



艾凯咨询
ICAN Consulting

2021-2026年中国生鲜电商行业 市场运营态势及投资战略咨询报 告

一、调研说明

《2021-2026年中国生鲜电商行业市场运营态势及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/359146.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 生鲜电商行业发展现状与运营模式

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

第二章 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

(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

第三章 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 生鲜电商用户职业属性

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 用户生鲜电商配送偏好

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

第四章 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) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

第五章 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

5.1.2 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

5.1.3 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

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

(1) 生鲜O2O是未来发展方向

(2) 生鲜电商移动化发展趋势

5.2.2 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

5.2.3 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

第六章 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 (AK HT)

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 1：2020年以来中国冷库容量

图表 2：2020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 4：2020年以来中国冷藏车市场规模增长情况

图表 5：2016-2020年烟台冰轮工商业冷冻收入

图表 6：2016-2020年大冷股份制冷空调设备收入

图表 7：冷藏车用制冷机组市场状况

图表 8：2016-2020年中国网购网民数量增长情况

图表 9：2016-2020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

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359146.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。