

2020-2026年中国生鲜电商 行业市场监测与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国生鲜电商行业市场监测与投资方向研究报告》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/201909/142476.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

生鲜产品电子商务，简称生鲜电商，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。生鲜电商随着电子商务的发展大趋势而发展。2012年被视为生鲜电商发展的元年。

生鲜是电商中门槛最高、要求最高的品类，需要包括物流、金融、用户运营在内的生态力量。同时，生鲜也是复购率最高、市场想象空间最大的品类。生鲜电商难做，但其3%的行业渗透率、高达数千亿的市场规模、高消费频次、刚需的特性，仍然吸引大量公司投身其中，生鲜电商未来发展依然可观。

报告目录

第一章 生鲜电商行业发展综述

1.1 生鲜电商行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 生鲜电商行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国生鲜电商行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒／退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国生鲜电商行业发展环境分析

2.1 生鲜电商行业政策环境分析

2.1.1 行业主管部门及监管体制

2.1.2 主要产业政策及主要法规

2.2 生鲜电商行业经济环境分析

2.2.1 2016-2018年宏观经济分析

2.2.2 2020-2026年宏观经济形势

2.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 生鲜电商行业社会环境分析

2.3.1 中国人口及就业环境分析

2.3.2 中国居民人均可支配收入

2.3.3 中国消费者消费习惯调查

2.4 生鲜电商行业技术环境分析

2.4.1 行业的主要应用技术分析

2.4.2 行业信息化应用发展水平

2.4.3 互联网创新促进行业发展

第三章 国际生鲜电商行业发展经验借鉴

3.1 美国生鲜电商行业发展经验借鉴

3.1.1 美国生鲜电商行业发展历程分析

3.1.2 美国生鲜电商行业运营模式分析

3.1.3 美国生鲜电商行业发展趋势预测

3.1.4 美国生鲜电商行业对我国的启示

3.2 英国生鲜电商行业发展经验借鉴

3.2.1 英国生鲜电商行业发展历程分析

3.2.2 英国生鲜电商行业运营模式分析

3.2.3 英国生鲜电商行业发展趋势预测

3.2.4 英国生鲜电商行业对我国的启示

3.3 日本生鲜电商行业发展经验借鉴

3.3.1 日本生鲜电商行业发展历程分析

3.3.2 日本生鲜电商行业运营模式分析

3.3.3 日本生鲜电商行业发展趋势预测

3.3.4 日本生鲜电商行业对我国的启示

- 3.4 韩国生鲜电商行业发展经验借鉴
 - 3.4.1 韩国生鲜电商行业发展历程分析
 - 3.4.2 韩国生鲜电商行业运营模式分析
 - 3.4.3 韩国生鲜电商行业发展趋势预测
 - 3.4.4 韩国生鲜电商行业对我国的启示

第四章 中国生鲜电商行业发展现状分析

- 4.1 中国生鲜电商行业发展概况分析
 - 4.1.1 中国生鲜电商行业发展历程分析
 - 4.1.2 中国生鲜电商行业发展总体概况
 - 4.1.3 中国生鲜电商行业发展特点分析
- 4.2 中国生鲜电商行业发展现状分析
 - 4.2.1 中国生鲜电商行业市场规模
 - 4.2.2 中国生鲜电商行业发展分析
 - 4.2.3 中国生鲜电商企业发展分析
- 4.3 2020-2026年中国生鲜电商行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 中国生鲜电商行业面临的困境及对策
 - 1、中国生鲜电商行业面临困境
 - 2、中国生鲜电商行业对策探讨
 - 4.3.2 中国生鲜电商企业发展困境及策略分析
 - 1、中国生鲜电商企业面临的困境
 - 2、中国生鲜电商企业的对策探讨
 - 4.3.3 国内生鲜电商企业的出路分析

