

2021-2027年中国生鲜电商 市场评估与投资前景评估报告

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年中国生鲜电商市场评估与投资前景评估报告》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/202010/188964.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

最近几年，随着互联网技术的发展、用户消费习惯的培养，电子商务的触角已经伸向各品类的商品，包括服装、食品、美妆等等。2017年的线上渗透率仅有7.9%。但随着日益增大的网民基数以及膨胀的网购需求，传统的生鲜产品营销模式已无法满足需求日益庞大、消费不断升级的市场。电子商务开始竞相在生鲜行业争夺一杯羹，生鲜电商行业被资本市场看好。

生鲜市场供应商来源混杂，产品供应不稳定，加上供应链物流成本高昂，造成产品的采购成本居高不下，导致毛利率低下，在一般的大卖场中，生鲜品类作为高频刚需主要起到聚客的作用，毛利率也较其他品类更低。生鲜公司2017年毛利率数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国生鲜电商市场评估与投资前景评估报告》共十二章。首先介绍了中国生鲜电商行业市场发展环境、生鲜电商整体运行态势等，接着分析了中国生鲜电商行业市场运行的现状，然后介绍了生鲜电商市场竞争格局。随后，报告对生鲜电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国生鲜电商行业发展趋势与投资预测。您若想对生鲜电商产业有个系统的了解或者想投资中国生鲜电商行业，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 生鲜电商行业发展概述

第一节 生鲜电商简介

一、生鲜电商的定义

二、生鲜电商的特点

三、生鲜电商的优缺点

四、生鲜电商的难题

第二节 生鲜电商发展状况分析

一、生鲜电商的意义

二、生鲜电商的应用

第三节 生鲜电商产业链分析

一、生鲜电商的产业链结构分析

二、生鲜电商上游相关产业分析

三、生鲜电商下游相关产业分析

第二章 世界生鲜电商市场发展分析

第一节 全球生鲜电商产业发展分析

一、世界生鲜电商产业发展历程

二、各国的政策法规环境分析

三、全球生鲜电商产业的发展格局探讨

第二节 全球生鲜电商业市场发展分析

一、2019年世界生鲜电商业市场发展现状

二、2019年全球生鲜电商市场供需分析

三、2019年全球生鲜电商市场需求及成本

第三节 2019年主要国家生鲜电商业发展分析

一、德国生鲜电商发展分析

二、美国生鲜电商发展分析

三、日本生鲜电商发展分析

四、韩国生鲜电商发展分析

第三章 中国生鲜电商市场发展分析

第一节 我国生鲜电商产业发展现状

一、我国生鲜电商产业现状分析

二、我国生鲜电商产业发展历程

三、我国生鲜电商市场阶段性特征

第二节 我国生鲜电商市场技术分析

一、我国生鲜电商市场技术发展现状

二、中国生鲜电商市场技术发展趋势

第三节 中国生鲜电商产业链剖析及其对产业的影响

一、产业链构成与现状

二、产业链存在的问题对产业发展的影响

三、产业链发展前景及其影响

第四章 我国生鲜电商产业运行形势分析

第一节 我国生鲜电商业市场问题和挑战

- 一、市场需求不足问题
- 二、资金短缺问题
- 三、产业与市场失衡问题
- 四、拓展国际市场的挑战

第二节 中国生鲜电商产业的隐忧与出路

- 一、中国生鲜电商产业的问题隐患
- 二、中国生鲜电商产业发展的不利因素
- 三、中国生鲜电商产业问题的对策分析

第三节 我国生鲜电商产业政策问题及其对策

第六章 中国生鲜电商行业细分市场分析

第一节 生鲜电商行业细分市场概况

生鲜商品特点：保质期短，因而需要保鲜、冷藏、冷冻；多数属于散装商品，需要用称重打条码方式售卖；另外在消费习惯上有很大的关联性。目前生鲜商品主要有水果、蔬菜、肉品、水产、干货及日配、熟食和糕点。在日常的生鲜产品消费中，水果蔬菜占了半壁江山。生鲜类销售额占比数据来源：公开资料整理

