

# 2021年中国生鲜电商市场分析报告- 市场现状调查与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国生鲜电商市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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/hulianwang/536475536475.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

生鲜电商，即生鲜产品电子商务，指用电子商务的手段在互联网上直接销售生鲜类产品，如新鲜水果、蔬菜、生鲜肉类等，是新兴产业之一。目前我国生鲜电商主要经营模式主要分为四大类：综合平台电商、垂直电商、物流电商、生鲜新零售。

我国生鲜电商主要经营模式

资料来源：公开资料整理

随着消费升级以及电子商务快速发展，近五年来我国生鲜电商行业保持向好发展态势，交易规模不断扩大，市场渗透率逐年攀升。

数据显示，2019年我国生鲜电商行业交易规模为2554.5亿元，同比增长31%，2020年约为\*\*亿元。

2015-2020年我国生鲜电商行业交易规模变化

数据来源：公开资料整理

数据显示，截至2019年我国生鲜电商行业市场渗透率达4.67%，同比上年提升0.87%，2020年约为\*\*%。

2015-2020年我国生鲜电商行业市场渗透率变化

数据来源：公开资料整理

### 一、优势分析

(1) 具有显著的聚客效应：生鲜具有高频、刚需、全人群覆盖的特点，从需求方面看，生鲜产品包括蔬菜、肉禽蛋、水产、水果等，包含人们一日三餐的食材需求，虽然不同年龄人群可能选择渠道会有不同，但对于生鲜的需求是不可缺少的；从购买频次看，生鲜整体的购买频次达到51次/年，高于快消品总体的消费频次；这对于线下的超市还是线上的生鲜电商而言，都具备成为优质流量入口的潜力。

(2) 抗风险性高：生鲜属于刚需品，不论在经济萧条还是什么其他情况下，人们会减少在其他商品上的消费，但是在生鲜类日常需要的商品上不会有大幅度的削减。

(3) 赛道广阔，替代趋势明显：随着互联网时代的到来，电子商务快速发展，目前我国生鲜交易中，农贸市场渠道份额不断萎缩，超市和电商渠道份额增长较快，替代效应显著。随着我国“农改超”政策进一步推进，生鲜电商加速崛起成为必然。

我国生鲜电商行业优势分析

资料来源：公开资料整理

### 二、劣势分析

(1) 流通环节众多，层层加价且流转时间长：生鲜电商不同环节之间的运输是割裂的，又有干线物流和支线物流等加入到生鲜流通链中，导致每个环节层层加价，整体流转时间变长，效率变低。

(2) 损耗率高：我国冷链物流发展尚不成熟，生鲜冷链运输比例低，加上流通环节多

，流转时间长导致我国生鲜产品损耗率显著高于其他渠道。

（3）同质化现象严重：生鲜作为农产品，不同生产商生产出的商品品质差别极为有限，因此长期以来仍以品类、产地区分为主，缺乏品牌效应，同质化十分严重。

（4）商品标准难以统一：商品的新鲜程度、品质、外貌难以统一，会造成实物与图不相符的情况，从而会增高退换货的频率，增加人工成本等一系列的支出。

（5）配送力度较大：由于生鲜电商的目标客户多为上班族，都会提前订购，而且为保证食材的新鲜度都会配送时间都会要求集中在一个时间段。在时间及配送条件上，生鲜产品存在着众多挑战和局限。

## 我国生鲜电商行业劣势分析

资料来源：公开资料整理

### 三、机遇分析

（1）政府为生鲜电商行业发展提供政策支持：近年来，中央和地方大力推进“互联网+”农业，对物流企业、涉农电商给予政策优惠，鼓励涉农电商发展，为生鲜电商发展提供了重要的发展机遇。

## 2015-2020年我国生鲜电商行业相关政策规划

时间

政策规划

要点

2015年2月

《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》

提出创新农产品流通方式，加快全国农产品市场体系转型升级，着力加强设施建设和配套服务，完善全国农产品流通骨干网络；积极支持优势农产品出口；支持农产品贸易做强，加快培育具有国际竞争力的农业企业集团。

