表8：2009-2015年中国网购网民数量增长情况
- 图表9：2009-2015年中国网购渗透率增长情况
- 图表10：消费者愿意为食品安全支付的溢价
- 图表11：生鲜电商大大减少了传统渠道中的流通环节
- 图表12：生鲜电商参与之后的黄瓜流通过程
- 图表13：沱沱公社的品牌效应
- 图表14：生鲜农产品采购模式占比
- 图表15：生鲜农产品不同采购模式毛利率比较
- 图表16：2009-2014年中国食品网购交易规模增长情况
- 图表17：2014年中国网购食品产品结构图
- 图表18：2010-2015年中国生鲜产品电商交易规模增长情况
- 图表19：2014年中国生鲜电商TOP20排行榜
- 图表20：2015年中国生鲜电商移动端TOP10排行榜
- 图表21：生鲜电商平台用户偏好（单位：%）
- 图表22：综合电商平台类生鲜电商优劣势分析
- 图表23：垂直电商平台类生鲜电商优劣势分析
- 图表24：物流企业平台类生鲜电商优劣势分析
- 图表25：传统零售平台类生鲜电商优劣势分析
- 图表26：生鲜电商产品配送痛点解析
- 图表27：不同生鲜电商产品对冷链物流的要求对比
- 图表28：部分生鲜电商自营冷链宅配的成本
- 图表29：自营冷链宅配与第三方物流优劣比较
- 图表30：解决消费者体验感与物流成本间的矛盾
- 图表31：电商渠道的生鲜产品供应过程
- 图表32：常温商品与冷藏商品的供应成本比较（冷链外包）
- 图表33：生鲜电商自营冷链成本构成
- 图表34：不同生鲜电商冷链配送效率比较
- 图表35：生鲜电商用户体验痛点解析
- 图表36：极食客：圈住心灵
- 图表37：发烧友：圈住兴趣
- 图表38：爱好者：圈住参与
- 图表39：折扣狂：圈住分享
- 图表40：生鲜电商发展痛点解析
- 图表41：用户使用生鲜电商情况（单位：%）
- 图表42：用户使用生鲜电商的频率（单位：%）
- 图表43：用户使用生鲜电商的原因（单位：%）
- 图表44：用户不使用生鲜电商的原因（单位：%）
- 图表45：生鲜电商用户性别属性（单位：%）
- 图表46：生鲜电商用户年龄属性（单位：%）

- 图表47: 生鲜电商用户职业属性 (单位: %)
- 图表48: 用户生鲜电商购买种类 (单位: %)
- 图表49: 用户生鲜电商购买平台 (单位: %)
- 图表50: 用户生鲜电商配送偏好 (单位: %)
- 图表51: 用户半成品食材购买情况 (单位: %)
- 图表52: 用户购买半成品食材的原因 (单位: %)
- 图表53: 用户半成品食材购买频率 (单位: %)
- 图表54: 用户半成品食材购买频率 (单位: %)
- 图表55: 基于资源与运营模式的生鲜电商分类
- 图表56: 基于细分市场的生鲜电商分类
- 图表57: 天猫生鲜基本信息表
- 图表58: 天猫生鲜运营模式简析
- 图表59: 京东生鲜基本信息表
- 图表60: 京东生鲜运营模式简析
- 图表61: 亚马逊生鲜电商平台基本信息表
- 图表62: 亚马逊生鲜电商平台运营模式简析
- 图表63: 1号店生鲜电商平台基本信息表
- 图表64: 1号店生鲜电商平台运营模式简析
- 图表65: 苏宁易购生鲜电商平台基本信息表
- 图表66: 苏宁易购生鲜电商平台运营模式简析
- 图表67: 顺丰优选基本信息表
- 图表68: 顺丰优选运营模式简析
- 图表69: 本来生活基本信息表
- 图表70: 本来生活运营模式简析
- 图表71: 我买网基本信息表
- 图表72: 我买网运营模式简析
- 图表73: 沱沱工社基本信息表
- 图表74: 沱沱工社当前的运营模式与未来发展趋势
- 图表75: 莆田网基本信息表
- 图表76: 莆田网运营模式简析
- 图表77: 美味七七基本信息表
- 图表78: 美味七七运营模式简析
- 图表79: 菜管家基本信息表
- 图表80: 菜管家运营模式简析
- 图表81: 易果生鲜基本信息表
- 图表82: 易果生鲜运营模式简析
- 图表83: 厨易时代基本信息表
- 图表84: 厨易时代运营模式简析
- 图表85: 沃尔玛生鲜电商平台基本信息表
- 图表86: 沃尔玛生鲜电商平台运营模式简析
- 图表87: 飞牛网基本信息表
- 图表88: 飞牛网运营模式简析
- 图表89: 一米鲜基本信息表
- 图表90: 一米鲜运营模式简析
- 图表91: 许鲜网基本信息表
- 图表92: 许鲜网运营模式简析
- 图表93: 缤果水果基本信息表
- 图表94: 缤果水果运营模式简析
- 图表95: 天天果园基本信息表
- 图表96: 天天果园运营模式简析
- 图表97: 依谷网基本信息表
- 图表98: 依谷网运营模式简析
- 图表99: 果酷基本信息表
- 图表100: 果酷运营模式简析
- 图表101: 果果哒基本信息表
- 图表102: 果果哒运营模式简析
- 图表103: 鲜果蜗牛基本信息表
- 图表104: 鲜果蜗牛运营模式简析
- 图表105: 一亩田基本信息表

图表106: 一亩田运营模式简析
图表107: 鲜直达基本信息表
图表108: 鲜直达运营模式简析
图表109: 天鲜配基本信息表
图表110: 天鲜配运营模式简析
图表111: 多利农庄基本信息表
图表112: 多利农庄运营模式简析
图表113: 尚作有机基本信息表
图表114: 尚作有机运营模式简析
图表115: 田鲜基本信息表
图表116: 田鲜运营模式简析
图表117: 美菜网基本信息表
图表118: 美菜网运营模式简析
图表119: 大厨网基本信息表
图表120: 大厨网运营模式简析
略 . . . 完整目录请咨询客服

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!