

2021-2027年中国生鲜农产品电子商务行业分析与发展前景预测报告

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子商务行业分析与发展前景预测报告》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/202012/195792.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

2020年国内生鲜市场规模或将达2.16万亿，市场潜力巨大。为保证产品新鲜度，国内消费者往往偏好高频次购买生鲜，平均每周购买3次，高于全球平均值2.5次，水果蔬菜每周购买频次高达4.8次。高频、旺盛需求带动下，生鲜市场交易规模自2013年以来保持6%以上增速。2020年国内生鲜市场规模或达2.16万亿中国消费者生鲜消费频次高于全球均值 中企顾问网发布的《2021-2027年中国生鲜农产品电子商务行业分析与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国生鲜农产品电子商务行业市场发展环境、生鲜农产品电子商务整体运行态势等，接着分析了中国生鲜农产品电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了生鲜农产品电子商务市场竞争格局。随后，报告对生鲜农产品电子商务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子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对生鲜农产品电子商务产业有个系统的了解或者想投资中国生鲜农产品电子商务行业，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 我国生鲜农产品电商行业发展概述

第一节 我国生鲜农产品电商行业发展情况

生鲜属高频非标商品，线上渗透率低，“上线”存在一定难度，商品市场渗透率为1.5%，远低于服装、消费电子、日用百货等品类。生鲜是运营难度最高的品类，没有相应供应链的积累是很难成功的。生鲜产品线上渗透率低

一、我国生鲜农产品电商行业发展历程

1、第一阶段（1998-2004年）

2、第二阶段（2005-2012年）

3、第三阶段（2012-2013年）

4、第四阶段（2013-2014年）

5、第五阶段（2014-2015年）

6、第六阶段（2016年至今）

二、行业相关政策分析

三、我国生鲜农产品电商行业市场整体分析

1、总体情况分析

2、特点分析

四、我国生鲜农产品电商行业发展存在的问题

1、产品问题

2、平台运营与管理

3、物流问题

4、售后服务

5、消费者方面问题

6、其它

第二节 最近3-5年我国生鲜农产品电商行业发展环境分析

一、生鲜农产品电商行业市场环境

二、生鲜农产品电商行业政策环境

三、生鲜农产品电商行业技术环境

1、物联网技术的应用

2、rfid射频识别技术的应用

3、scm供应链管理技术的应用

4、gis地理信息系统技术的应用

第二章 我国生鲜农产品电商所属行业与国际比较分析

第一节 国外生鲜农产品电商行业发展现状

一、行业总体情况（如美国、日本等）

二、重点企业情况

三、主要存在问题

第二节 生鲜农产品电商所属行业国内外比较分析

第三章 生鲜农产品电商主要企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、运营模式分类分析

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国生鲜电商行业参与国际竞争的战略市场定位

第四章 中国生鲜农产品电商行业重点企业分析

第一节 永辉超级物种分析

一、主营业务及经营状况

二、主要发展模式

三、主要优势与主要劣势

四、质控管理

五、消费者体验情况

第二节 盒马鲜生分析

一、主营业务及经营状况

二、主要发展模式

三、主要优势与主要劣势

四、质控管理

五、消费者体验情况

第三节 易果生鲜分析

一、主营业务及经营状况

二、主要发展模式

三、主要优势与主要劣势

四、质控管理

五、消费者体验情况

第四节 每日优鲜分析

一、主营业务及经营状况

二、主要发展模式

三、主要优势与主要劣势

四、质控管理

五、消费者体验情况

第五节 京东到家分析

一、主营业务及经营状况

二、主要发展模式

三、主要优势与主要劣势

四、质控管理（重点在生鲜农产品产品分级与质量控制、仓储配送、平台运营管理、售后服务上的具体措施以及该企业在生鲜农产品电商交易方面的内控管理规定或标准）

五、消费者体验情况（消费者在网购生鲜农产品各环节中的行为以及需求）

第五章 2021-2027年生鲜农产品电商需求预测分析

第一节 生鲜农产品电商行业领域2021-2027年需求量预测

第二节 2021-2027年生鲜农产品电商行业领域需求功能预测

第三节 2021-2027年生鲜农产品电商行业领域需求格局预测

第六章 2019年中国生鲜农产品电商行业产业链分析

第一节 生鲜农产品电商行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 生鲜农产品电商上游行业分析

一、生鲜农产品电商成本构成

二、上游行业发展现状

三、上游行业对生鲜农产品电商行业的影响

第三节 生鲜农产品电商下游行业分析

一、生鲜农产品电商下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、下游需求对生鲜农产品电商交易服务的影响

