
中国生鲜新零售

业态、运营模式及投资前景



北京东方艾格农业咨询有限公司

2018年5月

研究背景:

生鲜行业是具有万亿元规模市场，生鲜不仅是一个高频、形成消费习惯可重复性购买的品类，且中高端市场潜力巨大，成为了零售企业吸引消费者的抓手和建立自身壁垒的战略品类之一，也成为资本竞相追逐的目标。近几年生鲜电商呈现爆发式发展，但随着流量成本高企和运营困难，多家生鲜电商企业宣告破产倒闭，比如菜管家、美味七七、本来便利等。

生鲜零售的争夺开始从线上转向线下，生鲜线下门店如雨后春笋，包括阿里的盒马鲜生、京东的 7FRESH、永辉的超级物种、百果园等。生鲜线下零售形态也开始由传统的农贸市场、商超开向社区生鲜便利店、生鲜超市+餐饮、自助贩售机和办公室便利货架/货柜等转变。生鲜零售行业在消费和品牌升级下，行业发生着巨大变化，行业整合和并购不断加快，这对行业中的企业带来巨大的挑战和机会。

因此本报告将通过详实的数据和客观严谨的分析方式，对生鲜零售行业进行详细梳理，为生鲜零售行业的产业整合和资本运作提供支持。

拟解决的主要问题:

- (1) 当前生鲜零售行业存在的主要困境，及解决的方法？
- (2) 生鲜零售行业的主要形态及其特点？那种形态能够快速复制和成长？
- (3) 生鲜零售行业的快速发展，对上下游企业带来的影响和变化？
- (4) 生鲜零售行业未来发展呈现的趋势如何？有何投资机会？

CNagri.com

目 录

第一部分 中国生鲜零售行业发展的宏观环境分析

1.1 生鲜零售行业的历史发展及演变

- 1.1.1 90 年代以前的集贸市场时代
- 1.1.2 90 年代以后的多元业态并存发展时代
- 1.1.3 线上电商发展时代
- 1.1.4 线上线下融合发展时代（新零售时代）

1.2 生鲜零售行业发展的内在驱动力

- 1.2.1 生鲜零售主要发展动力—消费需求
 - 1.2.1.1 中国居民收入情况
 - 1.2.1.2 中国居民人口基本状况
 - 1.2.1.3 居民消费结构的变化
 - 1.2.1.4 消费升级成为趋势
- 1.2.2 生鲜零售发展的基础-新兴技术
 - 1.2.2.1 运用到生鲜零售领域的主要新兴技术
 - 1.2.2.2 新兴技术在生鲜零售中的作用

1.3 中国生鲜新零售行业政策状况

- 1.3.1 对生鲜零售的补贴政策
- 1.3.2 对生鲜零售产品的税收政策
- 1.3.3 电子商务领域的相关政策
- 1.3.4 冷链物流领域的相关政策

1.4 主要生鲜产品的生产、流通、贸易消费状况

- 1.4.1 生鲜产品的生产状况
- 1.4.2 生鲜产品的流通状况
- 1.4.3 生鲜产品的贸易状况
- 1.4.4 生鲜产品的消费状况

第二部分 中国生鲜零售发展的现状

2.1 中国生鲜零售运营状况

- 2.1.1 生鲜零售行业的市场规模
- 2.1.2 生鲜零售企业数量、分布
- 2.1.3 市场竞争格局
- 2.1.4 生鲜零售目前所处的发展阶段

2.2 生鲜零售上下游产业链发状况

- 2.2.1 生鲜零售产业链图谱
- 2.2.2 种养端发展状况及趋势
- 2.2.3 新零售技术服务提供商发展状况及趋势
- 2.2.4 批发市场的发展状况及趋势
- 2.2.5 生鲜运输、配送发展状况及趋势

2.3 生鲜零售行业发展面临的主要问题和挑战

- 2.3.1 零售市场结构转变
- 2.3.2 线上获客成本高企
- 2.3.3 行业盈利状况不佳
- 2.3.4 供需脱节严重

2.4 生鲜零售行业的转型方向

- 2.4.1 生鲜零售企业布局投资动态
- 2.4.2 线上线下融合加速
- 2.4.3 抢占社区便利店市场
- 2.4.4 无人、自助零售终端兴起
- 2.4.5 生鲜超市+餐饮新物种涌现

