

2024-2030年中国生鲜电商 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

《2024-2030年中国生鲜电商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/202310/414017.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

当前，中国正处于经济高速增长向中高速增长转换的新常态下，“十三五”要解决制约经济新增长的软硬件环节。中央政府将推出一批重大项目、一批重大工程、一批重大政策，围绕贴近民生领域、公共基础设施薄弱领域、能拉动消费的基础设施领域，以及围绕实现“一带一路”、“长江经济带”、“京津冀协同发展”、“中国制造2025”、“互联网+”等国家重大战略展开投资。

生鲜电商主要是指通过电子商务方式销售生鲜食品的商业模式。近年来，中粮我买网、多利农庄、沱沱公社等生鲜电商接连涌现。凭借优质的产品，便捷的服务，良好的购物体验，生鲜商品成为网购领域的新兴市场。

2013年以来，电商巨头天猫、京东、1号店、苏宁易购等纷纷发力生鲜领域。电商巨头的进入，为生鲜电商市场带来了强劲的驱动力，市场培育进程提速，市场规模快速扩张。生鲜类电商从开始的小而美转变为如今的大而全，几乎所有生鲜品类都有所涉及。2020年初，受疫情影响，线上买菜刺激生鲜电商的发展，居民消费习惯逐步养成现阶段，生鲜市场的新一轮混战已然开始。数据显示，2020年3月中国生鲜电商平台月活排名中多点月活达1026.4万人，排名第一。盒马鲜生和每日优鲜排名二、三位，月活分别为892.7万人和735.7万人。2020年，中国生鲜电商市场规模达到62.9%的高速增长，达到2638.4亿元，预计到2021年将升至3117.4亿元，同比增长18.2%。疫情为生鲜电商平台带来巨大的流量。数据显示，当前52.7%的用户为2020年新增用户，12.4%为2021年新增用户，其中2020年新注册中仅有11.4%的用户表示在2021年的消费频率下降。

随着各大平台的加入，及地方政府的持续推动，未来几年，国内生鲜电商市场必定会走资源高度整合的道路，越来越多的生鲜电商会加入，同时也会有越来越多的企业被整合。整个行业经过此轮调整，市场集中度有望提升，生鲜电商运营模式将渐趋成熟，市场运行秩序也将进一步规范。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国生鲜电商行业发展趋势与投资可行性报告》，依托庞大的调研体系，结合科学的研究方法和分析模型，通过对生鲜电商行业的市场规模，竞争格局、发展趋势及前景等方面进行细致分析，深入挖掘生鲜电商行业相对成熟的确定型投资机会、挑战机遇并存的风险型投资机会和仍在探索中的未来型投资机会，并对生鲜电商行业的投资风险做出预警。

本报告将帮助对生鲜电商行业有投资意向的机构或个人，全面了解生鲜电商行业未来发展趋势，准确把握投资机会点。此报告将是您跟踪生鲜电商行业最新发展动态、挖掘投资机会、评估投资价值的重要参考工具。

报告目录：

第一章 视点

- 1.1 行业投资要点
- 1.2 报告研究思路

第二章 生鲜电商行业概念界定及产业链分析

- 2.1 生鲜电商行业定义及分类
 - 2.1.1 生鲜电商行业定义
 - 2.1.2 生鲜电商行业分类
- 2.2 生鲜电商行业特点及模式
 - 2.2.1 生鲜电商行业地位及影响
 - 2.2.2 生鲜电商行业发展特征
 - 2.2.3 生鲜电商行业经营模式
- 2.3 行业产业链分析
 - 2.3.1 产业链结构
 - 2.3.2 上下游行业影响

第三章 生鲜电商行业发展状况分析

- 3.1 国外生鲜电商行业发展分析
 - 3.1.1 全球市场格局
 - 3.1.2 国外技术动态
 - 3.1.3 国外经验借鉴
 - 3.1.4 中外发展差异
- 3.2 中国生鲜电商行业规模结构
 - 3.2.1 行业经济规模
 - 3.2.2 市场结构分析
 - 3.2.3 区域布局状况
- 3.3 中国生鲜电商行业供需状况
 - 3.3.1 行业供给状况
 - 3.3.2 行业需求状况
 - 3.3.3 供需平衡分析

