

2018年中国生鲜行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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《2018年中国生鲜行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/shipin/340513340513.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。

图表：生鲜行业新零售模式

图表来源：公开资料整理

生鲜作为新零售布局标的之一，行业有其自身特点使得新零售模式具有可行性，当前生鲜行业电商渗透率低，但未来线上销售规模可观，线下生鲜超市销售有望提升，因此线上线下融合的新零售模式推动生鲜行业发展。综合看来，生鲜行业特点如下：

生鲜产品具有特殊性，线上购买削弱消费体验。生鲜产品具有非标准化、保质期短、运输过程中易损耗等特点，导致仅靠电商平台的模式难以建立消费者对商品品质的认同。结合线下模式，用户可以在线下直观体验，更符合目前人们购买生鲜产品时“挑选购买”的采购习惯，一旦用户对该品牌电商的线下生鲜商品品质建立起信任度，再逆向推进线上生鲜电商发展，更加水到渠成。

生鲜电商渗透率低，行业发展空间大：尽管国内生鲜电商众多，但能够盈利的却很少，整体市场渗透率不高，日用品、服装等品类的大众网购习惯已经形成，但生鲜产品这种刚需、高频次消费品的网购习惯还处于培养期，可待开发市场空间较大。当前我国生鲜销售渠道仍以农贸市场为主，超市为辅，生鲜电商渗透率仅为3%，随着生鲜消费的增加，线上销售前景广阔，2017年我国生鲜电商交易规模1391亿元。

消费升级驱动产品量质齐升，我国生鲜超市渗透率有望提升：在消费复苏消费升级背景下，生鲜行业也迎来消费升级，我国生鲜消费呈现量质齐升态势，生鲜购买时消费者对高品质、高营养、新鲜、安全等关注度不断提高。生鲜消费升级倒逼生鲜产品标准化，相比于农贸市场，超市更加卫生健康，未来我国生鲜超市渗透率有望提升。

生鲜电商遭遇瓶颈，线上线下融合大有可为：易果生鲜、天天果园最初是单纯的生鲜电商，该模式下生鲜电商自建冷链与物流，多为重资产模式，导致定位高端、损耗率高、物流成本高使得发展受限，至此生鲜电商开始寻求线上线下融合，2015年天天果园启东O2O战略。2016年易果生鲜入股联华超市，盒马鲜生、超级物种这样的“生鲜+餐饮”升级模式也开始出现。

图表：我国生鲜销售渠道比例

图表来源：公开资料整理

图表：我国生鲜电商交易规模及其增长率

图表来源：公开资料整理

图表：我国人均生鲜消费趋势向上

图表来源：公开资料整理

图表：我国生鲜消费升级意愿强烈

图表来源：公开资料整理

生鲜新零售案例：盒马鲜生&超级物种

盒马鲜生：生鲜+零售+餐饮+APP，线上线下形成消费闭环

盒马鲜生是阿里巴巴对线下超市完全重构的新零售业态，其经营理念是“新鲜每一刻、所想即所得、一站购物、让吃变得快乐、让做饭变成娱乐”。经营模式采取线上+线下+餐饮的运营模式，线下门店集合超市卖场、餐饮、仓储、分拣等功能。商品定位新鲜、健康、时尚、精致，并围绕着“大厨房”概念高度精选SKU，SKU在4810（其中生鲜1281，食品3152，日用百货377）整体商品结构特点体现为中高端进口商品多，大众商品全。盒马鲜生APP的会员、商品在线下门店和线上销售数据与天猫打通，通过数据挖掘，利用销售数据去影响后端的供应链。对生鲜采用标准化小包装，并全部采用电子标签，实现线上线下同价，构建即需即买即送，只吃新鲜的消费观念。同时盒马鲜生把门店作为前置仓，提高线上消费者的购物体验，并实行免费配送+零门槛+3公里半小时送达+无条件退货。

图表：盒马鲜生门店图

图表来源：公开资料整理

图表：盒马鲜生商业模式

图表来源：公开资料整理

超级物种：背靠生超龙头永辉，八大工坊打造精致消费

超级物种是永辉超市打造的电商平台和线下体验店一体化运营的零售新业态。以80、90后追求较高生活品质的年轻消费者为主要目标顾客消费群，围绕着“轻奢餐饮”概念高度精选SKU，目前SKU在850（其中生鲜255，食品430，非食165）。店内8大物种系列覆盖美食、购物、鲜花三个领域，有主打海鲜的鲑鱼工坊、波龙工坊，主打牛排的盒牛工坊，主打鲜榨果汁和烘焙的麦子工坊，主打红酒的咏悦汇，另外还有生活厨房、健康生活有机馆以及花艺馆。背靠永辉，超级物种拥有产品供应链优势，借助永辉先进高效的生鲜供应链，大幅缩短其活鲜供应周期，从而保证了食材品质。在物流配送方面，超级物种采取前场库存+后场物流的形式，最快3公里半小时零门槛免费送达。

图表：超级物种门店图

图表来源：公开资料整理

图表：超级物种八大工坊系列

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国生鲜行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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 2018-2024年世界生鲜行业分布走势预测
 - 第七节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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2018-2024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 2018-2024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（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/340513340513.html>