

中国生鲜电商行业研究报告

2021年



海量行研报告免费读

概念界定

➤ 传统生鲜电商

指的是利用互联网将生鲜产品通过电商大仓和分仓等传统快递方式配送给消费者，一般为用户下单后，1~2天送达，例如天猫生鲜、京东生鲜等。

➤ “到家”模式生鲜电商

生鲜电商通过在社区周边设置前置仓或者与线下商超、零售店和便利店等合作，覆盖周边1-3公里内的消费者，消费APP下单后，通过物流配送，在1小时内快速把生鲜产品配送给消费者，例如每日优鲜、京东到家、叮咚买菜等。

➤ “到店+到家”模式生鲜电商

生鲜电商在社区周边开设门店，以门店为中心服务周边1-3公里的用户，用户既可以到店消费，也可以在APP下单后，平台提供1小时内送货到家服务，平台所开设的门店既开门营业，又承担线上仓储配送功能，如盒马鲜生、7 Fresh等。

➤ 社区团购模式生鲜电商

以社区为核心，消费者通过团长（一般为社区夫妻店）推荐或自行在电商APP/小程序下单，次日在团长处自提的模式。如兴盛优选、十荟团、美团优选、多多买菜、橙心优选等

➤ “到柜”模式生鲜电商

生鲜电商在社区、商务楼等公共限制区域设置生鲜自提柜，一般为平台提前收集好用户需求，再向产地直接下单购买生鲜，而后配送到社区，用户在社区、商务楼等自提柜提取生鲜产品，如食行生鲜等。

研究范围

本报告主要研究对象为B2C生鲜电商，生鲜品类的B2B及C2C交易不包含在研究范围内。



中国生鲜零售行业规模有着万亿级别的市场体量，线上零售占比逐年提升

作为民生消费的刚需行业，生鲜零售行业规模有着万亿级别的市场体量，近年来，中国生鲜零售市场保持稳步增长，2020年中国生鲜零售市场规模超5万亿元，生鲜产品作为我国的基础消费品之一，随着人均可支配收入和消费支出的提高，艾瑞预计未来生鲜零售市场仍将保持增长态势，到2025年中国生鲜零售市场规模将达到6.8万亿元。从生鲜零售渠道来看，超市、菜市场等线下零售渠道是主要的生鲜零售渠道，虽然中国生鲜线上渗透率仍然较低，但增速迅猛。



疫情推动生鲜电商加速发展，生鲜电商市场规模增长迅速

受新冠疫情影响，2020年中国生鲜电商市场快速发展，生鲜电商行业规模达4584.9亿元，较2019年增长了64.0%。随着生鲜电商的发展及模式的成熟、用户网购生鲜习惯的养成、生鲜电商用户覆盖数量愈发广泛以及技术愈发成熟，艾瑞预计未来一段时间生鲜电商仍旧保持高速增长，到2023年生鲜电商行业规模将超万亿。



巨头多点布局，初创企业争相涌入生鲜电商赛道，未来多模式的生鲜电商局面仍然持续

生鲜具有高频刚需的特点，是具有即时性需求的非标品。相对于美妆、服装等品类来说，生鲜电商线上渗透率水平较低。生鲜电商作为电商品类中的后起之秀，众多资本巨头纷纷进入生鲜电商行业。当下前置仓、店仓一体化、O2O平台、社区团购等多种新型生鲜电商模式共存，不同商业模式的生鲜电商满足不同层级消费者的消费需求，因此，艾瑞预计未来一段时间，生鲜电商市场仍旧不会出现“一家独大”的局面，多种商业模式并存的格局仍将继续。