第五章 中国生鲜电商行业运行指标分析

- 5.1 中国生鲜电商行业市场规模分析及预测
 - 5.1.1 2016-2018年中国生鲜电商行业市场规模分析
 - 5.1.2 2020-2026年中国生鲜电商行业市场规模预测
- 5.2 中国生鲜电商行业市场供需分析及预测
 - 5.2.1 中国生鲜电商行业市场供给分析
 - 1、2016-2018年中国生鲜电商行业供给规模分析
 - 2、2020-2026年中国生鲜电商行业供给规模预测

5.2.2 中国生鲜电商行业市场需求分析

1、2016-2018年中国生鲜电商行业需求规模分析

2、2020-2026年中国生鲜电商行业需求规模预测

5.3 中国生鲜电商行业企业数量分析

5.3.1 2016-2018年中国生鲜电商行业企业数量情况

5.3.2 2016-2018年中国生鲜电商行业企业竞争结构

5.4 2016-2018年中国生鲜电商行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国生鲜电商行业竞争格局分析

6.1 生鲜电商行业竞争五力分析

6.1.1 生鲜电商行业上游议价能力

6.1.2 生鲜电商行业下游议价能力

6.1.3 生鲜电商行业新进入者威胁

6.1.4 生鲜电商行业替代产品威胁

6.1.5 生鲜电商行业内部企业竞争

6.2 生鲜电商行业竞争SWOT分析

6.2.1 生鲜电商行业优势分析（S）

6.2.2 生鲜电商行业劣势分析（W）

6.2.3 生鲜电商行业机会分析（O）

6.2.4 生鲜电商行业威胁分析（T）

6.3 生鲜电商行业重点企业竞争策略分析

第七章 中国生鲜电商行业竞争企业分析

7.1 多点

7.1.1 企业发展基本情况

7.1.2 企业主要产品分析

7.1.3 企业竞争优势分析

7.1.4 企业经营状况分析

7.1.5 企业最新发展动态

7.2 每日优鲜

7.2.1 企业发展基本情况

7.2.2 企业主要产品分析

7.2.3 企业竞争优势分析

7.2.4 企业经营状况分析

7.2.5 企业最新发展动态

7.3 盒马

7.3.1 企业发展基本情况

7.3.2 企业主要产品分析

7.3.3 企业竞争优势分析

7.3.4 企业经营状况分析

7.3.5 企业最新发展动态

7.4 生鲜电商公司竞争力分析

7.4.1 企业发展基本情况

7.4.2 企业主要产品分析

7.4.3 企业竞争优势分析

7.4.4 企业经营状况分析

7.4.5 企业最新发展动态

7.5 京东到家

7.5.1 企业发展基本情况

7.5.2 企业主要产品分析

7.5.3 企业竞争优势分析

7.5.4 企业经营状况分析

7.5.5 企业最新发展动态

7.6 中粮买我网

7.6.1 企业发展基本情况

7.6.2 企业主要产品分析

7.6.3 企业竞争优势分析

7.6.4 企业经营状况分析

7.6.5 企业最新发展动态

7.7 本来生活

7.7.1 企业发展基本情况

7.7.2 企业主要产品分析

7.7.3 企业竞争优势分析

7.7.4 企业经营状况分析

7.7.5 企业最新发展动态

7.8 天天果园

7.8.1 企业发展基本情况

7.8.2 企业主要产品分析

7.8.3 企业竞争优势分析

7.8.4 企业经营状况分析

7.8.5 企业最新发展动态

7.9 食行生鲜

7.9.1 企业发展基本情况

7.9.2 企业主要产品分析

7.9.3 企业竞争优势分析

7.9.4 企业经营状况分析

7.9.5 企业最新发展动态

第八章 2020-2026年中国生鲜电商行业发展前景及趋势预测

8.1 2020-2026年中国生鲜电商市场发展前景

8.1.1 2020-2026年生鲜电商市场发展潜力

8.1.2 2020-2026年生鲜电商市场发展前景展望

8.1.3 2020-2026年生鲜电商细分行业发展前景分析

8.2 2020-2026年中国生鲜电商市场发展趋势预测

8.2.1 2020-2026年生鲜电商行业发展趋势

8.2.2 2020-2026年生鲜电商行业应用趋势预测

8.2.3 2020-2026年细分市场发展趋势预测

8.3 2020-2026年中国生鲜电商市场影响因素分析

8.3.1 2020-2026年生鲜电商行业发展有利因素

8.3.2 2020-2026年生鲜电商行业发展不利因素

