

中国生鲜电商行业消费洞察 报告

2018年





中国生鲜电商行业历经探索、高速发展、洗牌，进入后成长期转型升级阶段。

1. 中国生鲜电商市场发展迅速，平均每年保持50%以上的增长率，2017年市场规模约为1391.3亿元。
2. 行业在2016年迎来洗牌期：一方面，一大批中小型生鲜电商企业或倒闭或被并购；另一方面，巨头入局，不断加码冷链物流和生鲜供应链投资，拥有全产业链资源和全渠道资源的企业将愈发具有优势。



巨头入局形成第一梯队，“超市+餐饮”等创新模式不断涌现，成为发展重要趋势。

1. 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，随着巨头入局，逐渐形成以阿里和京东等综合生鲜平台为主的第一梯队。
2. 中国生鲜电商平台的两条发展路径：向供应链布局越来越深；距离消费者越来越近。
3. 线上线下融合愈加紧密，成为生鲜电商未来发展的重要趋势。



生鲜网购仍以水果为主品类，高频刚需引流作用明显。

1. 32.0%的用户表示最经常购买的生鲜品类为水果；各平台差异化发展，除水果外，京东在海鲜水产和冷冻食品品类具优势。
2. 综合电商平台是网购生鲜最常用的渠道，86.1%的用户表示经常在综合电商平台购买生鲜食品。
3. 生鲜食品引流作用明显，75.6%的用户表示在购买生鲜食品的同时会购买其他品类的商品。
4. 用户对生鲜网购整体满意度较高；京东生鲜各维度满意度均高于行业整体，物流配送方面优势明显。



用户对创新模式的满意度较高，尝试意愿较强。

1. 潜在用户尝试在创新模式消费的意愿高，49.0%的潜在用户尝试意愿在8分及以上。
2. 创新模式客单价更高，54.0%的用户在创新模式消费的单均价超过200元。
3. 创新模式满意度较高，59.5%的用户对创新模式的满意度评分在8分及以上，90.9%的用户表示未来将继续在创新模式消费。

中国生鲜电商行业发展概览

1

- 中国生鲜电商行业高速增长后迎来蜕变升级
- 巨头入局，新兴模式纷纷涌现

中国生鲜网购用户消费行为洞察

2

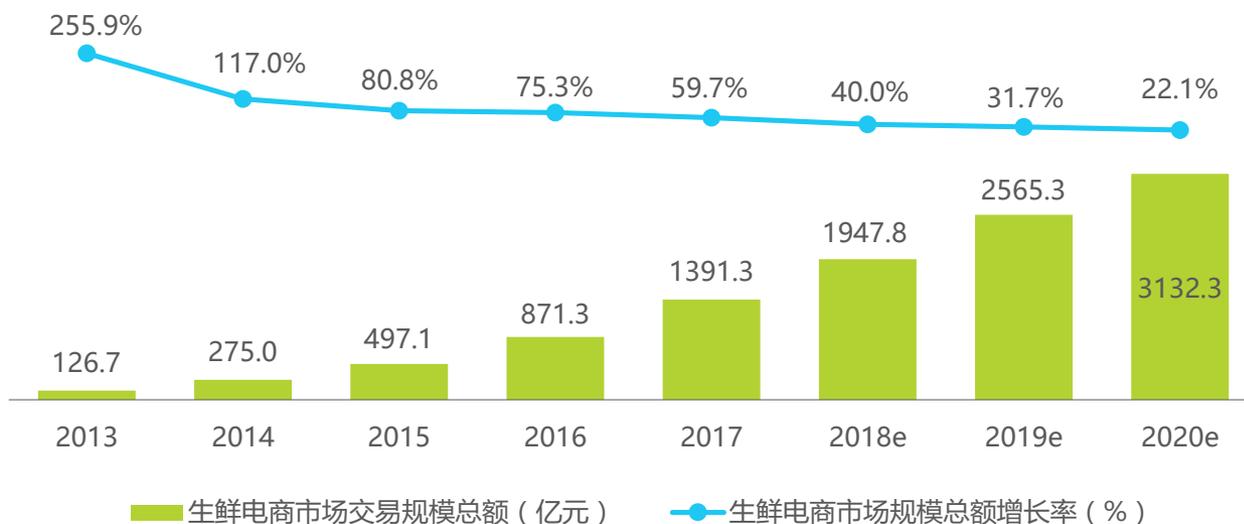
- 年轻高知中产阶级家庭用户为网购生鲜的主要人群
- 生鲜网购为高频刚需，引流作用明显
- 用户对生鲜网购整体满意度较高，推荐意愿强
- 创新模式客单价高，潜在用户尝试意愿强