3.4 中国生鲜电商行业竞争结构分析

3.4.1 新进入者威胁

3.4.2 替代品威胁

3.4.3 上游供应商议价能力

3.4.4 下游用户议价能力

3.4.5 现有企业间竞争

第四章 中国生鲜电商行业市场趋势及前景预测

4.1 行业发展趋势分析

4.1.1 行业发展机遇

4.1.2 行业发展趋势

4.1.3 技术发展趋势

4.2 行业需求预测分析

4.2.1 应用领域展望

4.2.2 未来需求态势

4.2.3 未来需求预测

4.3 “十三五”生鲜电商行业前景预测分析

4.3.1 行业影响因素

4.3.2 市场规模预测

第五章 生鲜电商行业确定型投资机会评估

5.1 综合性生鲜电商平台

5.1.1 市场发展状况

5.1.2 竞争格局分析

5.1.3 龙头企业分析

5.1.4 行业盈利性分析

5.1.5 市场空间分析

5.1.6 投资风险分析

5.1.7 投资策略建议

5.2 线下自营店铺

5.2.1 市场发展状况

5.2.2 竞争格局分析

- 5.2.3 龙头企业分析
- 5.2.4 行业盈利性分析
- 5.2.5 市场空间分析
- 5.2.6 投资风险分析
- 5.2.7 投资策略建议
- 5.3 冷链物流
 - 5.3.1 市场发展状况
 - 5.3.2 竞争格局分析
 - 5.3.3 龙头企业分析
 - 5.3.4 行业盈利性分析
 - 5.3.5 市场空间分析
 - 5.3.6 投资风险分析
 - 5.3.7 投资策略建议

第六章 中国生鲜电商行业风险型投资机会评估

- 6.1 本地生鲜购物平台
 - 6.1.1 市场发展状况
 - 6.1.2 竞争格局分析
 - 6.1.3 龙头企业分析
 - 6.1.4 行业盈利性分析
 - 6.1.5 市场空间分析
 - 6.1.6 投资风险分析
 - 6.1.7 投资策略建议
- 6.2 生鲜半成品每日宅配
 - 6.2.1 市场发展状况
 - 6.2.2 竞争格局分析
 - 6.2.3 龙头企业分析
 - 6.2.4 行业盈利性分析
 - 6.2.5 市场空间分析
 - 6.2.6 投资风险分析
 - 6.2.7 投资策略建议
- 6.3 传统商超电商服务

- 6.3.1 市场发展状况
- 6.3.2 竞争格局分析
- 6.3.3 龙头企业分析
- 6.3.4 行业盈利性分析
- 6.3.5 市场空间分析
- 6.3.6 投资风险分析
- 6.3.7 投资策略建议

第七章 中国生鲜电商行业未来型投资机会评估

7.1 自有农产品基地投资

- 7.1.1 市场发展状况
- 7.1.2 竞争格局分析
- 7.1.3 龙头企业分析
- 7.1.4 行业盈利性分析
- 7.1.5 市场空间分析
- 7.1.6 投资风险分析
- 7.1.7 投资策略建议

7.2 智能物流装备

- 7.2.1 市场发展状况
- 7.2.2 竞争格局分析
- 7.2.3 龙头企业分析
- 7.2.4 行业盈利性分析
- 7.2.5 市场空间分析
- 7.2.6 投资风险分析
- 7.2.7 投资策略建议

第八章 中国生鲜电商行业投资壁垒及风险预警

8.1 生鲜电商行业投资壁垒

- 8.1.1 政策壁垒
- 8.1.2 资金壁垒
- 8.1.3 技术壁垒
- 8.1.4 贸易壁垒

8.1.5 地域壁垒

8.2 生鲜电商行业投资外部风险预警

8.2.1 政策风险

8.2.2 资源风险

8.2.3 环保风险

8.2.4 产业链风险

8.2.5 相关行业风险

8.3 生鲜电商行业投资内部风险预警

8.3.1 技术风险

8.3.2 价格风险

8.3.3 竞争风险

8.3.4 盈利风险

8.3.5 人才风险

8.3.6 违约风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414017.html>