

2021年中国生鲜超市行业分析报告- 市场发展格局与投资潜力研究

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年中国生鲜超市行业分析报告-市场发展格局与投资潜力研究》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/baihuo/559516559516.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

11月8日，MUJI無印良品中国首家生鲜复合店上海瑞虹天地太阳宫店在上海开启试营业，并将于11月11日正式开业。这也是继餐厅、酒店、书店、便利店之后，MUJI在中国尝试的又一新业态——生鲜超市，并开启与京东集团战略合作新旅程。

“饮食提案型”超市新业态

据了解，MUJI無印良品全国首家生鲜复合店产品类别涵盖蔬菜水果、母婴用品以及新鲜水产等，还可以提供多元化的饮食解决方案。

与国内的盒马、永辉既相似，也有不同。该复合店有MUJI店铺和超市两大区域，销售产品的同时也提供饮食方案。相比于传统的生鲜超市，MUJI無印良品把目光聚焦在了消费体验感。

超市则定位为线上线下、全渠道、全场景一体化运营的“饮食提案型”超市（Meal Solution Super Market），提供优质、健康、多元化的饮食解决方案。与一般超市不同的是，它更多地传递烹饪菜单的提案和食材背后的“故事”，包括食材的时令信息、产地优势、栽培方法、品尝方法等，提供安心、可追溯性的商品，方便顾客合理安排每日的饮食方案。

售卖的生鲜食品则以“新鲜度·应时”为特色，包括本地晨采蔬菜、当日蛋、海捕鲜鱼等。同时结合中国传统二十四节气，提供与时令相关的商品系列；结合本地特色，开发更多美味、有趣的国潮点心，延续舌尖上的传统美味。除此之外，这里还能找到品类齐全的期间限定北海道特色风味食品。

空间设计上则保持了MUJI自品牌成立以来始终运用的“木、金、土”元素，即使用木材、金属和土壤等天然素材，延续了简洁、突出产品本身的MUJI设计理念。

与京东集团战略合作

MUJI中国总部方面表示，开设生鲜复合店，目标是贴近消费者的生活区域，为顾客提供高品质的生活必需品，基于MUJI品牌战略之一，帮助顾客解决他们的膳食问题。

而对于生鲜产品的来源问题，MUJI中国总部表示产品既有日本进口也有中国商品团队开发，超市部分由京东旗下的七鲜主导，以生鲜蔬果及熟食为主，也有部分自主研发的商品。

根据资料显示，自2018年正式入驻京东商城起，MUJI与京东开启了电商、物流等多个层面的深度合作与交流。因为与京东“以人为本”的企业文化理念有所共鸣，MUJI此次选择扩大合作范围，着手展开“超市+店铺”的战略合作，打造“饮食提案型”超市。

作为国内首个一体化生产运作的自我赋能型超市，MUJI联合京东集团从超市布局与商品选择上进行突破创新，通过七鲜超市运营经验与MUJI探索感觉良好的“食生活”理念进行有机融合与可视化表达，发挥双方优势，摆脱旧有超市概念，为消费者带来独一无二的消费体验。

此次全新业态的尝试，也反映出MUJI对于中国消费者生活的观察在逐渐深入。未来，M

UJI也将通过不断审视自身的商品、服务，贴近中国消费者的生活习惯，继续探索新业态，提供更加丰富的涵盖衣、食、住、行的生活方式新提案。

生鲜市场恐难解忧

有资料显示，近几年来MUJI無印良品整体业绩呈低迷状态。有数据显示，2019财年，MUJI無印良品就曾出现“增收不增利”的窘况，虽然营业收益增加290亿日元，但净利润同比大跌31%。

根据2021财年前三季度报告显示，录得营收约3451亿日元，净利约384亿日元，因财年划分变动，不足以与上年同期相比，但可以看出有一定回暖趋势。其中截至2021年8月31日，中国大陆市场门店总数299家，净增25家，相比2019财年在中国市场增加19家门店有较大增长。

虽然到2021年中国市场有所回暖，但整体业绩目前走向不明。而在此时试水生鲜领域，MUJI無印良品将面临着不小的挑战。

目前我国生鲜赛道正越发拥挤。在2021年上半年，生鲜市场“大事”不断，叮咚买菜在纽交所上市、每日优鲜IPO首日破发、十荟团完成了7.5亿美元D轮融资等事件。据公开数据显示，2021年1-6月，国内生鲜电商行业共发生了5起投融资事件，融资总额超72.5亿元。

另外也有业内人士分析认为，MUJI無印良品想在生鲜赛道分一杯羹实际上难度较大，主要在于企业虽然进入中国市场时间很长，但在消费者心目中，对这一品牌更多的印象还是休闲零食及服装。同时生鲜市场线上线下均已有不同头部互联网平台率先入局，后来者要发展难度很大。

观研报告网发布的《2021年中国生鲜超市行业分析报告-市场发展格局与投资潜力研究》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 2017-2021年中国生鲜超市行业发展概述

第一节 生鲜超市行业发展情况概述

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

第二节 中国生鲜超市行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、生鲜超市行业产业链条分析
- 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、中国生鲜超市行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国生鲜超市行业生命周期分析

