

2019年中国生鲜电商行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国生鲜电商行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/387164387164.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

一、发展环境 1、坚实的线下基础

(1) 冷库投资不断增加

2016年，作为冷库建设发展最快的国家，中国新增冷库容量3100万立方米，达到了1.07亿立方米，较2014年增长了21%，人均冷库容量达到0.143立方米。至此，中国迈入冷库容量过亿级行列。2017年我国冷库容量达到1.18亿立方米，同比增长10%。预计2018年我国冷库容量将达到1.3亿立方米。具体如下：

2013-2018年中国冷库容量情况

资料来源：全球冷链联盟（GCCA），观研天下数据中心整理

(2) 冷藏车市场日益增长

据不完全统计，我国保温冷藏车年销量近4年来一直保持在10000辆以上，截止2017年12月，我国保温冷藏车保有量为12.8万辆左右，较上年增长17000辆，增长率为15%。预计2018年我国冷藏车保有量将达到14.75万辆。具体如下：

2013-2018年中国冷藏车保有量情况

资料来源：观研天下数据中心整理 (3) 制冷设备市场繁荣

制冷设备行业与冷链行业发展状况密切相关。冷链物流主要应用在食品（含农产品）、医药、化工、电子等领域，其中食品冷链、药品冷链占比较大。与发达国家相比，我国冷链物流发展仍处于初级阶段，突出表现在我国冷藏运输率较低、农产品腐损率较高和冷链基础设施不完善等方面。随着冷链商业模式逐步成熟，我国制冷设备市场规模近年来一直保持着持续扩张的态势，2011年至2018年冷链市场规模年平均增长率为24.30%。

2、优越的电商环境

(1) 网购网民数量逐年上升

随着互联网的发展、触网用户增加以及网购方式的越来越流行，未来网购用户在整体网民中的比例将越来越高。截止2017年我国网购网民数量达到5.31亿人,2018年上半年已经达到5.69亿人，预计2018年将达到6亿人。具体如下：

2013-2018年中国网络网购用户数量

资料来源：观研天下数据中心整理 (2) 网购渗透率日益提升

随着网购的便捷性以及手机用户的提升，我国网购渗透率逐年上升，截止2017年我国网购渗透率已经达到68.3%，预计2018年将达到73%。具体如下：

2013-2018年中国网购渗透率走势 资料来源：观研天下数据中心整理

二、行业发展规模

2013年以来，我国电商食品交易呈现快速飙升趋势。2013年，我国食品电子商务总交易金额324亿元，同比增长47.9%，网购食品在网购市场总交易额占比提升到2.5%；2014年，中国食品电商总交易金额达505亿元，同比增长55.9%；2016年，电子商务交易额已经

超过20万亿元，其中食品电商额逼近700亿元，2017年我国食品网购交易规模达到832亿元。预计2018年我国食品网购交易规模将达到1008亿元。具体如下：

2013-2018年中国食品网购交易规模

资料来源：观研天下数据中心整理 2018年至今，我国消费者网购食品中，有机食品占比最多，达23%；其次是奶制品，占比（21%）；之后依次为健康食品（19%），进口食品（16%），生鲜食品（12%），地方特产（9%）。

2018年中国食品网购产品结构

资料来源：观研天下数据中心整理 2017年，中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元，同比增长59.7%。与此同时，随着行业的发展，众多生鲜电商平台开始加码生鲜供应链及物流等基础建设，并谋求多种创新模式以打造核心竞争力。预计2018年生鲜电商交易规模将达到1948亿元。具体如下：

2013-2018年中国生鲜电商交易规模

资料来源：观研天下数据中心整理 三、竞争格局

生鲜电商行业的行业集中度正在快速提升，市场正在向头部平台加速聚集，多点以728.25万活跃用户规模依旧占据榜首，每日优鲜以300.24万活跃用户规模位居第二，京东到家以200.19万活跃用户位居第三。

2018年一季度生鲜电商AAP排名

资料来源：观研天下数据中心整理 以每日优鲜在活动运营方面，每日优鲜加强与第三方机构的合作，以增强自身的曝光度。此外，每日优鲜还积极与印象笔记及海尔等机构开展新媒体维度的营销合作。在运营活动的带动下，每日优鲜APP的活跃人数环比增幅高达53.14%。京东到家优化会员卡的展示样式，在搜索无结果时支持达达跑腿代购，并优化订单列表及订单详情页，提高了消费者购物的便捷度。从活动运营角度来看，京东到家邀请彭于晏、杨坤等当红明星进行营销宣传，明星所产生的“光环效应”既帮助企业塑造了良好的品牌形象，也提高了消费者对其App的关注度。

2018年42.5%的用户偏好使用综合类生鲜电商平台购买生鲜品，如天猫喵生鲜，京东生鲜，亚马逊生鲜馆等。进一步的调查显示，用户习惯、品类丰富度是用户选择综合类平台的主要因素，分别占80.2%和75.0%。另外，平台信誉保证和支付系统也有助于赢取用户信任以及提高网购过程中的便利性，属于积极影响因素。

2018年中国生鲜电商平台用户使用偏好调查

资料来源：观研天下数据中心整理2018年综合类生鲜电商平台使用因素分析

注：此调查为多选项目（ww）

观研天下发布的《2019年中国生鲜电商行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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 2016-2018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

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、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 2016-2018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 欧盟生鲜电商行业地区市场分析

一、欧盟生鲜电商行业市场现状分析

二、欧盟生鲜电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟生鲜电商行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界生鲜电商行业分布走势预测

第七节 2019-2025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 中国生鲜电商行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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分析

二、中国生鲜电商行业企业集中度分析

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 2016-2018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

第九章 2016-2018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 2019-2025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 2019-2025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分析

四、生鲜电商行业其他风险分析

第二节 生鲜电商行业企业经营发展分析及建议

一、生鲜电商行业经营模式

二、生鲜电商行业销售模式

三、生鲜电商行业创新方向

第三节 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 2019-2025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

第十四章 2019-2025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 中国生鲜电商行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国生鲜电商行业价格策略

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/387164387164.html>