

2019年中国生鲜行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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年中国生鲜行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/374614374614.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

生鲜是指未经烹调、制作等深加工过程，只做必要保鲜和简单整理上架而出售的初级产品，以及面包、熟食等现场加工品类的商品的统称。在日常生活中，水果、蔬菜占据了生鲜市场大半比例。

生鲜产品销售额占比 资料来源：中国报告网整理

得益于国内庞大的人口基数，人们对于生鲜的需求越来越大，截止到2017年，已经达到了1.79万亿的市场交易规模。

2011-2017年中国生鲜交易市场规模 资料来源：中国报告网整理

随着我国生鲜市场的不断扩大，生鲜供应链与之匹配呈现出了不同程度的不足：1、产品流通半径小；2、流通环节多，流通链条长，产品损耗大；3、生产端产品质量缺乏标准、产品安全难以有效控制；4、渠道端加价率高；5、农产品及生鲜产品渠道销售分布情况：菜市场78%的占比，依旧是主导地位；6、农贸市场个体商贩对产品的信息处于信息不对称的状态；6、农贸市场个体商贩对产品的信息处于信息不对称的状态；7、农贸市场个体商贩没有议价能力、劳动强度大（基本每天20小时工作）；8、普通消费者希望获得新鲜、安全的食材，苦于成本、物流等难点，难以获得。

目前，国内生鲜供应链体系存在两种模式，传统的供应链体系和现代化超市的供应链体系；而开放平台式的生鲜供应链体系正在形成，以永辉彩食鲜、美菜、宋小菜、善之农为代表的第三方供应链体系，控货不控店整合上游种植养殖基地，收集小B端订单，实现规模集采集运等。而对比来看，封闭式的现代化体系超市效率更高，开放式的生鲜供应链体系次之，但整体高于传统的生鲜采购模式。

传统的供应链体系和超市生鲜的供应链体系 资料来源：公开资料整理

当前我国果蔬、肉类、水产品的冷链流通率，即在物流过程中采用冷链物流的比重，分别为22%、34%、41%，冷藏运输率分别为35%、57%、69%，与发达国家平均水平差距巨大。远距离运输需要较完善的基础设施，而从冷藏车的以及冷库角度来看，国内在基础设施方面存在较大的不足，导致生鲜（蔬果、水产品、肉制品等）运输半径小（一般为1-20公里），本地化消费占多数，而在需求比较旺盛的区域，存在供给不足的情况，产品价格较高，同时在运输过程中存在较大的损耗，供给与需求存在失衡。

中国与欧美日等发展国家在冷藏保温车上存在较大差距 资料来源：公开资料整理

国内在果蔬、肉类等保鲜率与发达国家存在差距 资料来源：公开资料整理

由于国内生鲜巨大的需求，将倒逼国内供应链体系的改革，因此在新零售时代，构建现代新型供应链体系的目标十分明确：

1、新零售专业供应链服务商。农产品零售端从B2C到C2B的转变，新零售呼唤“专业供应链服务商”；消费者由商品需求转变为体验需求，对生鲜产品价格、新鲜度要求度提升。

2、农产品流通市场主体（小/散/弱/低）的集约化进程开始加速。国内农业从业人口下

降，作坊式养殖种植农户开始向规模化集约化的基地转变，片状土地集聚，形成公司化的基地养殖和种植，逐步解决分散化采购标准化问题。

3、新技术与数字化浪潮推动农产品流通的全渠道时代。SaaS应用以及互联网技术提升产业链效率，从后端采购到前端运营，新技术以及数字化推动订单采购的规模，前端需求的集约化倒逼后端供应链效率提升。（LP）