第七章 生鲜农产品电商交易服务行业供需分析

第一节 需求分析

一、生鲜农产品电商行业需求市场

二、生鲜农产品电商行业客户结构

三、生鲜农产品电商行业需求的地区差异

第二节 2015-2019年生鲜商品冷链物流的发展

一、生鲜商品的物流特征

二、生鲜商品物流的供应链特征

三、发展生鲜商品物流的可行性

四、生鲜商品冷链物流发展现状

五、生鲜商品冷链物流运行模式分析

第三节 2015-2019年生鲜商品冷链物流细分市场分析

一、果蔬冷链物流市场

二、肉制品冷链物流市场

三、乳制品冷链物流市场四、水产品冷链物流市场

第八章 中国生鲜农产品电商关键环节分析

第一节 产品采购与组织

一、采购

二、质检

三、仓库管理

第二节 平台建设

一、自建

二、第三方平台

三、优缺点分析

第三节 品牌建设及营销

一、品牌意识

二、产品和服务是核心

三、突出品牌特点

四、多渠道营销

第四节 服务及物流配送

一、自建

二、第三方物流

三、共同配送模式

三、优缺点分析

第五节 售后服务

一、售后问题

二、发展对策

第九章 中国生鲜农产品电商行业消费需求分析

第一节 电商消费者网购行为分析

一、消费行为特征

二、消费驱动因素

三、消费行为地域分析

四、消费行为用户属性分析

五、用户电商选择行为分析

六、用户消费心理分析

第二节 生鲜电商消费群体分析

一、目标消费群体定位

二、目标明确型消费者

三、目标摇摆型消费者

四、目标随意型消费者

第三节 消费者对生鲜农产品的需求层次

一、基础需求

二、品质需求

三、常识性需求

四、便利性需求

五、安全需求

六、体验需求

第四节 影响消费者选择不同平台购买的关键因素分析（包括消费者反馈的关于服务质量的主要问题）

一、食品安全

二、价格

三、物流配送

四、品类丰富

五、平台品牌知名度

六、平台服务

七、app设计及体验

第四节 生鲜农产品电商迎合消费者需求的策略分析

第五节 生鲜电商行业存在的服务质量问题

第十章 生鲜农产品电商服务未来发展趋势

第一节 生鲜电商行业产品营销分析

- 一、生鲜行业产品分类
- 二、生鲜电商行业的产品定位
- 三、生鲜产品信息公开化
- 四、用户参与产品开发
- 五、提高产品附加值

第二节 生鲜电商行业主要营销策略分析

- 一、独立平台精益化管理
- 二、生态园区供应基地展示
- 三、社区化发展提供团购优惠
- 四、“o2o”合理设立自提点
- 五、完善服务提高用户粘性

第三节 国内生鲜电商营销典型案例分析

- 一、本来生活的故事营销
- 二、淘宝聚划算的团购营销
- 三、“我买网”的搜索引擎营销
- 四、家事易的自提模式营销

第四节 生鲜电商发展方向

- 一、农产品分级发展方向
- 二、生鲜农产品仓储配送发展方向
- 三、生鲜电商平台发展方向
- 四、售后服务发展方向

第十一章 生鲜农产品电商服务政策建议（）

第一节 完善法律制度

- 一、法律政策存在空白
- 二、完善法律制度

第二节 加大基础设施建设

一、物流问题

二、物流发展对策

第三节打造诚信电商环境

一、诚信体系缺失（）

二、打造诚信电商环境

图表目录：

图表 主流生鲜电商运营模式

图表 2019年生鲜电商app月活跃用户排行榜

图表 2019年生鲜电商用户品牌分布占比

图表 2019年我国各类农产品网络零售模式--粮食及其他农产品各种网络零售模式创新

图表 中国生鲜电商产业价值链条

图表 跨境电商税改前后税价对比

图表 2019年每日优鲜网上用户评分情况

图表 京东到家网上用户评分情况

图表 2021-2027年中国生鲜农产品电商行业市场规模预测

图表 2015-2019年我国主要农产品产品情况

图表 2015-2019年我国餐饮行业收入总额图表 生鲜农产品物流配送网络结构

图表 2019年我国生鲜电商消费行为地区占比

图表 2019年我国生鲜电商网购用户学历分布

图表 2019年我国生鲜电商网购用户职业分布

图表 2019年中国生鲜网购家庭用户经常购买的品类

图表 生鲜电商消费者年龄分布

图表 生鲜电商消费者性别对比

图表 生鲜电商消费者要求条件比例

图表 生鲜电商消费者吸引用户的主要因素

图表 2019年我国消费者生鲜食品网购用户对食品安全关注度

图表 2019年中国生鲜电商用户生鲜购买品

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195792.html>