- 一、生鲜超市行业生命周期理论概述
- 二、生鲜超市行业所属的生命周期分析

第四节 生鲜超市行业经济指标分析

- 一、生鲜超市行业的赢利性分析
- 二、生鲜超市行业的经济周期分析
- 三、生鲜超市行业附加值的提升空间分析

第五节 中国生鲜超市行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2021年全球生鲜超市行业市场发展现状分析

第一节 全球生鲜超市行业发展历程回顾

第二节 全球生鲜超市行业市场区域分布情况

第三节 亚洲生鲜超市行业地区市场分析

- 一、亚洲生鲜超市行业市场现状分析
- 二、亚洲生鲜超市行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲生鲜超市行业市场前景分析

第四节 北美生鲜超市行业地区市场分析

- 一、北美生鲜超市行业市场现状分析
- 二、北美生鲜超市行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美生鲜超市行业市场前景分析

第五节 欧洲生鲜超市行业地区市场分析

- 一、欧洲生鲜超市行业市场现状分析
- 二、欧洲生鲜超市行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲生鲜超市行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界生鲜超市行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球生鲜超市行业市场规模预测

第三章 中国生鲜超市产业发展环境分析

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 中国生鲜超市行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国生鲜超市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 中国生鲜超市行业运行情况

第一节 中国生鲜超市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 中国生鲜超市行业市场规模分析

第三节 中国生鲜超市行业供应情况分析

第四节 中国生鲜超市行业需求情况分析

第五节 我国生鲜超市行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国生鲜超市行业供需平衡分析

第七节 中国生鲜超市行业发展趋势分析

第五章 中国生鲜超市所属行业运行数据监测

第一节 中国生鲜超市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 中国生鲜超市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 中国生鲜超市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年中国生鲜超市市场格局分析

第一节 中国生鲜超市行业竞争现状分析

一、中国生鲜超市行业竞争情况分析

二、中国生鲜超市行业主要品牌分析

第二节 中国生鲜超市行业集中度分析

一、中国生鲜超市行业市场集中度影响因素分析

二、中国生鲜超市行业市场集中度分析

第三节 中国生鲜超市行业存在的问题

第四节 中国生鲜超市行业解决问题的策略分析

第五节 中国生鲜超市行业钻石模型分析

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年中国生鲜超市行业需求特点与动态分析

第一节 中国生鲜超市行业消费市场动态情况

第二节 中国生鲜超市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 生鲜超市行业成本结构分析

第四节 生鲜超市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 中国生鲜超市行业价格现状分析

第六节 中国生鲜超市行业平均价格走势预测

一、中国生鲜超市行业价格影响因素

二、中国生鲜超市行业平均价格走势预测

三、中国生鲜超市行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国生鲜超市行业区域市场现状分析

第一节 中国生鲜超市行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区生鲜超市市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜超市市场规模分析

四、华东地区生鲜超市市场规模预测

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、华中地区生鲜超市市场规模分析

四、华中地区生鲜超市市场规模预测

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、华南地区生鲜超市市场规模分析

四、华南地区生鲜超市市场规模预测

第九章 2017-2021年中国生鲜超市行业竞争情况

第一节 中国生鲜超市行业竞争结构分析（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 中国生鲜超市行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国生鲜超市行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 生鲜超市行业企业分析（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年中国生鲜超市行业发展前景分析与预测

第一节 中国生鲜超市行业未来发展前景分析

- 一、生鲜超市行业国内投资环境分析
- 二、中国生鲜超市行业市场机会分析
- 三、中国生鲜超市行业投资增速预测

第二节 中国生鲜超市行业未来发展趋势预测

第三节 中国生鲜超市行业市场发展预测

- 一、中国生鲜超市行业市场规模预测
- 二、中国生鲜超市行业市场规模增速预测
- 三、中国生鲜超市行业产值规模预测
- 四、中国生鲜超市行业产值增速预测
- 五、中国生鲜超市行业供需情况预测

第四节 中国生鲜超市行业盈利走势预测

- 一、中国生鲜超市行业毛利润同比增速预测
- 二、中国生鲜超市行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国生鲜超市行业投资风险与营销分析

第一节 生鲜超市行业投资风险分析

- 一、生鲜超市行业政策风险分析
- 二、生鲜超市行业技术风险分析
- 三、生鲜超市行业竞争风险
- 四、生鲜超市行业其他风险分析

第二节 生鲜超市行业应对策略

- 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年中国生鲜超市行业发展战略及规划建议

第一节 中国生鲜超市行业品牌战略分析

- 一、生鲜超市企业品牌的重要性

二、生鲜超市企业实施品牌战略的意义

三、生鲜超市企业品牌的现状分析

四、生鲜超市企业的品牌战略

五、生鲜超市品牌战略管理的策略

第二节 中国生鲜超市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 中国生鲜超市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年中国生鲜超市行业发展策略及投资建议

第一节 中国生鲜超市行业产品策略分析

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 中国生鲜超市行业营销渠道策略

一、生鲜超市行业渠道选择策略

二、生鲜超市行业营销策略

第三节 中国生鲜超市行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国生鲜超市行业重点投资区域分析

二、中国生鲜超市行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/559516559516.html>