

中国生鲜零售行业发展现状研究与投资战略调研报告（2022-2029年）

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《中国生鲜零售行业发展现状研究与投资战略调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202207/604747.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

生鲜是指未经烹调、制作等深加工过程，只做必要的保鲜和简单整理上架而出售的初级类产品，以及面包、熟食等现场加工品类的商品的统称。生鲜商品的特点、保存条件基本相同，需要保鲜、冷藏、冷冻；生鲜商品主要有水果、蔬菜、肉品、水产、干货及日配、熟食和糕点。

我国生鲜零售消费主要分为线上、线下渠道，其中线上渠道有电商、前置仓、社区团购等；线下渠道包括菜市场、传统商超、社区生鲜店等。现阶段生鲜零售渠道朝多元化方向发展，不同渠道有各自优劣势。

生鲜零售渠道种类

渠道方式

具体渠道

优势

劣势

线下渠道

菜市场

价格相对低廉

获取不够便捷、菜品不全、商品品质有待验证、购买比较费时、售后比较麻烦

传统超市

相对便捷

增加额外成本、利润空间有限

大卖场

品质有保障、售后比较合理

购买比较费时、菜品不全、价格比菜场偏贵、获取不够便捷

社区生鲜店

品质有保障

品类不全、价较贵

线上渠道

传统电商

价格便宜、品类齐全

送货时间较长、品质难以把控

前置仓模式

提升时效性，节省运营成本

盈利模式单一，过于依赖资本

社区团购模式

价格便宜

品类不全，需自提不够便捷

资料来源：观研天下整理

从整体来看，线下零售是国内生鲜消费的主渠道，2020年线下零售占比85.4%；但是生鲜零售显著向线上迁移，2020年线上渠道占比4.6%，较2017年提高了10.2个百分点。随着互联网与科技的深入渗透，线上消费范围愈加广阔，预计2021年线上销售占比将再次提高到19.7%，未来具有较大的上升空间。

数据来源：艾瑞咨询、观研天下整理

而在生鲜线下零售渠道中，民众整体依旧更依赖于菜市场流通渠道，不过不同级别城市的生鲜零售渠道占比存在较大差异。数据显示，三线及以下城市的菜市场类传统渠道的生鲜消费市场占比高于50%，四线及以下城市占比甚至接近70%；一二线城市的传统渠道市场竞争力不足，但生鲜电商渠道发展较快。

数据来源：艾瑞咨询、观研天下整理

从生鲜线上主要商业模式来看，O2O平台与社区团购较为流行，分别达到35%，其中O2O平台入驻门槛和成本低、社区团购性价比高；前置仓模式占比为15%。

数据来源：观研天下整理

在生鲜销售品类方面，水果、肉类、鱼类和海鲜是三大生鲜产品，合计占比70%左右；消费者对薯类、鸡蛋、豆类等需求相对较少。

数据来源：观研天下整理

当前我国生鲜零售市场规模呈逐年扩大趋势，至2020年底达到5.1亿元。生鲜市场充满活力的原因除了庞大的消费群体外，健康饮食观念逐步深入人心；生鲜食品作为日常必需品，其需求量势必将维稳增长，预计2023年生鲜零售市场规模将达到6万亿级别。

数据来源：公开资料整理

随着消费升级和消费习惯的改变，生鲜电商市场得到迅速发展。2017-2021年我国生鲜电商市场一路高歌猛进，规模从903.4亿元激增到3117.4亿元，年均复合增长率高达36.3%，2022年生鲜电商市场规模有望达到3638亿元。