第三部分 中国生鲜新零售业态及主要企业运营状况分析

3.1 主要的生鲜新零售业态及市场概述

- 3.1.1 生鲜配送平台：代表企业易果生鲜，每日优鲜
- 3.1.2 社区连锁生鲜店：代表企业百果园、钱大妈
- 3.1.3 生鲜超市+餐饮：代表企业盒马鲜生、超级物种
- 3.1.4 自助、无人零售：代表企业缤果盒子，猩便利

3.2 生鲜新零售主要代表企业经营状况分析

- 3.2.1 易果生鲜
 - 3.2.1.1 业绩状况
 - 3.2.1.2 盈利模式
 - 3.2.1.3 生鲜产品定位及结构
 - 3.2.1.4 价格策略
 - 3.2.1.5 仓储配送管理
 - 3.2.1.6 供应商管理
 - 3.2.1.7 业务扩张并购方向
- 3.2.2 盒马鲜生
 - 3.2.2.1 业绩状况

- 3.2.2.2 盈利模式
- 3.2.2.3 生鲜产品定位及结构
- 3.2.2.4 价格策略
- 3.2.2.5 仓储配送管理
- 3.2.2.6 供应商管理
- 3.2.2.7 业务扩张并购方向
- 3.2.3 百果园
 - 3.2.3.1 业绩状况
 - 3.2.3.2 盈利模式
 - 3.2.3.3 生鲜产品定位及结构
 - 3.2.3.4 价格策略
 - 3.2.3.5 仓储配送管理
 - 3.2.3.6 供应商管理
 - 3.2.3.7 业务扩张并购方向
- 3.2.4 缤果盒子
 - 3.2.4.1 业绩状况
 - 3.2.4.2 盈利模式
 - 3.2.4.3 生鲜产品定位及结构
 - 3.2.4.4 价格策略
 - 3.2.4.5 仓储配送管理
 - 3.2.4.6 供应商管理
 - 3.2.4.7 业务扩张并购方向
- 3.3 生鲜新零售面临的风险和挑战**
 - 3.3.1 政策环境的风险
 - 3.3.2 生鲜产品品质、标准化及供应风险
 - 3.3.3 快速扩张带来的规模化管理的风险
 - 3.3.4 新技术运用带来的不确定风险
 - 3.3.5 竞争加剧无法持续盈利的风险

第四部分 在生鲜新零售环境下传统生鲜零售渠道的发展与变革

4.1 农贸市场的发展状况及变革

- 4.1.1 在生鲜零售行业中的地位
- 4.1.2 盈利模式
- 4.1.3 主要经营特点
- 4.1.4 主要企业运营状况
- 4.1.5 新零售对农贸市场发展带来的影响和机遇

4.2 商超行业发展状况及变革

- 4.2.1 在生鲜零售行业中的地位
- 4.2.2 盈利模式
- 4.2.3 主要经营特点
- 4.2.4 主要企业运营状况
- 4.2.5 新零售对商超发展带来的影响和机遇

4.3 传统社区夫妻店发展状况及变革

- 4.3.1 在生鲜零售行业中的地位
- 4.3.2 盈利模式
- 4.3.3 主要经营特点
- 4.3.4 主要企业运营状况
- 4.3.5 新零售对传统社区夫妻店发展带来的影响和机遇

4.4 传统生鲜电商的发展状况和变革

- 4.4.1 在生鲜零售行业中的地位
- 4.4.2 盈利模式
- 4.4.3 主要经营特点
- 4.4.4 主要企业运营状况
- 4.4.5 新零售对传统生鲜电商发展带来的影响和机遇

第五部分 中国生鲜新零售领域投资前景分析

5.1 投资项目分析

- 5.1.1 投资项目汇总
- 5.1.2 投资区域
- 5.1.3 投资方式

5.2 投资风险分析

5.3 投资策略建议