2016年10月

《全国农业现代化规划（2016—2020年）的通知》

提出完善农产品市场流通体系，实施农产品产区预冷工程，建设农产品产地运输通道、冷链物流配送中心和配送站；支持城市社区设立鲜活农产品直销网点，推进商贸流通、供销、邮政等系统物流服务网络和设施为农服务；加快发展农产品电子商务，完善服务体系，引导新型经营主体对接各类电子商务平台，健全标准体系和冷链物流体系，到“十三五”末农产品网上零售额占农业总产值比重达到8%。

2017年3月

《“十三五”全国农产品质量安全提升规划》

提出产品质量安全关系公众身体健康和农业产业发展，是农业现代化建设的重要内容，在“十三五”期间，应大力推进农业标准化，加快发展无公害农产品，积极发展绿色食品，因地制宜发展有机农产品。

2017年4月

《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》

提出健全冷链物流标准和服务规范体系，完善冷链物流基础设施网络，鼓励冷链物流企业经营创新，提升冷链物流信息化水平，加快冷链物流技术装备创新和应用，加大行业监管力度，创新管理机制，完善政策支持体系。

2017年10月

《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》

明确提出了“到2020年将培育100家左右的全球供应链领先企业，重点产业的供应链竞争力进入世界前列，中国成为全球供应链创新与应用的重要中心”的发展目标。

2018年4月

《关于开展供应链创新与应用试点的通知》

其中试点城市的重点任务之一是：建立健全农业供应链，结合本地特色农业，优先选择粮食、果蔬、茶叶、药材、乳制品、蛋品、肉品、水产品、酒等重要产品，立足区域特色优势，充分发挥农业产业化龙头企业示范引领作用，推动供应链资源集聚和共享，打造联结农户、新型农业经营主体、农产品加工流通企业和终端消费者的紧密型农产品供应链，构建完善全产业链各环节相互衔接配套的绿色可追溯农业供应链体系。

2019年1月

《关于坚持农业农村优先发展做好“三农工作的若干意见》

推进重要农产品全产业链大数据建设，加强国家数字农业农村系统建设;继续开展电子商务。进农村综合示范，实施“互联网+”农产品出村进城工程。全面推进信息进村入户，依托“互联网+”推动公共服务向农村延伸。

2019年5月

《关于开展2019年电子商务进农村综合示范工作的通知》

以电子商务进农村综合示范为抓手，加强农村流通设施建设，提升公共服务水平，促进产销对接，探索数据驱动，打造综合示范“升级版”，构建普惠共享、线上线下融合、工业品下乡和农产品进城畅通的农村现代流通体系。

2019年12月

《关于实施“互联网+农产品出村进城工程的指导意见》

建立完善适应农产品网络销售的供应链体系、运营服务体系和支撑保障体系，促进农产品产销顺畅衔接、优质优价，带动农业转型升级、提质增效。

2020年1月

《数字农业农村发展规划(2019-2025年)》

深化电子商务进农村综合示范，实施“互联网+”农产品出村进城工程，推动人工智能、大数据赋能农村实体店，全面打通农产品线上线下营销通道。

2020年4月

### 《关于做好2020年农业生产发展等项目实施工作的通知》

提升便民服务、电子商务、培训体验服务水平，推进“互联网+”农产品出村进城。

2020年5月

### 《“互联网+”农产品出村进城工程试点工作方案》

发挥“互联网+”在推进农产品生产、加工、储运、销售各环节高效协同和产业化运营中的作用，培育出一批具有较强竞争力的县级农产品产业化运营主体，建立完善适应农产品网络销售的供应链体系、运营服务体系和支撑保障体系。

2020年6月

### 《关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》

深入开展电子商务进农村综合示范、夯实农村物流基础设施，健全农村电商公共服务体系，培育壮大农村市场主体，畅通农产品进城和工业品下乡。资料来源：公开资料整理

(2) 信息技术为生鲜电商发展提供技术支持：计算机提高了生鲜电商的运营效率，第五代移动通信技术(5G)物联网、大数据等新一代信息技术的发展成为生鲜电商行业发展的重要助力。