中国生鲜电商行业发展概述

1

中国生鲜电商行业发展现状

2

中国生鲜电商行业典型企业发展案例

3

中国生鲜电商行业发展趋势

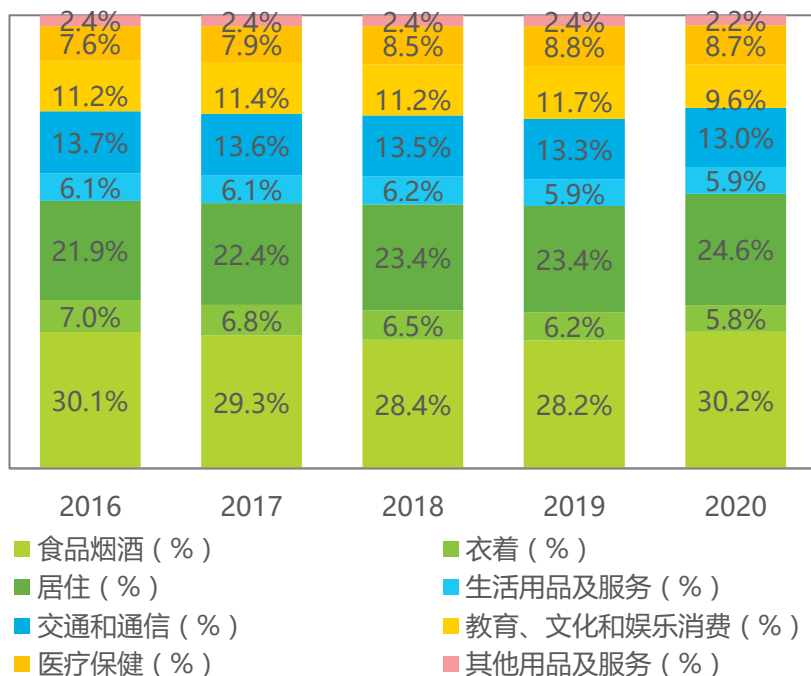
4

中国生鲜电商行业发展背景

民以食为天，食品饮料是高频刚需的消费品类

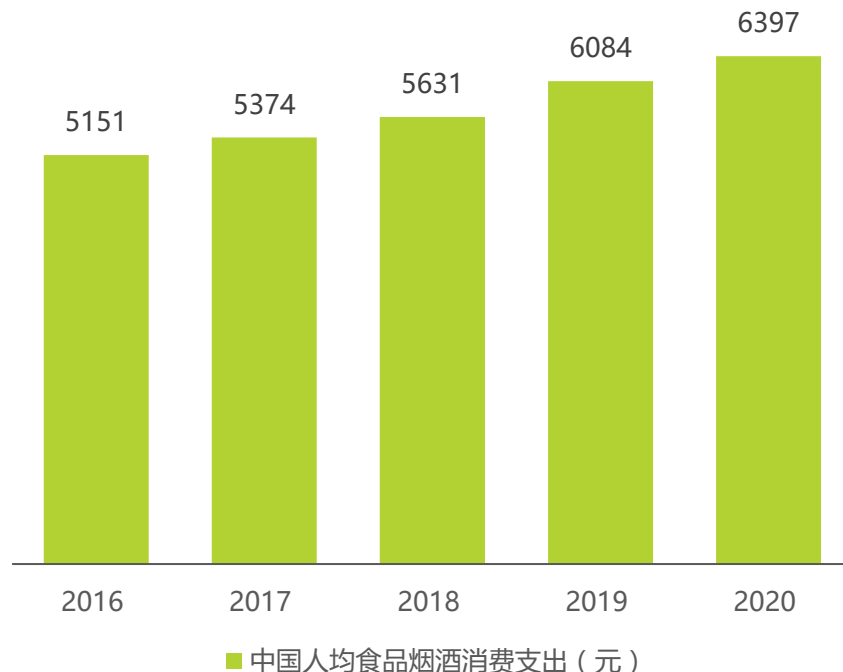
民以食为天，食品烟酒在中国居民人均消费支出占比始终最高。2020年，中国居民在食品烟酒上的消费支出占人均消费支出比重达30.2%。相对于其他品类来说，生鲜及快消品具有消费频率高、消费速度快等特点，生鲜食品更是具备刚需属性。

