



CBNData

第一财经商业数据中心

2016年线上水产品趋势报告

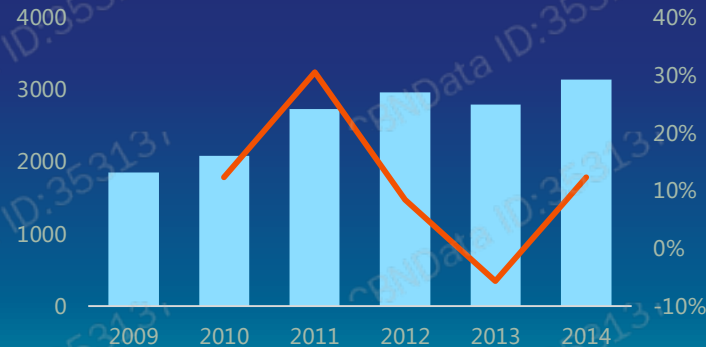
1 行业现状

- ◆ 线上水产市场高速发展，三四线城市和内陆地区迅速崛起，但物流配送能力仍不足，购物习惯尚待养成 ◆

水产品市场走势良好，但未来发展面临挑战

- 水产市场总体走势良好，经过2013年震荡后2014年市场成交金额继续增长，2015年受产业结构调整 and 消费结构调整，高端水产品销量下降，水产品消费更加大众化。

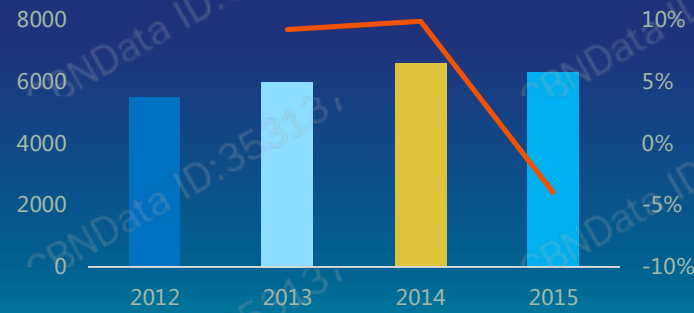
水产品市场成交额走势



水产品市场成交金额 (亿元) 年增长率 数据来源：国家统计局

大数据·全洞察

水产品进口额走势



水产进口额 (百万美元) 年增长率

数据来源：海关数据收集，SITC分类第一类03章

- 水产品进口市场走低，2015年受高端水产消费需求下降、进口水产价格总体高于国产、人民币汇率震荡等因素影响，水产品进口额下降，价格也有下滑趋势。

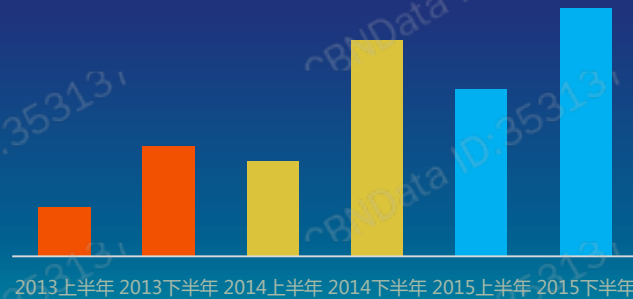
DATA·INSIGHT

水产品电商高速增长，线上进口是亮点

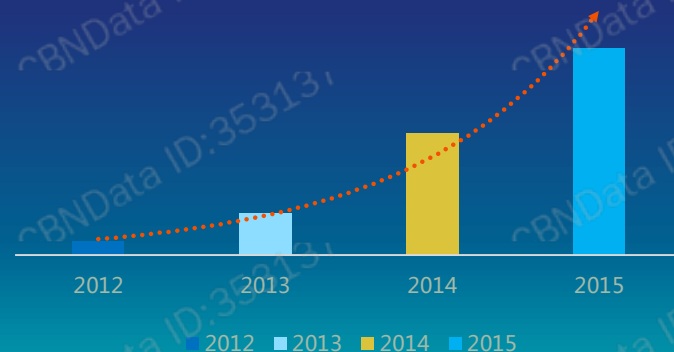
- 水产品电商市场迅速扩大，虽然生鲜电商市场总体渗透率仍不足1%，但线上以其购买便捷、产品丰富、地区渗透力强等特点，越发成为水产品销售重要渠道。