数据来源：公开资料整理

面对巨大的生鲜零售市场，各路企业纷纷各显神通以占据更多市场份额。生鲜直采模式恰好满足要求，横跨多层经销环节，且维持了终端零售和生鲜生产商之间的稳定合作关系并能保

证产品品质。生鲜零售企业争先布局生鲜直采通道，推动生鲜品类精细化、标准化、数字化。（PY）

各类生鲜零售企业积极布局生鲜直采

零售业态

公司名称

生鲜直采相关举措

传统超市

永辉超市

2022年5月18日，永辉超市发布永辉田趣大米建设成果，拥有全系列9个品种，全国基地种植面积约20万亩，年产量近8万吨

家家悦

2021年年报披露已建立“以生鲜商品基地直供、杂货商品厂家直采”的总部集采模式为主，总部采购与区域采购相协调的采购体系

新零售

盒马生鲜

2022年5月15日，云南昆明荟岭鲜生有机蔬菜生产基地立牌“盒马村”，这也是目前全国最大的有机蔬菜盒马村

社区团购

多多买菜

2021年8月，成立“百亿农研专项”，以前沿技术推动农业数字化，先后在全国多地建设智慧农业技术应用示范基地，多多买菜是重要零售端口之一

美团优选

2021年11月启动“农鲜直采”计划，与浙江、江西等多个省市地方政府建立合作，充分发挥农村电商优势，加速优质农产品从原产地直达社区

生鲜电商

叮咚买菜

2021年年报披露已拥有3家农业示范园，签署118家订单种植基地

每日优选

2022年3月宣布在云南陆良新签订1000亩高原蔬菜直采基地，在全国建立了近200个“优鲜农场”直采基地，约350个“优鲜工厂”

资料来源：公开资料整理

观研报告网发布的《中国生鲜零售行业发展现状研究与投资战略调研报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国生鲜零售行业发展概述

第一节 生鲜零售行业发展情况概述

一、生鲜零售行业相关定义

二、生鲜零售特点分析

三、生鲜零售行业基本情况介绍

四、生鲜零售行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、生鲜零售行业需求主体分析

第二节 中国生鲜零售行业生命周期分析

一、生鲜零售行业生命周期理论概述

二、生鲜零售行业所属的生命周期分析

第三节 生鲜零售行业经济指标分析

一、生鲜零售行业的赢利性分析

- 二、生鲜零售行业的经济周期分析
- 三、生鲜零售行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球生鲜零售行业市场发展现状分析

- 第一节全球生鲜零售行业发展历程回顾
- 第二节全球生鲜零售行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲生鲜零售行业地区市场分析
 - 一、亚洲生鲜零售行业市场现状分析
 - 二、亚洲生鲜零售行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲生鲜零售行业市场前景分析
- 第四节北美生鲜零售行业地区市场分析
 - 一、北美生鲜零售行业市场现状分析
 - 二、北美生鲜零售行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美生鲜零售行业市场前景分析
- 第五节欧洲生鲜零售行业地区市场分析
 - 一、欧洲生鲜零售行业市场现状分析
 - 二、欧洲生鲜零售行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲生鲜零售行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界生鲜零售行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球生鲜零售行业市场规模预测

第三章 中国生鲜零售行业产业发展环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
 - 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
- 第二节我国宏观经济环境对生鲜零售行业的影响分析
- 第三节中国生鲜零售行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准

第四节政策环境对生鲜零售行业的影响分析

第五节中国生鲜零售行业产业社会环境分析

第四章 中国生鲜零售行业运行情况

第一节中国生鲜零售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

第二节中国生鲜零售行业市场规模分析

一、影响中国生鲜零售行业市场规模的因素

二、中国生鲜零售行业市场规模

三、中国生鲜零售行业市场规模解析

第三节中国生鲜零售行业供应情况分析

一、中国生鲜零售行业供应规模

二、中国生鲜零售行业供应特点

第四节中国生鲜零售行业需求情况分析

一、中国生鲜零售行业需求规模

二、中国生鲜零售行业需求特点

第五节中国生鲜零售行业供需平衡分析

第五章 中国生鲜零售行业产业链和细分市场分析

第一节中国生鲜零售行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、生鲜零售行业产业链图解

第二节中国生鲜零售行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对生鲜零售行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对生鲜零售行业的影响分析

