

中国生鲜电商行业研究报告

2019年



海量行研报告免费读



发展现状

中国生鲜电商处于高速发展期，不断有创新模式涌现及新玩家入局

- 中国生鲜电商市场发展迅速，2018年中国生鲜电商市场交易规模突破**2000亿元**，艾瑞预计，未来3年，中国生鲜电商行业仍会保持**年均35%**的增长率。
- 目前中国生鲜电商市场处于高速发展期，多业态并存，其中前置仓模式持续火热，新零售、社区拼团等新模式不断入局。



竞争格局

中国生鲜电商整体市场头部效应明显，垂直市场向头部玩家加速集聚

- 2018年中国生鲜电商CR5占比**63.1%**，集中度较高，头部效应明显。
- 2018年中国垂直生鲜电商市场CR5占比**37.6%**，较上一年增加了**12.5%**，市场集中度快速提升，垂直生鲜电商市场已呈现出向头部集聚的趋势。



趋势展望

未来1-2年市场将迎来新一轮洗牌期，供应链能力是企业突围制胜的关键

- 随着赛道玩家的增多以及巨头布局的扩大，生鲜电商行业竞争将持续升级，同时也将推动原有的行业格局加速洗牌。“供应链管理”作为生鲜电商最重要的一环，是企业在混战中突围制胜的关键，在生鲜供应链中运用大数据、人工智能、物联网等先进技术，追踪用户行为、精准预测市场需求、把控生鲜产品质量，以及通过向生产端延伸，以缩短供应链条、降低运营成本是提高供应链管理能力的的重要途径。

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、天天果园等。

➤ “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。

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交易不包含在研究范围内。

中国生鲜电商行业发展背景

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历程

生鲜电商处于模式探索和高速发展期，市场竞争进入新格局

中国生鲜电商市场发展早期以地域性垂直类生鲜平台为主，随后，生鲜电商受到资本方的关注，同时电商巨头纷纷入局，行业快速发展，但由于生鲜电商面临高昂的物流成本及运营成本，部分中小型生鲜电商企业倒闭或被并购。现阶段，生鲜电商仍处于模式探索和高速发展期，尚未出现成熟的盈利模式，随着前置仓模式的持续火热，以及线上线下结合的新零售模式、社区拼团等新模式入局，生鲜市场的新一轮混战已然开始。

中国生鲜电商行业发展历程

	以地域性垂直类生鲜平台为主	电商巨头纷纷入局出现前置仓模式	生鲜新零售模式爆发	前置仓模式继续领跑出现社区拼团等新模式
发展特点	本地垂直类生鲜电商相继出现，受限于消费市场和互联网技术等，发展较为缓慢。	生鲜电商市场受到资本方的高度关注，同时阿里、京东等电商巨头纷纷入局，生鲜电商市场高速发展，出现以每日优鲜为代表的前置仓模式。	部分中小型生鲜电商企业倒闭或并购，行业洗牌初步完成，巨头不断加码冷链和生鲜供应链投资，布局新零售创新模式，打通线上线下消费场景。	市场细分明显：前置仓模式主要集中于一二线发达城市，覆盖人群对时效性和产品品质要求较高。社区拼团模式布局低线城市，覆盖人群对价格敏感度高，时效性要求低。
主要商业模式	城市中心仓模式	城市中心仓模式、前置仓模式	城市中心仓模式、前置仓模式、前店后仓模式	城市中心仓模式、前置仓模式、前仓后店模式
品类需求	主要以水果为主，蔬菜、肉禽蛋等尚未涉及	主要以水果为主，肉禽蛋、水产海鲜等品类逐渐扩充，鲜少涉及蔬菜	水果、蔬菜、肉禽蛋、水产海鲜等全品类	水果、蔬菜、肉禽蛋、水产海鲜等全品类
物流配送	当天下单，次日达	当天下单，当日达或次日达 下单后2小时达	下单后1小时达/半小时内送达	下单后1小时达/半小时内达 当日下单，次日送达
代表企业	本来生活、天天果园	天猫生鲜、京东生鲜 每日优鲜	盒马鲜生、超级物种、7 FRESH、 每日优鲜	每日优鲜、叮咚买菜 你我您、食享会
	萌芽期	探索期	发展期	