生鲜电商渗透率数据来源：
尼尔森《中国生鲜电商市场研究白皮书》

线上水产品成交额走势



线上进口水产品成交额走势

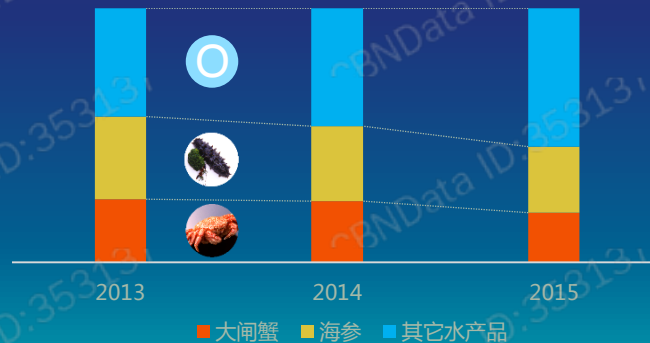


- 线上进口水产市场迅速扩大，2015年增速超过70%，成为水产市场增长重要驱动力。

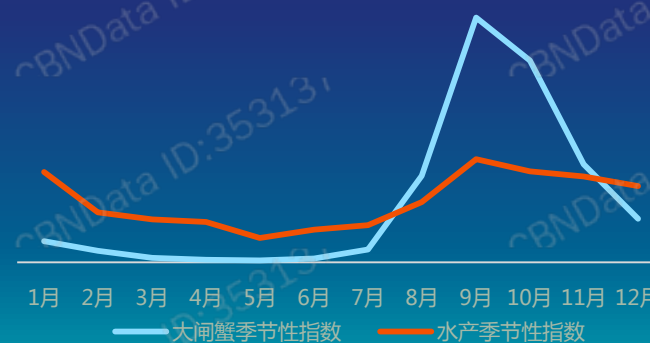
但海参、大闸蟹销售占比过高，反应线上水产品消费习惯瓶颈

- 海参和大闸蟹是线上水产品销售最好的两个品类，其过高的占比与水产品实际消费习惯并不符合，却正反应了目前线上水产品瓶颈——物流配送和消费习惯尚未真正养成。
- 线上售卖的海参基本为干货，与冷冻水产甚至鲜活水产不同，其基本不需要冷链物流，对配送时间也没有过高要求，所以上线相对容易。

