

中国生鲜电商行业现状深度研究与未来投资调研报告（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《中国生鲜电商行业现状深度研究与未来投资调研报告（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/202212/619649.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

一、行业基本概述

生鲜电商一般指生鲜产品电子商务，主要是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。根据经营模式的不同，生鲜电商主要可分为O2O模式、前置仓模式、到店+到家模式、社区团购模式、周期购模式等。

资料来源：观研天下整理

二、行业发展现状

生鲜产品是人们日常生活中必不可少的商品。在新零售的浪潮下，作为与居民日常生活息息相关“食”的一部分，生鲜电商成为保障居民日常生活的重要一环。尤其是疫情期间，由于疫情防控限制人们出行，生鲜电商行业用户激增、订单暴涨，生鲜电商行业获得快速增长。有相关资料显示，与2021年相比，2022年上半年65.4%的消费者消费频次增加，51.6%的消费者消费金额增加，可见消费者需求旺盛。

随着消费者需求不断增长，我国生鲜电商行业市场规模也在不断扩容。数据显示，2021年中国生鲜电商行业市场规模为3117.4亿元，较2020年上涨18.2%。而预计随着生鲜电商的发展及模式的成熟、用户网购生鲜习惯的养成、生鲜电商用户覆盖数量愈发广泛以及技术愈发成熟，未来一段时间生鲜电商仍旧保持高速增长，估计到2023年我国生鲜市场规模达4198.3亿元左右。

数据来源：观研天下整理

渗透率持续增长根据数据显示，2021年我国生鲜电商渗透率从2015年的1.29%增长到了7.91%。

数据来源：观研天下整理

二、用户特征偏好分析

近年来随着生鲜电商的发展及模式的成熟、用户网购生鲜习惯的养成，我国生鲜电商用户覆盖数量愈发广泛。目前80、90后是生鲜电商消费的中坚力量。有相关数据显示，2021年我国生鲜电商消费者中，26-35岁年龄段占比达49.7%，36-45岁年龄段占比达32%。

数据来源：观研天下整理

品牌偏好方面，在生鲜电商蓬勃发展的背景下，各平台之间也存在激烈的竞争，部分品牌已

经获得用户优势。有相关数据显示，盒马鲜生、美团买菜、每日优鲜是2022年我国生鲜电商消费者常用的前三生鲜电商品牌，分别占比49.8%、39.4%、32.8%；盒马鲜生、美团买菜、本来生活是偏好的前三品牌，分别占比36.2%、29.5%、26.8%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

三、生鲜电商行业融资市场分析

我国生鲜电商行业投资事件数在2015-2021年间逐年下降。具体来看，2021年我国生鲜电商行业投资事件数29起，较2020年下降了1起。截至2022年7月8日，我国生鲜电商行业投资事件数为647起。

数据来源：IT桔子，观研天下整理

其中在2022年1-7月我国生鲜电商行业共发生投资事件647起中，投资事件数最高的为A轮融资，事件数223起，占比34.46%；其次为种子天使投资，事件数218起，占比33.69%。

数据来源：IT桔子，观研天下整理

投资金额，2015-2021年间呈现波动走势，并在2020年达到顶峰，为326.48亿元；2021年投资金额下降，为63.6亿元。

数据来源：IT桔子，观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国生鲜电商行业现状深度研究与未来投资调研报告（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、生鲜电商特点分析
- 三、生鲜电商行业基本情况介绍
- 四、生鲜电商行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、生鲜电商行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

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 2022-2029年世界生鲜电商行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球生鲜电商行业市场规模预测

第三章 中国生鲜电商行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对生鲜电商行业的影响分析

第三节 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

三、主要行业标准

第四节 政策环境对生鲜电商行业的影响分析

第五节 中国生鲜电商行业产业社会环境分析

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

一、影响中国生鲜电商行业市场规模的因素

二、中国生鲜电商行业市场规模

三、中国生鲜电商行业市场规模解析

第三节 中国生鲜电商行业供应情况分析

一、中国生鲜电商行业供应规模

二、中国生鲜电商行业供应特点

第四节 中国生鲜电商行业需求情况分析

一、中国生鲜电商行业需求规模

二、中国生鲜电商行业需求特点

第五节 中国生鲜电商行业供需平衡分析

第五章 中国生鲜电商行业产业链和细分市场分析

第一节 中国生鲜电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、生鲜电商行业产业链图解

第二节 中国生鲜电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对生鲜电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对生鲜电商行业的影响分析

第三节 我国生鲜电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国生鲜电商行业市场竞争分析

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格局分析

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年中国生鲜电商行业模型分析

第一节 中国生鲜电商行业竞争结构分析（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 中国生鲜电商行业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、中国生鲜电商行业SWOT分析结论

第三节 中国生鲜电商行业竞争环境分析（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年中国生鲜电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国生鲜电商行业市场动态情况

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、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、中国生鲜电商行业平均价格趋势分析

二、中国生鲜电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国生鲜电商行业所属行业运行数据监测

第一节 中国生鲜电商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 中国生鲜电商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 中国生鲜电商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析

一、影响生鲜电商行业区域市场分布的因素

二、中国生鲜电商行业区域市场分布

第二节 中国华东地区生鲜电商行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜电商行业市场分析

(1) 华东地区生鲜电商行业市场规模

(2) 华南地区生鲜电商行业市场现状

(3) 华东地区生鲜电商行业市场规模预测

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、华中地区生鲜电商行业市场分析

(1) 华中地区生鲜电商行业市场规模

(2) 华中地区生鲜电商行业市场现状

(3) 华中地区生鲜电商行业市场规模预测

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、华南地区生鲜电商行业市场分析

(1) 华南地区生鲜电商行业市场规模

(2) 华南地区生鲜电商行业市场现状

(3) 华南地区生鲜电商行业市场规模预测

第五节 华北地区生鲜电商行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区生鲜电商行业市场分析

(1) 华北地区生鲜电商行业市场规模

(2) 华北地区生鲜电商行业市场现状

(3) 华北地区生鲜电商行业市场规模预测

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、东北地区生鲜电商行业市场分析

(1) 东北地区生鲜电商行业市场规模

(2) 东北地区生鲜电商行业市场现状

(3) 东北地区生鲜电商行业市场规模预测

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、西南地区生鲜电商行业市场分析

(1) 西南地区生鲜电商行业市场规模

(2) 西南地区生鲜电商行业市场现状

(3) 西南地区生鲜电商行业市场规模预测

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、西北地区生鲜电商行业市场分析

(1) 西北地区生鲜电商行业市场规模

(2) 西北地区生鲜电商行业市场现状

(3) 西北地区生鲜电商行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国生鲜电商行业市场规模区域分布预测

第十一章 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

.....

第十二章 2022-2029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 中国生鲜电商行业规模发展预测

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

第十三章 2022-2029年中国生鲜电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 生鲜电商行业风险分析

一、生鲜电商行业宏观环境风险

二、生鲜电商行业技术风险

三、生鲜电商行业竞争风险

四、生鲜电商行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国生鲜电商行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国生鲜电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国生鲜电商行业进入策略分析

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 生鲜电商行业营销策略分析

一、生鲜电商行业产品策略

二、生鲜电商行业定价策略

三、生鲜电商行业渠道策略

四、生鲜电商行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202212/619649.html>