(3) 基础设施建设为生鲜电商发展提供便利：冷链物流设备的专业化、标准化不断提升，相关配套日趋完善，不仅可以自建冷链，也可以有偿使用其他企业高品质的冷链进行运输配送；交通道路的基础建设为长距离、高品质运送提供了保障；农村宽带网络的全覆盖、智能手机的普及等改善了农村电商的发展环境；移动支付、食品安全、商贸流通等方面，相关管理制度和标准规范的不断完善为提升生鲜农产品价值创造了坚实的基础。

(4) 生鲜电商消费群体潜力巨大：城镇居民人均收入稳步增长，人们对特色、高质、安全的生鲜农产品的需求不断增加，此外，我国互联网使用规模不断增长，新一代年轻人的网购消费习惯已经形成，有利于生鲜电商行业保持快速发展。

我国生鲜电商行业机遇分析

资料来源：公开资料整理

#### 四、威胁分析

(1) 客户需求多变导致市场预测及应对困难：生鲜农产品在订单浮动、消费者观念以及技术方面都较其他产品面临更大挑战。首先，生鲜农产品的线上销售极易受天气节假日的影响，库存不确定，会增加运营成本；其次，消费者对于网购生鲜农产品常常存有疑虑，没有看到实物就购买不是很放心，消费体验不佳，售后难度大；最后，生鲜农产品的信息化程度与成本密切相关，数据的实时更新、配送和库存的管理，都需要强大的后台技术体系保障，而大数据背景下需要巨大投资。

(2) 产品标准化成本大：生鲜农产品本身附加值有限、同质化严重，电商化过程中也存在标准化难度大、品控难的问题，导致品相、口感等无法标准化生产，加之我国小农业的特点，空间分散，生鲜农产品集聚效应不足，标准化成本高昂。

(3) 物流配送时效影响产品附加值：生鲜农产品的价值与其新鲜度呈正相关关系，且

本身具有易损易腐性,不能长期存放,且消费者消费生鲜农产品的欲望会随时间急剧变化。因此,物流配送时间越长,生鲜农产品的价值就越低。

### 我国生鲜电商行业发展威胁分析

资料来源:公开资料整理(shz)

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国生鲜电商市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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。

### 【报告大纲】

#### 第一章 2017-2020年中国生鲜电商行业发展概述

##### 第一节 生鲜电商行业发展情况概述

- 一、生鲜电商行业相关定义
- 二、生鲜电商行业基本情况介绍
- 三、生鲜电商行业发展特点分析
- 四、生鲜电商行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、生鲜电商行业需求主体分析

## 第二节 中国生鲜电商行业上下游产业链分析

### 一、产业链模型原理介绍

### 二、生鲜电商行业产业链条分析

### 三、产业链运行机制

#### 1、沟通协调机制

#### 2、风险分配机制

#### 3、竞争协调机制

### 四、中国生鲜电商行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

## 第三节 中国生鲜电商行业生命周期分析

### 一、生鲜电商行业生命周期理论概述

### 二、生鲜电商行业所属的生命周期分析

## 第四节 生鲜电商行业经济指标分析

### 一、生鲜电商行业的赢利性分析

### 二、生鲜电商行业的经济周期分析

### 三、生鲜电商行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国生鲜电商行业进入壁垒分析

### 一、生鲜电商行业资金壁垒分析

### 二、生鲜电商行业技术壁垒分析

### 三、生鲜电商行业人才壁垒分析

### 四、生鲜电商行业品牌壁垒分析

### 五、生鲜电商行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球生鲜电商行业市场发展现状分析

### 第一节 全球生鲜电商行业发展历程回顾

### 第二节 全球生鲜电商行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲生鲜电商行业地区市场分析

#### 一、亚洲生鲜电商行业市场现状分析

#### 二、亚洲生鲜电商行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲生鲜电商行业市场前景分析

### 第四节 北美生鲜电商行业地区市场分析

#### 一、北美生鲜电商行业市场现状分析

#### 二、北美生鲜电商行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美生鲜电商行业市场前景分析

### 第五节 欧洲生鲜电商行业地区市场分析



- 一、欧洲生鲜电商行业市场现状分析
- 二、欧洲生鲜电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲生鲜电商行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界生鲜电商行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球生鲜电商行业市场规模预测
- 第三章 中国生鲜电商产业发展环境分析
- 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、全社会消费品生鲜电商总额
  - 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 中国生鲜电商行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国生鲜电商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 中国生鲜电商行业运行情况
- 第一节 中国生鲜电商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 中国生鲜电商行业市场规模分析
- 第三节 中国生鲜电商行业供应情况分析
- 第四节 中国生鲜电商行业需求情况分析
- 第五节 我国生鲜电商行业细分市场分析
  - 一、细分市场一
  - 二、细分市场二
  - 三、其它细分市场