观研天下发布的《2019年中国生鲜行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国生鲜行业发展概述

第一节 生鲜行业发展情况概述

- 一、生鲜行业相关定义
- 二、生鲜行业基本情况介绍
- 三、生鲜行业发展特点分析

第二节 中国生鲜行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、生鲜行业产业链条分析

三、中国生鲜行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国生鲜行业生命周期分析

一、生鲜行业生命周期理论概述

二、生鲜行业所属的生命周期分析

第四节 生鲜行业经济指标分析

一、生鲜行业的赢利性分析

二、生鲜行业的经济周期分析

三、生鲜行业附加值的提升空间分析

第五节 国中生鲜行业进入壁垒分析

一、生鲜行业资金壁垒分析

二、生鲜行业技术壁垒分析

三、生鲜行业人才壁垒分析

四、生鲜行业品牌壁垒分析

五、生鲜行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球生鲜行业市场发展现状分析

第一节 全球生鲜行业发展历程回顾

第二节 全球生鲜行业市场区域分布情况

第三节 亚洲生鲜行业地区市场分析

一、亚洲生鲜行业市场现状分析

二、亚洲生鲜行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲生鲜行业市场前景分析

第四节 北美生鲜行业地区市场分析

一、北美生鲜行业市场现状分析

二、北美生鲜行业市场规模与市场需求分析

三、北美生鲜行业市场前景分析

第五节 欧盟生鲜行业地区市场分析

一、欧盟生鲜行业市场现状分析

二、欧盟生鲜行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟生鲜行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界生鲜行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球生鲜行业市场规模预测

第三章 中国生鲜产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品生鲜总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国生鲜行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国生鲜产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国生鲜行业运行情况

第一节 中国生鲜行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国生鲜行业市场规模分析

第三节 中国生鲜行业供应情况分析

第四节 中国生鲜行业需求情况分析

第五节 中国生鲜行业供需平衡分析

第六节 中国生鲜行业发展趋势分析

第五章 中国生鲜所属行业运行数据监测

第一节 中国生鲜所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国生鲜所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国生鲜所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国生鲜市场格局分析

第一节 中国生鲜行业竞争现状分析

一、中国生鲜行业竞争情况分析

二、中国生鲜行业主要品牌分析

第二节 中国生鲜行业集中度分析

一、中国生鲜行业市场集中度分析

二、中国生鲜行业企业集中度分析

第三节 中国生鲜行业存在的问题

第四节 中国生鲜行业解决问题的策略分析

第五节 中国生鲜行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国生鲜行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国生鲜行业消费特点

第二节 中国生鲜行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 生鲜行业成本分析

第四节 生鲜行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国生鲜行业价格现状分析

第六节 中国生鲜行业平均价格走势预测

- 一、中国生鲜行业价格影响因素
- 二、中国生鲜行业平均价格走势预测
- 三、中国生鲜行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国生鲜行业区域市场现状分析

第一节 中国生鲜行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区生鲜市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区生鲜市场规模分析
- 四、华东地区生鲜市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区生鲜市场规模分析
- 四、华中地区生鲜市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区生鲜市场规模分析

第九章 2016-2018年中国生鲜行业竞争情况

第一节 中国生鲜行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国生鲜行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国生鲜行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 生鲜行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国生鲜行业发展前景分析与预测

第一节 中国生鲜行业未来发展前景分析

- 一、生鲜行业国内投资环境分析
- 二、中国生鲜行业市场机会分析
- 三、中国生鲜行业投资增速预测

第二节 中国生鲜行业未来发展趋势预测

第三节 中国生鲜行业市场发展前景预测

- 一、中国生鲜行业市场规模预测
- 二、中国生鲜行业市场规模增速预测
- 三、中国生鲜行业产值规模预测
- 四、中国生鲜行业产值增速预测
- 五、中国生鲜行业供需情况预测
- 第四节中国生鲜行业盈利走势预测
- 一、中国生鲜行业毛利润同比增速预测
- 二、中国生鲜行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国生鲜行业投资风险与营销分析

第一节 生鲜行业投资风险分析

- 一、生鲜行业政策风险分析
- 二、生鲜行业技术风险分析
- 三、生鲜行业竞争风险分析
- 四、生鲜行业其他风险分析

第二节 生鲜行业企业经营发展分析及建议

- 一、生鲜行业经营模式
- 二、生鲜行业销售模式
- 三、生鲜行业创新方向

第三节 生鲜行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国生鲜行业发展策略及投资建议

第一节 中国生鲜行业品牌战略分析

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

第二节 中国生鲜行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国生鲜行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国生鲜行业发展策略及投资建议

第一节中国生鲜行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国生鲜行业定价策略分析

第三节中国生鲜行业营销渠道策略

一、生鲜行业渠道选择策略

二、生鲜行业营销策略

第四节中国生鲜行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国生鲜行业重点投资区域分析

二、中国生鲜行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuichangqilei/374614374614.html>