

2019年中国生鲜零售行业分析报告- 行业竞争现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国生鲜零售行业分析报告-行业竞争现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shuichangqilei/423491423491.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

生鲜是居民日常生活不可或缺的必需品，在零售消费市场中占据重要地位，可谓是“得生鲜者得天下”。根据统计数据 displays，2017年我国生鲜市场交易规模达17897亿元，较2016年的16782亿元同比增加了6.6%，且自2013年以来持续保持6%以上的增长率，预计2018年生鲜市场交易规模将继续增长至19135亿元，2019年将突破两万亿元。根据尼尔森对亚太零售的研究，亚洲消费者在生鲜上的花费高达食品账单的50%以上。基于我国庞大的人口基数，加上居民消费水平的不断升级，我国生鲜市场仍具有广阔的消费空间。

2011-2020年生鲜市场交易规模 数据来源：商务委

从消费属性来看，生鲜品类具有刚性需求、高频率购买、短消费半径三大属性。作为人们一日三餐必不可少的食材，生鲜具有明显的刚需特性，同时生鲜本身容易腐烂变质，保质期相对较短，故以“鲜”为美，消费者为追求生鲜的新鲜度，往往会多次少量购买生鲜产品。

根据尼尔森对消费者趋势的研究显示，我国消费者平均每周购买生鲜3次，其中水果和蔬菜的购买次数最多，即每周平均4.48次，其次是鱼类和海产品，每周平均2.39次。诺信金融研究院认为，正是因为生鲜独有的消费属性，使得消费者更倾向于通过邻近的生鲜线下门店购买生鲜，例如果多美、百果园、天天果园、社区农贸市场等，从而使其难以电商化，被实体零售视为对抗线上电商的最后一个堡垒。

生鲜行业新零售布局较早，线上线下融合模式主要有O2O和“超市+餐饮”两种模式。O2O模式以每日优鲜和京东到家为代表，主要有将商品寄存线下便利店、超市售卖，建立社区站点，整合社区超市便利店平台三种方式；“超市+餐饮模式”以盒马鲜生和超级物种为代表，采用前店后仓模式，配送时间短。生鲜新零售模式下通过线上线下融合降低成本、优化生鲜供应链，提升门店坪效。（JPTC）

生鲜行业新零售模式 资料来源：易观国际

【报告大纲】

第一部分 行业发展综述

第一章 零售行业发展概述

第一节 零售行业的相关概述

一、零售行业的基本概念

二、零售行业模式的发展

三、零售行业营销的特点

第二节 生鲜零售行业说明

一、行业作用及地位

二、行业发展条件

三、行业经营模式

第三节 生鲜零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国生鲜零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、全球宏观经济形势

二、全球贸易环境

三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况分析

二、消费价格指数CPI、PPI分析

三、全国居民收入情况解读

四、社会消费品生鲜零售总额分析

五、工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

七、对外贸易进出口分析

八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

五、生态环境分析

六、居民消费观念和习惯分析

七、社会环境对行业的影响

第四节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业未来规划

第三章 全球生鲜零售运行状况分析

第一节 全球生鲜零售市场总体情况分析

一、全球生鲜零售行业的发展概况及特点

二、全球生鲜零售市场结构

三、全球生鲜零售行业竞争格局

四、全球生鲜零售市场区域分布

第二节 主要国家生鲜零售发展情况

一、美国生鲜零售发展现状

二、日本生鲜零售发展现状

三、英国生鲜零售发展现状

第三节 国外生鲜零售经营特征

一、连锁化程度分析

二、营销手段分析

三、服务功能分析

第四节 生鲜零售业态分析

一、超市

二、购物中心

三、百货店

四、专卖店

第二部分 行业深度分析

第四章 中国生鲜零售行业运行现状分析

第一节 中国生鲜零售行业发展现状分析

一、行业发展阶段

二、行业发展总体概况

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2018年生鲜零售行业市场运行现状

一、行业市场规模分析

二、行业资产规模分析

三、行业市场发展特点

第三节 2015-2018年生鲜零售行业经营情况

一、行业销售量

二、行业销售额

1、线上交易额分析

2、线下销售额分析

三、行业利润总额

第四节 2015-2018年中国生鲜零售行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 我国生鲜零售市场价格走势分析

