

# 2017-2022年中国生鲜电商行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国生鲜电商行业市场研究及发展前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/286269.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: [kf@huaon.com](mailto:kf@huaon.com)

联系人: 刘老师

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

近两年，生鲜电商市场呈爆发式增长态势。数据显示，2013年，中国生鲜电商交易规模为130.2亿元，较2012年增长了221%；2014年，市场交易规模达到了260.0亿元，同比增长100%。

### 2010-2014年中国生鲜电商市场交易规模增长情况

基本平台所拥有的资源和物流配送体系来看，可将当前中国生鲜电商平台的运营模式分为四大类，分别是：综合电商平台模式、垂直电商平台模式、物流企业平台模式、传统零售平台模式。

其中，综合电商平台模式运营特征为：提供平台吸引生鲜厂商入驻，具有先天流量优势；只负责监管，入驻厂商自行实施产品的配送。代表平台为：京东、亚马逊、天猫、1号店等。

垂直电商平台模式运营特征为：专注于生鲜产品领域，自行配送，具有区域特征，配送范围仅限于一定区域。代表平台为：中粮我买网、沱沱工社、本来生活等。

物流企业平台模式运营特征为：依托物流体系的优势发展生鲜产品冷链配送，有自己的冷链物流配送体系。代表平台为：顺丰优选。

传统零售平台模式运营特征为：依托门店优势进行辐射，发展线上服务，拓展营销渠道；产品自行配送，以门店辐射为主。代表平台为：沃尔玛、飞牛网等。

生鲜电商市场的竞争程度正在快速激烈化，未来行业的竞争格局将是“巨头压境、结盟发展、竞争升级”。而其他实力稍弱的电商平台要想在竞争中存活下来，必须深耕“专而精”的细分市场。可以预测，未来聚焦细分生鲜产品领域的电商企业会大量增加，体现为领域聚焦、人群聚焦、资源聚焦的特点。也就是说，在水果电商、蔬菜电商、海鲜电商、奶制品电商、冻品肉蛋电商等一系列更加细分化和专业化的电商平台会越来越多。

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。

### 报告目录

#### 第一部分生鲜电商市场发展现状

#### 第一章全球生鲜电商行业发展分析

##### 第一节 全球生鲜电商行业发展轨迹综述

##### 一、全球生鲜电商行业发展历程

##### 二、全球生鲜电商行业发展面临的问题

### 三、全球生鲜电商行业技术发展现状及趋势

#### 第二节 全球生鲜电商行业市场情况

#### 第三节 部分国家地区生鲜电商行业发展状况

##### 一、2010-2015年美国生鲜电商行业发展分析

##### 二、2010-2015年欧洲生鲜电商行业发展分析

##### 三、2010-2015年日本生鲜电商行业发展分析

##### 四、2010-2015年韩国生鲜电商行业发展分析

### 第二章 2015年中国生鲜电商产业运行环境解析

#### 第一节 2015年中国宏观经济环境分析

##### 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

##### 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

##### 三、全国居民收入情况（季度更新）

##### 四、恩格尔系数（年度更新）

##### 五、工业发展形势（季度更新）

##### 六、固定资产投资情况（季度更新）

##### 七、财政收支状况（年度更新）

##### 八、社会消费品零售总额

##### 九、对外贸易&进出口

### 第三章2010-2015年中国生鲜电商行业发展形势

#### 第一节 生鲜电商行业发展概况

##### 一、生鲜电商行业发展特点分析

##### 二、生鲜电商行业投资现状分析

##### 三、生鲜电商行业总产值分析

##### 四、生鲜电商行业技术发展分析

#### 第二节2010-2015年生鲜电商行业市场情况分析

##### 一、生鲜电商行业市场发展分析

##### 二、生鲜电商市场存在的问题

##### 三、生鲜电商市场规模分析

#### 第三节 2010-2015年生鲜电商产销状况分析

##### 一、生鲜电商产量分析

##### 二、生鲜电商产能分析

##### 三、生鲜电商市场需求状况分析

#### 第四节 产品发展趋势预测

##### 一、产品发展新动态

## 二、技术新动态

## 三、产品发展趋势预测

### 第四章中国生鲜电商行业区域市场分析

#### 第一节 2015年华北地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 第二节 2015年东北地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 第三节 2015年华东地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 第四节 2015年华南地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 第五节 2015年华中地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 第六节 2015年西南地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

