

2021年中国生鲜电商行业分析报告- 产业竞争格局与发展机会预测

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《2021年中国生鲜电商行业分析报告-产业竞争格局与发展机会预测》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/547830547830.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。疫情成为生鲜电商的复起契机，2020年中国生鲜电商市场规模达2638.4亿元，同比增幅高达62.9%。预计到2021年将升至3117.4亿元，同比增长18.2%。

2016-2021年我国生鲜电商行业市场规模及预测 数据来源：观研天下整理

一、政策环境（P）

2020年突发的疫情使得用户的外出受限，消费习惯转而向线上迁移，生鲜到家等新兴的线上消费模式逐渐受到政府重视，并出台相关政策以表支持，并推动农产品流通、冷链建设等方面的资源配置进一步完善，同时，相关部门也针对生鲜配送中的即时性及食品安全性推出一系列标准化与规范化措施，促进生鲜电商行业健康发展。

生鲜电商相关政策 资料来源：观研天下整理

二、经济环境（E）

随着疫情在2020年4月开始得到有效控制，后疫情期各类保就业措施也有效保障国民收入逐步回升，2020年我国居民人均可支配收入继续增长，达32189元/人。随着居民收入增速稳步回升，基本民生支出也稳定增长，2020年我国居民人均食品烟酒消费支出增至6397元/人，同时，2020年我国人均蔬菜类、肉类、禽类和蛋类支出同比增速分别达12.1%、36.5%、17.2%、10.5%。由此可见，居民收入及民生支出增长为我国生鲜电商发展奠定消费基础。

2015-2020年我国居民人均可支配收入 数据来源：国家统计局

2016-2020年我国居民人均食品烟酒消费支出 数据来源：国家统计局

2020年我国基本民生支出概况 资料来源：观研天下整理

三、社会环境（S）

数据显示，受访用户中有95.3%的用户在生鲜电商平台购买过食品，这反映出疫情让更多用户学会了线上购物，生鲜电商客群进一步拓展，同时，疫情让很多生鲜商家看到线上发展的机会及重要性，纷纷通过自建或入驻平台的方式加速线上化。

2021年我国受访用户在生鲜电商平台购买食品情况 数据来源：观研天下整理

数据显示，42.1%的受访用户每周在生鲜平台采购2-3次，15.8%的受访用户一周4-5次；同时单笔消费金额水平主要在100元及以下和101-200元的受访用户占比分别为30.1%与46.8%，可见，疫情爆发一年后生鲜平台成功培养了用户的消费习惯，人们在生鲜平台上的消费更加趋向于日常化。

2021年我国受访用户在生鲜平台采购频次 数据来源：观研天下整理

2021年我国受访用户在生鲜平台单笔消费金额 数据来源：观研天下整理

四、技术环境（T）

生鲜供应链中大数据、人工智能、物联网等先进技术的应用逐渐成熟，可实现用户习惯

洞察、需求预测、产品溯源、供应链智能化管理等功能，有效帮助生鲜电商提升效率降低成本。同时，疫情后低温等离子体等新技术的创新应用，也推动了冷链保险技术的不断完善和发展，促进冷链物流市场规模的扩大。

数据显示，2020年我国冷链物流市场规模为4698亿元，同比增长38.5%，同时，冷藏车数量和冷库总量分别大幅增长28.1%、10.11%，冷链物流基础设施持续完善。而在冷链物流中，食品冷链的需求占总需求的比重接近90%。生鲜电商极为重视品质把控与消费者购物体验，正逐步加码投资冷链链条的两端，以解决生鲜电商“最先一公里”与“最后一公里”的需求痛点。

冷链物流各环节的智能技术应用 资料来源：观研天下整理

2015-2020年我国冷链物流市场规模 数据来源：观研天下整理

2015-2020年我国冷藏车及冷库总量增速 数据来源：观研天下整理（TC）

观研报告网发布的《2021年中国生鲜电商行业分析报告-产业竞争格局与发展机会预测》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。

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 2017-2021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 2017-2021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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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 我国生鲜电商行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国生鲜电商行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国生鲜电商行业供需平衡分析

第八节 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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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分析

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

图表详见报告正文

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/547830547830.html>