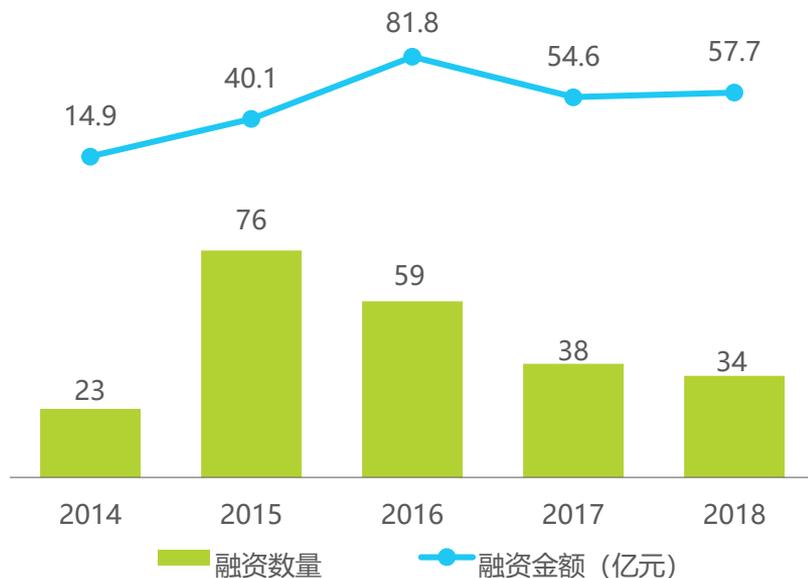
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国生鲜电商市场融资情况

市场回暖，生鲜电商深受资本追捧

生鲜电商作为电商品类中的后起之秀，一直备受资本市场关注。随着“生鲜”在电商领域中热度的持续升温，多家生鲜电商企业得到资本投资，新的生鲜垂直电商平台不断涌现，但好景不长，很多初创型生鲜电商企业由于存在供应链、烧钱补贴等问题，面临倒闭、被并购的局面，但与此同时，也涌现了一定数量的“明星生鲜电商企业”。近两年来，生鲜电商行业发展日趋理性，融资事件数量相对较少，但融资金额较大，资本向头部企业集中的特点愈发明显。

2014-2018年中国生鲜电商市场融资情况



2018中国部分生鲜电商融资事件

生鲜电商平台	融资时间	轮次	金额
每日优鲜	2018年9月	战略投资	4.5亿美元
生鲜传奇	2018年10月	B轮	3亿美元
每日一淘	2018年11月	B轮	1亿美元
	2018年7月	A轮	3000万美元
食享会	2018年12月	B轮	3000万美元
	2018年8月	A轮	1亿元
十荟团	2018年8月	天使轮	1亿元

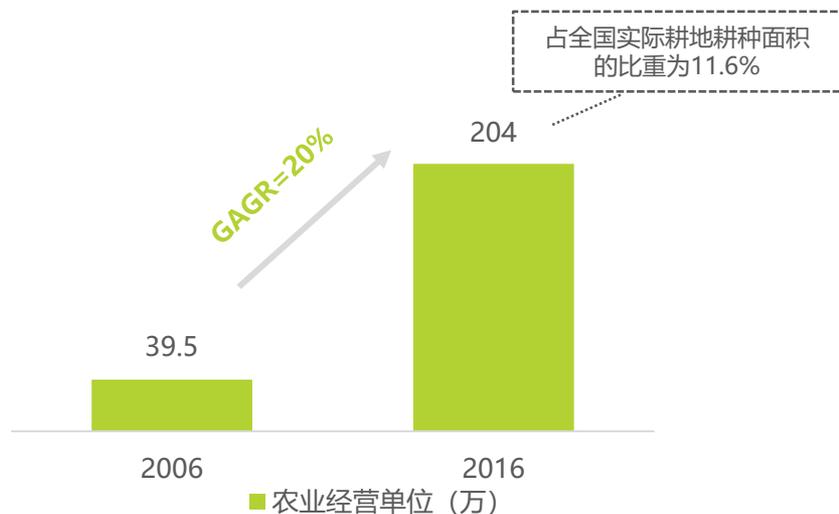
来源：IT桔子，公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