#### 第七节 2015年西北地区生鲜电商行业分析

##### 一、2010-2015年行业发展现状分析

##### 二、2010-2015年市场规模情况分析

##### 三、2017-2022年市场需求情况分析

### 第五章中国生鲜电商品牌发展需求环境分析

#### 第一节 国内消费者行为分析

一、整体的消费行为特征

二、消费信心与消费模式

三、消费者的品牌认知度

四、消费者的品牌忠诚度

五、消费特征对企业的启示

第二节 中国生鲜电商消费群体分析

一、生鲜电商消费者消费动机

二、生鲜电商消费者群体特征

三、生鲜电商消费者议价能力

第二节 消费者生鲜电商品牌忠诚度

一、生鲜电商品牌忠诚度

二、生鲜电商品牌转移趋势

第二部分 公司对生鲜电商市场竞争格局分析

第六章 生鲜电商行业竞争格局分析

第一节 生鲜电商行业集中度分析

一、生鲜电商市场集中度分析

二、生鲜电商企业集中度分析

三、生鲜电商区域集中度分析

第二节 生鲜电商行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 生鲜电商行业竞争格局分析

一、2015年生鲜电商行业竞争分析

二、2015年中外生鲜电商产品竞争分析

三、2010-2015年我国生鲜电商市场竞争分析

四、2017-2022年国内主要生鲜电商企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章 中国生鲜电商行业整体运行指标分析

第一节 2010-2015年中国生鲜电商所属行业规模分析

一、企业数量分析

## 二、资产规模分析

## 三、销售规模分析

## 四、利润规模分析

### 第二节 2010-2015年中国生鲜电商所属行业产值分析

### 第三节 2010-2015年中国生鲜电商所属行业成本费用分析

#### 一、成本费用结构变动趋势

#### 二、销售成本分析

#### 三、销售费用分析

#### 四、管理费用分析

#### 五、财务费用分析

### 第四节2010-2015年中国生鲜电商所属行业运营效益分析

## 第八章生鲜电商重点企业发展分析

### 第一节 公司A

#### 一、企业概况

#### 二、产品结构分析

#### 三、产品价格分析

#### 四、盈利能力以及利润率分析

#### 五、生产布局与产能扩张

#### 六、市场营销区域分析

#### 七、主要客户分析

#### 九、成长性分析

#### 十、公司战略规划分析

### 第二节 公司B

### 第三节 公司C

### 第四节 公司D

## 第九章公司对生鲜电商产品竞争力优势分析

### 第一节 整体产品竞争力评价

### 第二节 整体产品竞争力评价结果分析

### 第三节 竞争优势评价及构建建议

### 第四节 业内专家观点与结论

## 第十章公司对生鲜电商行业投资策略分析

### 第一节 行业发展特征

#### 一、行业的周期性

#### 二、行业的区域性

### 三、行业的上下游

### 四、行业经营模式

## 第二节 行业投资形势分析

### 一、行业发展格局

### 二、行业进入壁垒

### 三、行业SWOT分析

### 四、行业五力模型分析

## 第三节 2015年生鲜电商行业投资效益分析

## 第四节 2015年生鲜电商行业投资策略研究

# 第十一章2017-2022年生鲜电商行业投资风险预警

## 第一节 影响生鲜电商行业发展的主要因素

### 一、2015年影响生鲜电商行业运行的有利因素

### 二、2015年影响生鲜电商行业运行的稳定因素

### 三、2015年影响生鲜电商行业运行的不利因素

### 四、2015年我国生鲜电商行业发展面临的挑战

### 五、2015年我国生鲜电商行业发展面临的机遇

## 第二节 生鲜电商行业投资风险预警

### 一、2017-2022年生鲜电商行业市场风险

### 二、2017-2022年生鲜电商行业政策风险

### 三、2017-2022年生鲜电商行业经营风险

### 四、2017-2022年生鲜电商行业技术风险

### 五、2017-2022年生鲜电商行业竞争风险

### 六、2017-2022年生鲜电商行业其他风险

# 第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

# 第十二章2017-2022年生鲜电商行业发展趋势分析

## 第一节 2017-2022年中国生鲜电商市场趋势分析

## 第二节 2017-2022年生鲜电商产品发展趋势分析

### 一、2017-2022年生鲜电商产品技术趋势分析

### 二、2017-2022年生鲜电商产品价格趋势分析

## 第三节 2017-2022年中国生鲜电商行业供需预测

### 一、2017-2022年中国生鲜电商供给预测

### 二、2017-2022年中国生鲜电商需求预测

## 第四节 2017-2022年生鲜电商行业盈利能力分析

## 第十三章生鲜电商企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

#### 一、生鲜电商价格策略分析

#### 二、生鲜电商渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高生鲜电商企业竞争力的策略

#### 一、提高中国生鲜电商企业核心竞争力的对策

#### 二、生鲜电商企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响生鲜电商企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高生鲜电商企业竞争力的策略

### 第四节 对我国生鲜电商品牌的战略思考

#### 一、生鲜电商实施品牌战略的意义

#### 二、生鲜电商企业品牌的现状分析

#### 三、我国生鲜电商企业的品牌战略

#### 四、生鲜电商品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286269.html>