第三节我国生鲜零售行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国生鲜零售行业市场竞争分析

第一节中国生鲜零售行业竞争现状分析

一、中国生鲜零售行业竞争格局分析

二、中国生鲜零售行业主要品牌分析

第二节中国生鲜零售行业集中度分析

一、中国生鲜零售行业市场集中度影响因素分析

二、中国生鲜零售行业市场集中度分析

第三节中国生鲜零售行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国生鲜零售行业模型分析

第一节中国生鲜零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国生鲜零售行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国生鲜零售行业SWOT分析结论

第三节中国生鲜零售行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国生鲜零售行业需求特点与动态分析

第一节中国生鲜零售行业市场动态情况

第二节中国生鲜零售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

第三节生鲜零售行业成本结构分析

第四节生鲜零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国生鲜零售行业价格现状分析

第六节中国生鲜零售行业平均价格走势预测

一、中国生鲜零售行业平均价格趋势分析

二、中国生鲜零售行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国生鲜零售行业所属行业运行数据监测

第一节中国生鲜零售行业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

第二节中国生鲜零售行业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

第三节中国生鲜零售行业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

第十章 2018-2022年中国生鲜零售行业区域市场现状分析

第一节中国生鲜零售行业区域市场规模分析

一、影响生鲜零售行业区域市场分布的因素

二、中国生鲜零售行业区域市场分布

第二节中国华东地区生鲜零售行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜零售行业市场分析

(1) 华东地区生鲜零售行业市场规模

(2) 华南地区生鲜零售行业市场现状

(3) 华东地区生鲜零售行业市场规模预测

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、华中地区生鲜零售行业市场分析

(1) 华中地区生鲜零售行业市场规模

(2) 华中地区生鲜零售行业市场现状

(3) 华中地区生鲜零售行业市场规模预测

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、华南地区生鲜零售行业市场分析

(1) 华南地区生鲜零售行业市场规模

(2) 华南地区生鲜零售行业市场现状

(3) 华南地区生鲜零售行业市场规模预测

第五节华北地区生鲜零售行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区生鲜零售行业市场分析

(1) 华北地区生鲜零售行业市场规模

(2) 华北地区生鲜零售行业市场现状

(3) 华北地区生鲜零售行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区生鲜零售行业市场分析

(1) 东北地区生鲜零售行业市场规模

(2) 东北地区生鲜零售行业市场现状

(3) 东北地区生鲜零售行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区生鲜零售行业市场分析

(1) 西南地区生鲜零售行业市场规模

(2) 西南地区生鲜零售行业市场现状

(3) 西南地区生鲜零售行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区生鲜零售行业市场分析

(1) 西北地区生鲜零售行业市场规模

(2) 西北地区生鲜零售行业市场现状

(3) 西北地区生鲜零售行业市场规模预测

第十一章 生鲜零售行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国生鲜零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国生鲜零售行业未来发展前景分析

一、生鲜零售行业国内投资环境分析

二、中国生鲜零售行业市场机会分析

三、中国生鲜零售行业投资增速预测

第二节 中国生鲜零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国生鲜零售行业规模发展预测

一、中国生鲜零售行业市场规模预测

二、中国生鲜零售行业市场规模增速预测

三、中国生鲜零售行业产值规模预测

四、中国生鲜零售行业产值增速预测

五、中国生鲜零售行业供需情况预测

第四节 中国生鲜零售行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国生鲜零售行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国生鲜零售行业进入壁垒分析

- 一、生鲜零售行业资金壁垒分析
- 二、生鲜零售行业技术壁垒分析
- 三、生鲜零售行业人才壁垒分析
- 四、生鲜零售行业品牌壁垒分析
- 五、生鲜零售行业其他壁垒分析

第二节生鲜零售行业风险分析

- 一、生鲜零售行业宏观环境风险
- 二、生鲜零售行业技术风险
- 三、生鲜零售行业竞争风险
- 四、生鲜零售行业其他风险

第三节中国生鲜零售行业存在的问题

第四节中国生鲜零售行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国生鲜零售行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国生鲜零售行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国生鲜零售行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 生鲜零售行业营销策略分析

- 一、生鲜零售行业产品策略
- 二、生鲜零售行业定价策略
- 三、生鲜零售行业渠道策略
- 四、生鲜零售行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议