

2021-2027年中国生鲜农产品 电商食品安全行业发展趋势与投资可行性报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国生鲜农产品电商食品安全行业发展趋势与投资可行性报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202012/195791.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中国生鲜电商市场目前处于高速发展期，受资本追捧，生鲜电商不断完善产业链条的各个环节，市场表现强劲。预计到2019年，中国生鲜电商市场交易规模将达到3506.08亿元人民币。

生鲜电商的主力消费人群是中高收入者，以高学历家庭用户居多。之所以这部分是主力人群，是因为生鲜产品的仓储物流成本高，不是高附加值的产品不适合在网上销售，中高收入者自然成为市场主力军。然而，这一切正在慢慢改变：生鲜电商的创新以及仓储物流技术的进步，使其相比传统渠道的价格优势更加明显，中等收入群体也越来越多地开始在线上购买生鲜产品。

生鲜电商向上游渗透极大的帮助了国产农产品品质的提升。生鲜电商一方面拉近了生产者和消费者的距离，让优质的农产品能更好的销售出去;另一方面，订单农业也减少了生产者进行技术改良的风险。生鲜电商的主流采购模式是供应商模式和直采模式，二者合计占比超过50%。供应商模式与传统农产品供应模式相比，跳过中间的部分批发商，缩短了农产品供应链；而直采模式比供应商模式更近一步，实现和生产者直接对接，一方面能使产业链缩减到最短，降低采购成本，获得产品流通全部的增值部分，提高商品毛利率，另一方面能直接追溯产品供应源头，保证产品质量。生鲜农产品采购模式占比生鲜用户占比（2018.06） 中企顾问网发布的《2021-2027年中国生鲜农产品电商食品安全行业发展趋势与投资可行性报告》共八章。首先介绍了中国生鲜农产品电商食品安全行业市场发展环境、生鲜农产品电商食品安全整体运行态势等，接着分析了中国生鲜农产品电商食品安全行业市场运行的现状，然后介绍了生鲜农产品电商食品安全市场竞争格局。随后，报告对生鲜农产品电商食品安全做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国生鲜农产品电商食品安全行业发展趋势与投资预测。您若想对生鲜农产品电商食品安全产业有个系统的了解或者想投资中国生鲜农产品电商食品安全行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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：

第一章中国食品安全发展情况分析

第一节食品安全及食品溯源相关定义

一、食品安全

二、食品溯源

第二节中国食品安全现状分析

- 一、各类致病因素食源性疾病爆发情况
- 二、各类场所食源性疾病爆发情况
- 三、东、中、西部食源性疾病爆发情况
- 四、食品中微生物、化学污染物及有害因素监测情况
- 五、食品安全国家标准制定公布情况

第三节中国食品安全性问题分析

第四节食品安全预警体系分析

第五节食品质量安全可追踪系统分析

第二章中国生鲜农产品电商发展情况分析

第一节生鲜农产品电商发展现状

第二节生鲜农产品电商市场规模

2017 年生鲜电商市场规模约 1391 亿，同比增长60%，2018 年6月每日优鲜用户占比达50%。
。2020年生鲜电商市场规模约1391亿

第三节生鲜农产品电商运行情况

- 一、生鲜农产品电商产品供应链
- 二、生鲜农产品电商经营模式
- 三、生鲜类电商排行榜TOP20
- 四、蔬果类生鲜农产品电商运营特点
- 五、蔬果类生鲜农产品可选择运营模式

第四节生鲜农产品电商制约因素

- 一、消费习惯和观念制约
- 二、冷链物流体系建设不完善
- 三、流通成本较高
- 四、产品自身问题
- 五、客户群制约

第五节发达国家发展经验借鉴

- 一、强调模式创新和特色化经营
- 二、强调区域化发展和渐进式扩张
- 三、注重采用先进物流技术和设备的应用
- 四、政府提供全方位的支持

第六节生鲜农产品电商发展建议

第七节网购生鲜农产品的发展趋势

第三章中国生鲜农产品电商食品安全发展环境分析

第一节中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、全国居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节生鲜农产品电商食品安全行业政策环境分析