8.3.3 2020-2026年生鲜电商行业进入壁垒分析

第九章 2020-2026年中国生鲜电商行业投资机会分析

9.1 生鲜电商行业投资现状分析

9.1.1 生鲜电商行业投资规模分析

9.1.2 生鲜电商行业投资资金来源构成

9.1.3 生鲜电商行业投资项目建设分析

9.1.4 生鲜电商行业投资资金用途分析

9.1.5 生鲜电商行业投资主体构成分析

9.2 生鲜电商行业投资机会分析

9.2.1 生鲜电商行业产业链投资机会

9.2.2 生鲜电商行业细分市场投资机会

9.2.3 生鲜电商行业重点区域投资机会

9.2.4 生鲜电商行业产业发展的空白点分析

第十章 2020-2026年中国生鲜电商行业投资风险预警

10.1 生鲜电商行业风险识别方法分析

10.1.1 调查法

10.1.2 故障树分析法

10.1.3 敏感性分析法

10.1.4 情景分析法

10.1.5 核对表法

10.1.6 主要依据

10.2 生鲜电商行业风险评估方法分析

10.2.1 敏感性分析法

10.2.2 项目风险概率估算方法

10.2.3 决策树

10.2.4 决策法

10.2.5 层次分析法

10.2.6 对比及选择

10.3 生鲜电商行业投资风险预警

10.3.1 2020-2026年生鲜电商行业市场风险预测

10.3.2 2020-2026年生鲜电商行业政策风险预测

10.3.3 2020-2026年生鲜电商行业经营风险预测

- 10.3.4 2020-2026年生鲜电商行业技术风险预测
- 10.3.5 2020-2026年生鲜电商行业竞争风险预测
- 10.3.6 2020-2026年生鲜电商行业其他风险预测

第十一章 2020-2026年中国生鲜电商行业投资策略建议

- 11.1 提高生鲜电商企业竞争力的策略
 - 11.1.1 提高中国生鲜电商企业核心竞争力的对策
 - 11.1.2 生鲜电商企业提升竞争力的主要方向
 - 11.1.3 影响生鲜电商企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 11.1.4 提高生鲜电商企业竞争力的策略
- 11.2 对我国生鲜电商品牌的战略思考
 - 11.2.1 生鲜电商品牌的重要性
 - 11.2.2 生鲜电商实施品牌战略的意义
 - 11.2.3 生鲜电商企业品牌的现状分析
 - 11.2.4 我国生鲜电商企业的品牌战略
 - 11.2.5 生鲜电商品牌战略管理的策略
- 11.3 生鲜电商行业建议
 - 11.3.1 行业发展策略建议
 - 11.3.2 行业投资方向建议
 - 11.3.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表：生鲜电商产业链分析
- 图表：生鲜电商上游供应分布
- 图表：生鲜电商下游需求领域
- 图表：生鲜电商行业生命周期
- 图表：2016-2018年生鲜电商行业市场规模分析
- 图表：2020-2026年生鲜电商行业市场规模预测
- 图表：2016-2018年中国生鲜电商行业供给规模分析
- 图表：2020-2026年中国生鲜电商行业供给规模预测
- 图表：2016-2018年中国生鲜电商行业需求规模分析
- 图表：2020-2026年中国生鲜电商行业需求规模预测

图表：2016-2018年中国生鲜电商行业企业数量情况

图表：2016-2018年中国生鲜电商行业企业竞争结构

图表：2016-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2016-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比2017年涨跌幅度

图表：2016-2018年固定资产投资及其增长速度

图表：2016-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2018年人口数及其构成

图表：2016-2018年农村居民收入及其增长速度

图表：2016-2018年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国生鲜电商行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142476.html>