## 第六节 中国生鲜电商行业供需平衡分析

## 第七节 中国生鲜电商行业发展趋势分析

## 第五章 中国生鲜电商所属行业运行数据监测

### 第一节 中国生鲜电商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 中国生鲜电商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 中国生鲜电商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 2017-2020年中国生鲜电商市场格局分析

### 第一节 中国生鲜电商行业竞争现状分析

#### 一、中国生鲜电商行业竞争情况分析

#### 二、中国生鲜电商行业主要品牌分析

### 第二节 中国生鲜电商行业集中度分析

#### 一、中国生鲜电商行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国生鲜电商行业市场集中度分析

### 第三节 中国生鲜电商行业存在的问题

### 第四节 中国生鲜电商行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国生鲜电商行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国生鲜电商行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国生鲜电商行业消费市场动态情况

### 第二节 中国生鲜电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 生鲜电商行业成本结构分析

第四节 生鲜电商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 中国生鲜电商行业价格现状分析

第六节 中国生鲜电商行业平均价格走势预测

一、中国生鲜电商行业价格影响因素

二、中国生鲜电商行业平均价格走势预测

三、中国生鲜电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国生鲜电商行业区域市场现状分析

第一节 中国生鲜电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区生鲜电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜电商市场规模分析

四、华东地区生鲜电商市场规模预测

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、华中地区生鲜电商市场规模分析

四、华中地区生鲜电商市场规模预测

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、华南地区生鲜电商市场规模分析

四、华南地区生鲜电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国生鲜电商行业竞争情况

第一节 中国生鲜电商行业竞争结构分析（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 中国生鲜电商行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国生鲜电商行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 生鲜电商行业企业分析（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

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

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

## 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

## 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国生鲜电商行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国生鲜电商行业未来发展前景分析

#### 一、生鲜电商行业国内投资环境分析

#### 二、中国生鲜电商行业市场机会分析

#### 三、中国生鲜电商行业投资增速预测

### 第二节 中国生鲜电商行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国生鲜电商行业市场发展预测

#### 一、中国生鲜电商行业市场规模预测

#### 二、中国生鲜电商行业市场规模增速预测

#### 三、中国生鲜电商行业产值规模预测

#### 四、中国生鲜电商行业产值增速预测

#### 五、中国生鲜电商行业供需情况预测

### 第四节 中国生鲜电商行业盈利走势预测

#### 一、中国生鲜电商行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国生鲜电商行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国生鲜电商行业投资风险与营销分析

### 第一节 生鲜电商行业投资风险分析

#### 一、生鲜电商行业政策风险分析

#### 二、生鲜电商行业技术风险分析

#### 三、生鲜电商行业竞争风险

#### 四、生鲜电商行业其他风险分析

### 第二节 生鲜电商行业应对策略

#### 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 2021-2026年中国生鲜电商行业发展战略及规划建议

## 第一节 中国生鲜电商行业品牌战略分析

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

## 第二节 中国生鲜电商行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 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 中国生鲜电商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

## 第四节 生鲜电商行业竞争力提升策略

- 一、生鲜电商行业产品差异性策略
- 二、生鲜电商行业个性化服务策略
- 三、生鲜电商行业的促销宣传策略
- 四、生鲜电商行业信息智能化策略
- 五、生鲜电商行业品牌化建设策略
- 六、生鲜电商行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国生鲜电商行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国生鲜电商行业产品策略分析

- 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 中国生鲜电商行业营销渠道策略

- 一、生鲜电商行业渠道选择策略
- 二、生鲜电商行业营销策略

第三节 中国生鲜电商行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国生鲜电商行业重点投资区域分析

二、中国生鲜电商行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/536475536475.html>