大闸蟹&海参销售占比



大闸蟹VS水产品季节性指数

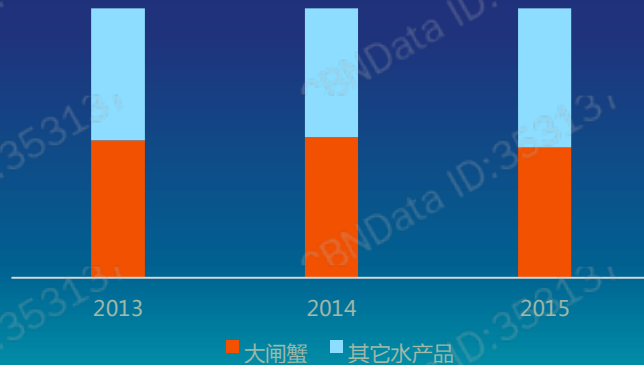


- 大闸蟹为季节性水产，顾客购买时间集中，产地比较单一，商家在线下铺设实体店相对不经济，从而促使其上线。

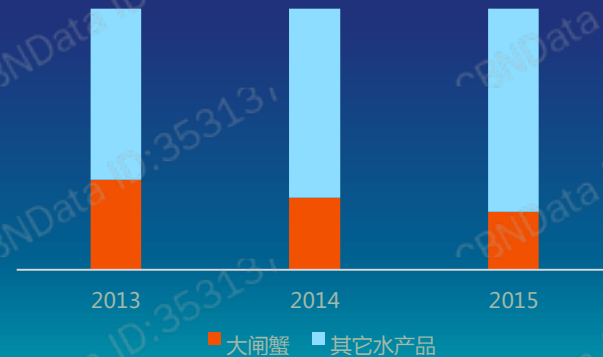
大闸蟹旺季销售占水产总销售过高，线上水产消费习惯尚未真正养成

- 大闸蟹集中上市时间为6月至10月，9月和10月销售最旺。比如2015年9月和10月大闸蟹销售额占当月水产品类销售近一半。
- 这既说明线上大闸蟹销售优势，又说明线上水产品很大程度上还停留在满足消费者某一方面需求的层面上，水产品消费者线上消费习惯尚未真正养成。

9&10月大闸蟹销售额占水产比



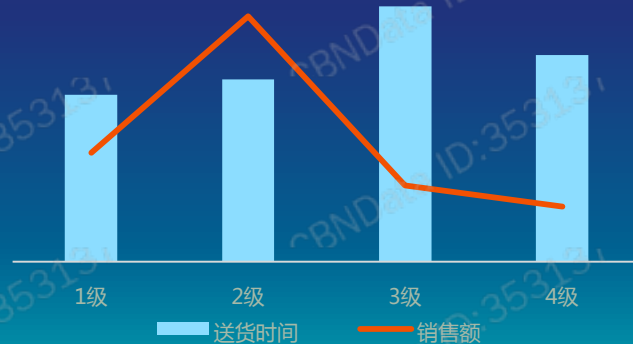
9&10月大闸蟹销售量占水产比



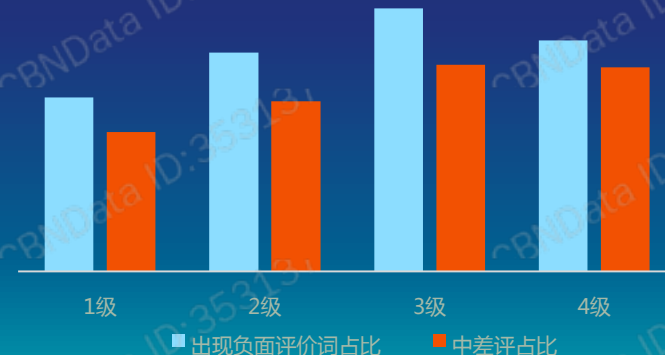
物流配送是阻碍线上水产发展的瓶颈，而且易造成顾客流失

- 物流配送的及时性是消费者选择线上购买水产品关键因素之一。物流配送瓶颈不仅减少当地线上水产品销售量，而且会降低顾客的满意程度。
- 由于各地区物流发展不均衡，三四级城市水产品平均送货时间明显长于一二线城市，这不仅增加顾客等待时间，产品质量也受到威胁。从销售规模看，三四级城市线上水产销售额明显少于一二线城市；从购买顾客评价上看，三四级城市满意程度也低于一二线城市，出现负面评价比例更高。

各级别城市水产品平均送货时间



各级别城市水产品负面评价占比



注1：送货时间排除干货、加工水产品等对送货时间较不敏感品类

注2：所挑选的负面评价词包括不新鲜、坏、慢、不好吃等

三四级城市和内陆地区占比偏低，但增长迅速

- 受制于物流，三四级城市的消费占比相对偏低。

各级别城市商品销售占比 水产品VS.食品

外环：食品
内环：水产品



- 但三四级城市的份额正在稳步提升

三四级城市水产品销售占比



- 内陆地区的水产品也在快速增长

内陆地区水产品成交占比



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_17322