2016-2020年中国居民消费支出结构



来源：国家统计局。

2016-2020年中国居民人均食品烟酒消费支出



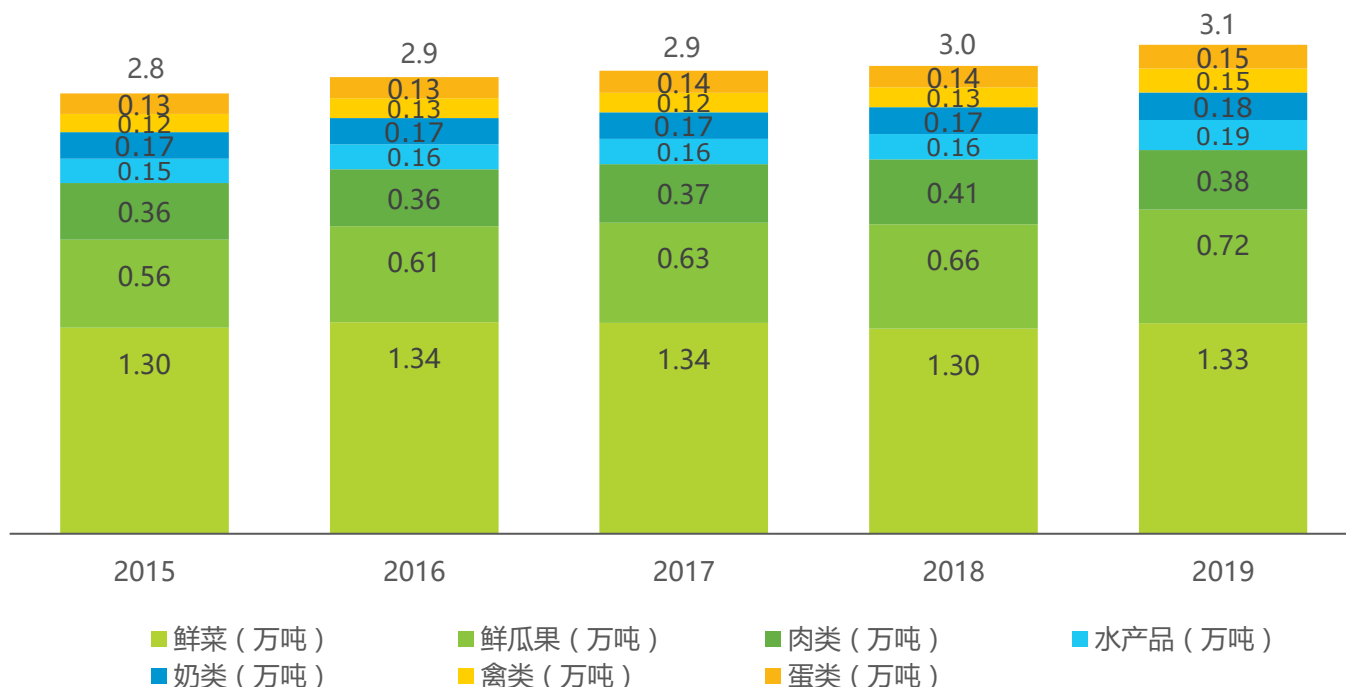
来源：国家统计局。

中国生鲜电商行业发展背景

消费群体规模庞大，年生鲜消费量上万亿吨

中国作为世界人口数第一大国，有着超大规模的消费群体，根据国家统计局数据，2019年中国居民主要生鲜食品消费量达3.1万亿吨，随着人们的消费观念逐年提升以及消费水平的逐年提高，人们对生鲜产品的需求持续增长。