生鲜供应链上游：农产品采购

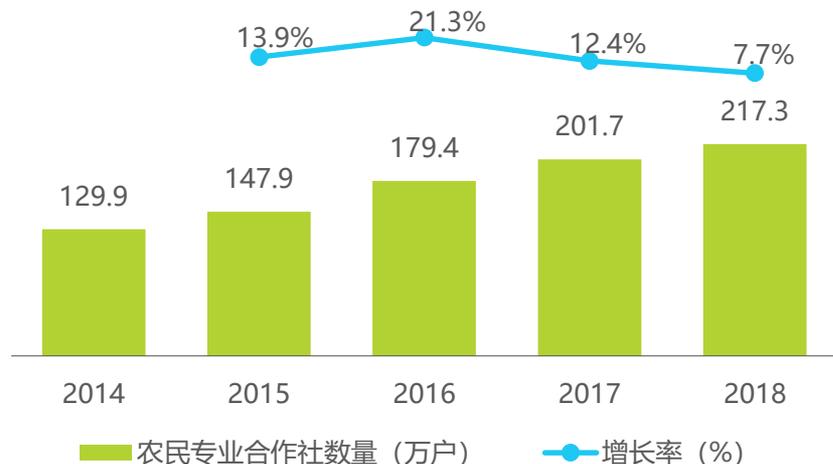
生产的标准化和集约化程度提升为生鲜电商规模采购提供基础

以前我国农业以个体“小农”生产为主，生产源头农户较为分散，各地生鲜品种、质量、价格不统一，农产品品质缺乏标准。随着我国耕地流转规模的不断加大，以及经济发展日趋活跃，我国农业经营单位蓬勃发展，第三次全国农业普查结果显示，2016年末，全国规模农业经营户398万户；农业经营单位204万个，较2006年增长了417.4%。根据国家市场监督管理总局数据，近年来，我国农民专业合作社数量也在稳步提升。伴随着农业生产经营单位、农民专业合作社等新型经营主体的增加，我国农业生产向规模化、专业化方向发展，农产品的标准化、集约化程度也随之提升，为生鲜电商规模采购提供了基础。

2006年、2016年中国农业经营单位数量



2014-2018年中国农民专业合作社数量



注释：农业经营单位指中华人民共和国境内（未普查港澳台）以从事农业生产经营活动为主的法人单位和未注册单位，以及不以农业生产经营活动为主的法人单位或未注册单位中的农业产业活动单位。

来源：国家统计局《第二次全国农业普查》、《第三次全国农业普查》。

注释：农民专业合作社是在农村家庭承包经营基础上，同类农产品的生产经营者或者同类农业生产经营服务的提供者、利用者，自愿联合、民主管理的互助性经济组织。

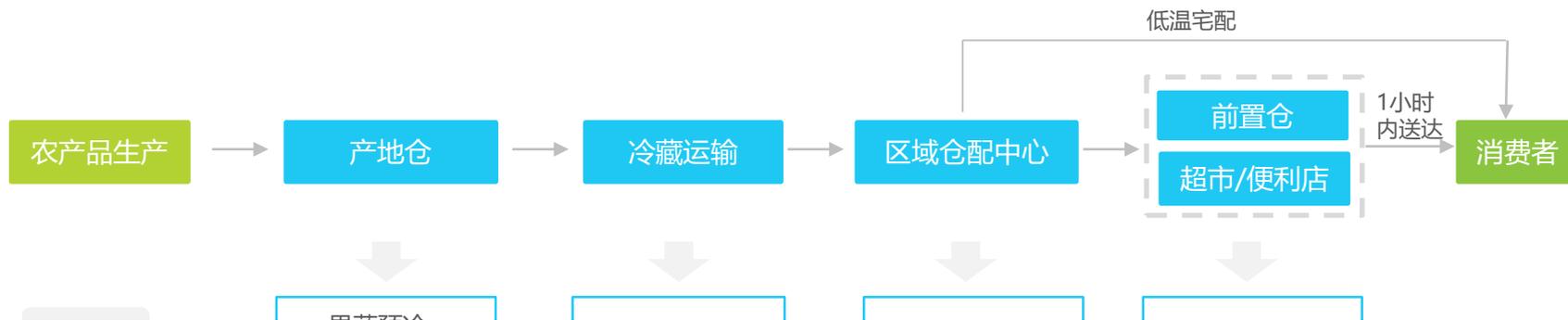
来源：国家市场监督管理总局。

生鲜供应链中游：冷链物流运输

冷链物流技术升级保障生鲜产品品质安全

作为生鲜产品和消费者的链接，冷链物流生鲜供应链中的关键一环。冷链物流包括预冷、冷藏、运输、销售等环节，每个环节都是涉及到不同的冷链装备以及相应的冷链技术，并且不同的环节之间需要无缝对接，以控制全流程流通的品质。随着生鲜电商市场的兴起，以及物流科技的迅速发展，我国的冷链技术也在发展和升级。未来随着物联网、区块链、RFID、智能化温控等前沿技术在冷链物流中推广和应用进一步深入，冷链溯源与全程监控等技术逐步形成，将更加有效的保证在冷链运输过程中生鲜产品的品质安全。

2019年中国生鲜电商冷链运输全程



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_21094