一、生鲜零售市场定价机制组成

二、生鲜零售价格影响因素

三、生鲜零售价格走势分析

四、2019-2025年年生鲜零售价格走势预测

第五章 我国生鲜市场需求情况分析

第一节 我国生鲜市场需求影响因素分析

一、居民食品消费结构变化

二、居民对生鲜食品的认识度变化

三、生鲜食品营养价值因素

第二节 我国生鲜市场供需分析

一、我国生鲜市场需求规模分析

二、我国生鲜市场供给能力分析

三、我国生鲜市场供需平衡分析

第三节 我国生鲜电商行业发展分析

一、生鲜电商行业发展现状

二、生鲜电商行业交易规模分析

三、生鲜电商运营模式分析

四、生鲜电商行业发展趋势分析

1、源头把控趋势

2、冷链物流趋势

3、轻库存趋势

4、体验创新趋势

5、资源整合趋势

6、数字融合趋势

五、生鲜电商面临的挑战与机遇

第六章 生鲜零售行业消费者行为分析

第一节 生鲜线上消费主体分析

一、消费者年龄结构分析

二、消费者性别比例分析

三、消费者家庭水平分析

四、消费者学历水平分析

第二节 消费者行为特征分析

一、消费者购买频率

二、消费者重复购买指数

三、消费者购买单笔额度

第三节 线上消费者购买满意度分析

一、产品质量安全满意度

二、产品物流保鲜满意度

三、产品服务态度满意度

第四节 消费者购买关注因素分析

一、品牌知名度

二、产品价格

三、产品质量

四、购买渠道

第三部分 行业竞争格局

第七章 生鲜零售行业区域市场发展分析

第一节 华北地区

一、华北生鲜零售行业发展概况

二、华北生鲜市场需求规模分析

三、华北生鲜线上、线下零售额

四、华北生鲜零售行业市场规模

五、华北线上生鲜零售覆盖区域分析

第二节 东北地区

一、东北生鲜零售行业发展概况

二、东北生鲜市场需求规模分析

三、东北生鲜线上、线下零售额

四、东北生鲜零售行业市场规模

五、东北线上生鲜零售覆盖区域分析

第三节 华中地区

- 一、华中生鲜零售行业发展概况
- 二、华中生鲜市场需求规模分析
- 三、华中生鲜线上、线下零售额
- 四、华中生鲜零售行业市场规模
- 五、华中线上生鲜零售覆盖区域分析

第四节 华东地区

- 一、华东生鲜零售行业发展概况
- 二、华东生鲜市场需求规模分析
- 三、华东生鲜线上、线下零售额
- 四、华东生鲜零售行业市场规模
- 五、华东线上生鲜零售覆盖区域分析

第五节 华南地区

- 一、华南生鲜零售行业发展概况
- 二、华南生鲜市场需求规模分析
- 三、华南生鲜线上、线下零售额
- 四、华南生鲜零售行业市场规模
- 五、华南线上生鲜零售覆盖区域分析

第八章 生鲜零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业SWOT分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

第三节 生鲜零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 中国生鲜零售行业竞争格局综述

一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业产品竞争格局

第五节 中国生鲜零售行业竞争策略分析

一、价格竞争策略

二、差异化策略

三、多样化策略

三、服务细化策略

第九章 生鲜零售行业领先企业分析

第一节 山西美特好连锁超市股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 华润万家有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 沃尔玛（中国）投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 大润发

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 麦德龙股份公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 家乐福集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 永辉超市

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 天天果园

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 中粮我买网

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业生鲜销售规模分析

四、企业销售模式分析

五、企业线上布局分析

六、企业发展趋势分析

第十节 盒马鲜生

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 投资前景预测

第十章 2019-2025年生鲜零售行业投资前景预测

第一节 中国生鲜零售行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 2019-2025年年生鲜零售行业投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2019-2025年年生鲜零售行业趋势预测分析

一、2019-2025年年生鲜零售行业交易规模预测

二、2019-2025年年生鲜零售行业线上比重预测

第四节 中国生鲜零售行业投资前景

- 一、行业政策险
- 二、行业关联产业风险
- 三、行业技术风险
- 四、行业其他风险

第十一章 2019-2025年生鲜零售行业投资投资前景研究

第一节 生鲜零售行业竞争战略研究

- 一、成本领先战略
- 二、蓝海战略
- 三、差异化战略
- 四、品牌经营战略
- 五、目标集聚战略
- 六、成本领先和目标集聚混合战略

第二节 对我国生鲜零售行业品牌的战略思考

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略

第三节 生鲜零售行业投资规划建议及建议

- 一、2019-2025年年行业投资规划建议
- 二、2019-2025年年行业投资方式建议
- 三、2019-2025年年行业投资方向建议

图表目录：

- 图表：生鲜零售行业产品的分类结构
- 图表：生鲜零售行业成长周期图
- 图表：2018年GDP初步核算数据
- 图表：GDP环比和同比增长速度
- 图表：2015-2018年我国GDP季度累计增长图
- 图表：2015-2018年我国消费价格指数增长趋势图
- 图表：2018年我国居民人均收入情况
- 图表：2015-2018年我国居民恩格尔系数情况
- 图表：2018年我国居民可支配收入情况

图表：2018年我国对外贸易进出口情况

图表：生鲜零售行业全球市场规模

图表：2018年生鲜零售行业区域集中度

图表：2018年生鲜零售行业企业集中度

图表：2018年生鲜零售行业市场集中度

图表：2015-2018年行业市场结构

图表：2015-2018年生鲜零售行业企业数量

图表：2019-2025年年生鲜零售行业线上交易比重预测

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国生鲜零售行业分析报告-行业竞争现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuichangqilei/423491423491.html>