2015-2019年中国居民生鲜食品消费量



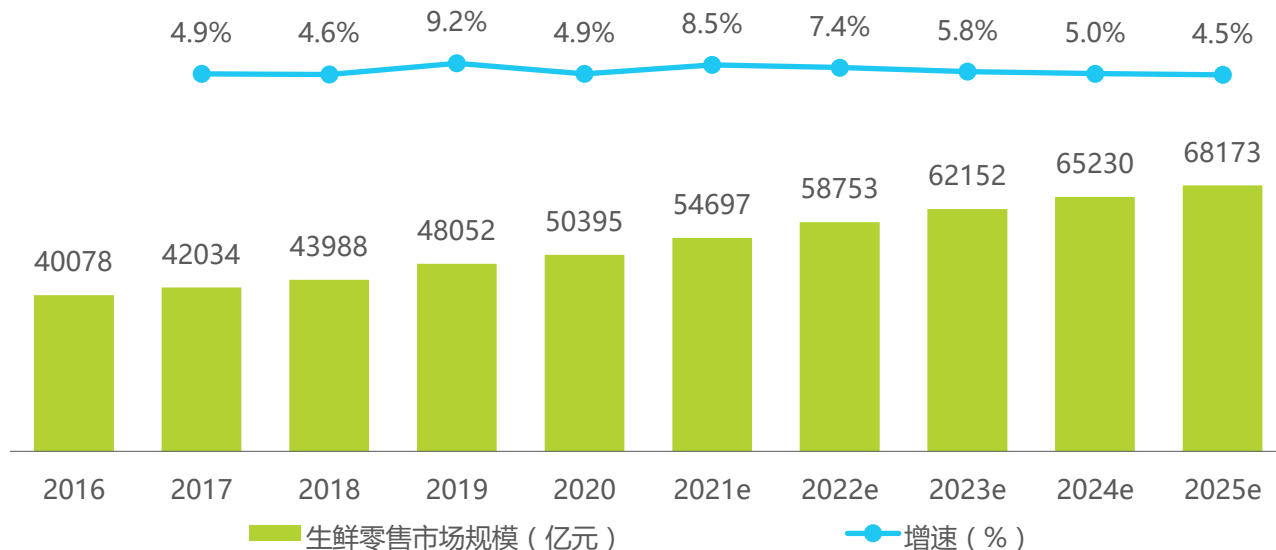
来源：国家统计局。

中国生鲜电商行业发展背景

生鲜零售市场规模上万亿，生鲜电商发展空间大

作为民生消费的刚需行业，生鲜零售行业规模有着万亿级别的市场体量，近年来，中国生鲜零售市场保持稳步增长，2020年中国生鲜零售市场规模超5万亿元，生鲜产品作为我国的基础消费品之一，随着人均可支配收入和消费支出的提高，艾瑞预计未来生鲜零售市场仍将保持增长态势，到2025年中国生鲜零售市场规模将达到6.8万亿元。

2016-2025年中国生鲜零售规模



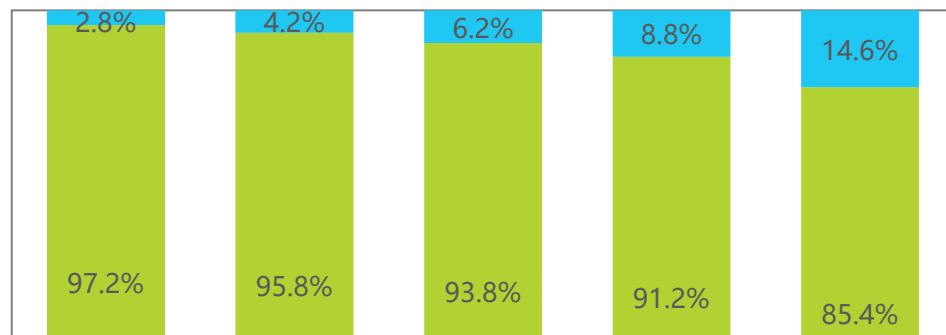
来源：综合公开资料、企业财报及企业访谈，由艾瑞核算。

中国生鲜电商行业发展背景

线下渠道是生鲜主要零售渠道，线上零售占比逐年提升

从生鲜零售渠道来看，超市、菜市场等线下零售渠道是主要的生鲜零售渠道，虽然中国生鲜线上渗透率仍然较低，但增速迅猛，2020年新冠疫情的出现更是加快了生鲜的线上渗透，2020年中国生鲜线上零售占比达14.6%，随着消费者网购生鲜习惯的逐渐养成以及生鲜零售市场对线上生鲜零售愈发重视，生鲜线上渗透率将逐步提升。

2016-2020年中国生鲜零售市场规模结构



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20748