- 一、市场细分充分程度
- 二、市场细分发展趋势
- 三、市场细分战略研究
- 四、细分市场结构分析

第二节 蔬菜水果

- 一、市场发展现状概述
- 二、行业市场规模分析
- 三、行业市场需求分析
- 四、产品市场潜力分析

第三节 肉禽蛋品

- 一、市场发展现状概述
- 二、行业市场规模分析
- 三、行业市场需求分析
- 四、产品市场潜力分析

第四节 水产海鲜

- 一、市场发展现状概述
- 二、行业市场规模分析
- 三、行业市场需求分析
- 四、产品市场潜力分析

第五节 牛奶乳品

- 一、市场发展现状概述
- 二、行业市场规模分析
- 三、行业市场需求分析
- 四、产品市场潜力分析

第六章 生鲜电商行业竞争分析

第一节 中国生鲜电商产业竞争现状分析

- 一、技术竞争分析
- 二、成本竞争分析
- 三、生鲜电商产业竞争程度分析

第二节 生鲜电商行业竞争格局分析

- 一、全球生鲜电商行业竞争格局分析
- 二、我国生鲜电商行业竞争格局分析

第三节 2016-2019年中国生鲜电商行业竞争力分析

- 一、中国生鲜电商行业产业规模
- 二、中国生鲜电商产业集中度分析
- 三、中国生鲜电商行业要素成本

第四节 2016-2019年中国生鲜电商行业竞争分析

- 一、2019年生鲜电商市场竞争情况分析
- 二、2019年生鲜电商市场竞争形势分析
- 三、2016-2019年生鲜电商主要竞争因素分析

第七章 生鲜电商企业竞争策略分析

第一节 生鲜电商市场竞争策略分析

- 一、2019年生鲜电商主要潜力品种分析
- 二、现有生鲜电商竞争策略分析
- 三、生鲜电商潜力品种竞争策略选择

四、典型企业品种竞争策略分析

第二节 生鲜电商企业竞争策略分析

一、2021-2027年我国生鲜电商市场竞争趋势

二、2021-2027年生鲜电商行业竞争策略分析

三、2021-2027年生鲜电商企业竞争策略分析

四、生鲜电商行业发展策略的建议

第八章 生鲜电商重点企业分析

第一节 每日优鲜

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第二节 盒马鲜生

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第三节 中粮我买网

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第四节 百果园

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第五节 本来生活

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第六节 京东到家

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第七节 顺丰优选

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第八节 天天果园

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第九节 爱鲜蜂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第十节 果品生鲜

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况

四、企业发展战略

第九章 生鲜电商产业发展前景

第一节 2021-2027年中国生鲜电商发展趋势预测分析

一、未来中国生鲜电商的发展方向

二、中国生鲜电商发展的整体战略

三、2019年中国生鲜电商所占比重的预测

第二节 我国生鲜电商行业市场前景与趋势

一、中国生鲜电商产业市场前景分析

二、2019年我国生鲜电商供需趋势

三、2021-2027年中国生鲜电商产业发展趋势

第三节 未来生鲜电商行业市场预测

一、2021-2027年生鲜电商行业销售预测

二、2021-2027年生鲜电商行业成本预测

三、2021-2027年生鲜电商行业盈利预测

四、2021-2027年生鲜电商行业企业单位数预测

五、2021-2027年生鲜电商行业总资产预测

第十章 2016-2019年中国生鲜电商企业发展战略与规划分析

第一节 2016-2019年中国生鲜电商企业战略分析

一、核心竞争力

二、市场机会分析

三、市场威胁分析

四、竞争地位分析

第二节 2016-2019年中国生鲜电商企业盈利模式及品牌管理

一、企业盈利模型

二、持久竞争优势分析

三、行业发展规律竞争策略

四、供应链一体化战略

第三节 2016-2019年中国生鲜电商行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、风险

第十一章 生鲜电商行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2016-2019年我国宏观经济运行情况

二、2021-2027年我国宏观经济形势分析

三、2021-2027年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年生鲜电商行业政策环境

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2021-2027年社会环境对行业的影响分析

第十二章 生鲜电商行业投资机会与风险

第一节 我国生鲜电商行业投资态势和前景

一、我国生鲜电商产业投资态势分析

二、我国生鲜电商产业投资潜力分析

三、我国生鲜电商行业投资机会分析

第二节 生鲜电商行业投资效益分析

一、2016-2019年生鲜电商行业投资状况分析

二、2021-2027年生鲜电商行业投资趋势预测

三、2021-2027年生鲜电商行业的投资方向

第三节 生鲜电商行业投资风险及控制策略分析

一、2021-2027年生鲜电商行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年生鲜电商行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年生鲜电商行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年生鲜电商同业竞争风险及控制策略

五、2021-2027年生鲜电商行业其他风险及控制策略

第十三章 生鲜电商行业投资战略研究（ ）

第一节 生鲜电商行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国生鲜电商品牌的战略思考

一、生鲜电商企业品牌的现状分析

二、企业品牌的重要性

三、生鲜电商实施品牌战略的意义

四、我国生鲜电商企业的品牌战略

第三节 生鲜电商行业投资战略研究

一、2021-2027年生鲜电商行业投资战略

二、2021-2027年细分行业投资战略

第四节 生鲜电商行业的投资建议（ ）

图表目录：

图表：生鲜电商的应用领域按市场分类

图表：生鲜电商的应用领域按产品分类

图表：2019年世界生鲜电商企业排名

图表：生鲜电商产业链图

图表：我国生鲜电商产业链各产业生命周期分析

图表：2019年中国生鲜电商市场分布

图表：2019年中国生鲜电商市场规模

图表：2016-2019年生鲜电商重要数据指标比较

图表：2010-2019年中国生鲜电商行业销售情况分析

图表：2010-2019年中国生鲜电商行业利润情况分析

图表：2010-2019年中国生鲜电商行业资产情况分析

图表：2016-2019年中国生鲜电商发展能力分析

图表：2016-2019年中国生鲜电商竞争力分析

图表：2021-2027年中国生鲜电商成本费用预测

图表：2021-2027年中国生鲜电商利润总额预测

图表：2021-2027年中国生鲜电商产业企业单位数预测

图表：2021-2027年中国生鲜电商产业总资产预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/188964.html>