一、行业的主管部门及监管体制

二、行业相关政策分析

三、行业相关标准分析

第三节生鲜农产品电商食品安全行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、城镇化率分析

三、食品支出情况

第四节中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）手机网民规模分析

（三）分省网民规模分析

（四）农村网民规模分析

（五）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第五节中国电子商务规模分析

第六节生鲜农产品行业发展情况分析

第四章国内外食品安全监管对比分析

第一节国内外食品安全监管法律体系对比

一、美、欧、日食品安全监管的法律体系

（一）美国

（二）欧盟及其成员国

（三）日本

二、美、欧、日食品安全监管法律体系建设中的先进经验

三、中国食品安全监管的法律体系现状及不足

四、国外食品安全监管的法律体系经验借鉴

第二节国内外食品安全监管机构及其责权

一、美国食品安全监管机构及其主要职责

二、澳大利亚食品安全监管机构及其主要职责

三、日本食品安全监管机构及其主要职责

四、中国食品安全监管机构及其主要职责

五、国内外食品安全监管机构对比分析

六、国外食品安全监管机构经验借鉴

第三节国内外食品安全监管中的重要思路和方法

一、农产品的市场准入

（一）法国农产品市场准入制度

（二）德国农产品市场准入制度

（三）日本农产品市场准入制度

（四）美国农产品市场准入制度

（五）中国农产品市场准入现状

（六）中国农产品市场准入制度存在的问题

（七）国外农产品市场准入制度的经验和启示

二、食品安全质量体系及其认证

（一）HACCP管理体系

（二）GMP管理制度

（三）5S管理制度

(四) 有机食品认证

(五) QS质量安全认证制度

三、食品质量安全监测

(一) 美国食品质量安全监测状况

(二) 中国食品质量安全监测状况

(三) 美国食品质量安全监测经验借鉴

第五章中国生鲜农产品电商食品安全市场运行

第一节国内外农产品食品安全监管对比

一、欧美食品安全监管体系现状

二、国外农产品食品质量安全监管模式

(一) 多部门共同负责模式

(二) 单一部门负责模式

三、国外农产品食品质量安全保障体系

(一) 完善的标准体系

(二) 高效的检验检测体系

(三) 全面的风险防范体系

四、对中国农产品质量安全监管的启示

(一) 重视立法

(二) 有效的监管模式

(三) 先进的保障体系

第二节生鲜农产品食品安全事件分析

一、生鲜农产品食品安全事件的食物种类

二、生鲜农产品食品安全事件发生环节¹¹⁶

三、生鲜农产品食品安全事件责任主体

四、生鲜农产品食品安全事件本质原因

第三节生鲜农产品冷链物流食品安全分析

一、生鲜农产品冷链物流食品安全存在的问题

二、生鲜食品冷链物流中食品安全问题的成因

三、加强生鲜农产品冷链物流中食品安全的对策建议

第四节生鲜农产品电商食品安全问题现状

一、农产品在储存与运输方面存在的问题

二、电商平台准入与监管存在漏洞

三、监管立法的空白

四、经营主体资质信息没有公开

第五节生鲜农产品食品安全监管建议

第六节生鲜农产品电商食品安全市场发展动态

第六章电商模式下生鲜农产品溯源分析

第一节食品全程溯源系统分析

一、食品全程溯源系统特点

二、食品全程溯源系统建立流程

第二节国外农产品质量快速溯源现状及启示

一、发达国家和地区农产品质量快速溯源的基本模式

二、发达国家和地区农产品质量快速溯源的主要特点

三、发达国家和地区农产品质量快速溯源的启示

第三节国内外农产品溯源系统分析

一、国外农产品溯源系统建立及发展

二、中国农产品溯源系统存在的问题

三、中国农产品溯源系统措施及建议

第四节中国生鲜农产品溯源分析

一、生鲜食品全程溯源系统分析

二、生鲜农产品溯源构想

三、生鲜农产品溯源架构

第五节电商下生鲜溯源之配送与保鲜构想

第七章中国主要生鲜农产品电商平台运行分析

第一节天猫商城

一、网站发展的基本概述

二、网站生鲜农产品分析

三、总覆盖人数区域特征

四、总访问次数区域特征

五、总页面浏览量区域特征

六、总访问时长区域特征

第二节京东商城

- 一、网站发展的基本概述
- 二、网站生鲜农产品分析
- 三、总覆盖人数区域特征
- 四、总访问次数区域特征
- 五、总页面浏览量区域特征
- 六、总访问时长区域特征

第三节中粮我买网

- 一、网站发展的基本概述
- 二、网站生鲜农产品分析
- 三、网站会员政策分析
- 四、网站物流配送建设
- 五、网站售后服务政策

第四节本来生活网

- 一、网站发展的基本概述
- 二、网站生鲜农产品分析
- 三、网站物流配送政策
- 四、网站售后服务体系

第五节天天果园

- 一、网站发展的基本概述
- 二、网站生鲜农产品分析
- 三、网站物流配送建设
- 四、网站售后服务体系

第六节春播网

- 一、网站发展的基本概述
- 二、网站生鲜农产品分析
- 三、网站网购优势分析
- 四、网站物流配送建设
- 五、网站售后服务体系

第七节易果生鲜

- 一、网站发展的基本概述
- 二、网站生鲜农产品分析

三、网站会员制度分析

四、网站物流配送建设

五、网站售后服务体系

第八节每日优鲜

一、网站发展的基本概述

二、网站生鲜农产品分析

三、网站物流配送建设

四、网站融资动态分析

第九节顺丰优选

一、网站发展的基本概述

二、网站生鲜农产品分析

三、网站会员制度分析

四、网站物流配送建设

五、网站售后服务体系

第十节光明都市菜园

一、网站发展的基本概述

二、网站生鲜农产品分析

三、网站物流配送建设

四、网站售后服务体系

第八章中国生鲜农产品电商食品安全投资前景及投资建议分析（ ）

第一节中国生鲜农产品电商食品安全投资前景

第二节中国生鲜农产品电商食品安全投资机会

第三节中国生鲜农产品电商食品安全投资建议

一、进一步完善物流系统

二、完善电商平台的准入与监管

三、健全农产品食品安全监管的法律法规（ ）

四、加强政府监督力度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195791.html>