中国生鲜电商市场规模迅速增长

2017年中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元

中国生鲜电商市场发展迅速，平均每年保持50%以上的增长率。2016-2017年市场迎来洗牌期，大量中小型生鲜电商或倒闭或被并购，市场遇冷；但与此同时，阿里京东等电商巨头入局，不断加码供应链及物流等基础建设投资，并带来了一系列创新模式，使得生鲜电商市场重振活力。2017年中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元，同比增长59.7%。

2013-2020年中国生鲜电商市场交易规模



注释：数据统计口径为线上生鲜市场规模，其中盒马鲜生等线上线下结合模式的企业，本口径只统计其通过线上渠道完成交易的部分。
数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国生鲜电商行业发展历程

历经探索、高速发展、洗牌，进入后成长期转型升级阶段

中国生鲜电商市场历经14-15年的高速发展，在16年迎来洗牌期：一方面，一大批中小型生鲜电商企业或倒闭或被并购；另一方面，巨头入局，不断加码冷链物流和生鲜供应链投资，拥有全产业链资源和全渠道资源的企业将愈发具有优势。

中国生鲜电商行业发展历程



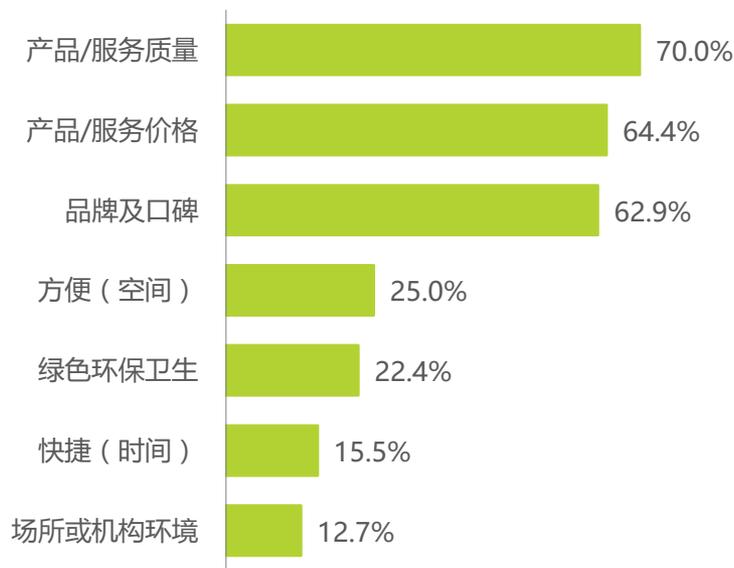
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国生鲜电商行业新变化

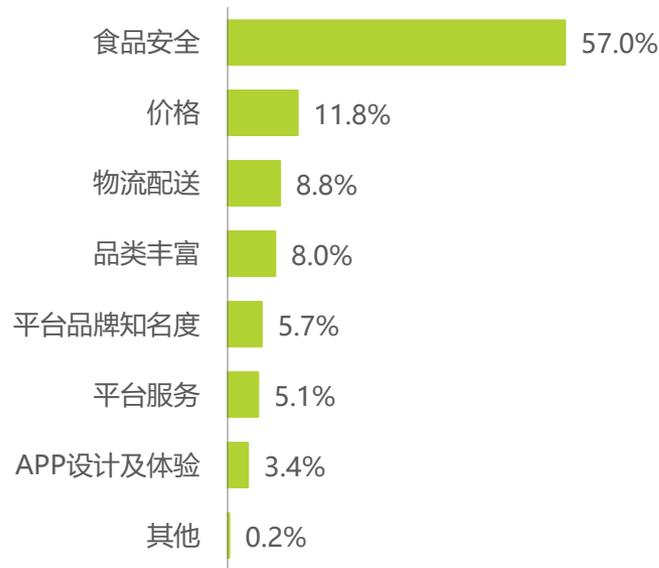
消费者：愈加关注品质和健康，生鲜消费进入品质时代

近年来，食品安全问题频曝，消费者对食品安全的意识越来越高，在购买生鲜食品时愈加重视产品质量。中国网络消费者协会在3月份的调研数据显示，70.0%的消费者在购物时优先考虑产品/服务的质量，64.4%的消费者考虑价格；在生鲜领域，对商品质量的重视表现得更为明显，57.0%的用户表示在选择生鲜电商平台时最看重食品安全，价格为第二考虑因素，占比约为11.8%。用户对品质和体验的高要求，将促使生鲜电商平台更加严格地选品、把控供应链、创新经营模式。

2017年中国消费者消费/购物时的考虑因素



2017年中国生鲜网购用户选择购买平台时最看重的因素



来源：中国网络消费者协会《网络诚信与消费者认知调查报告》。

B1.您选择生鲜食品购买平台时的看重因素有哪些？最看重的是哪个？-----最看重因素
样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

中国生鲜电商行业新变化

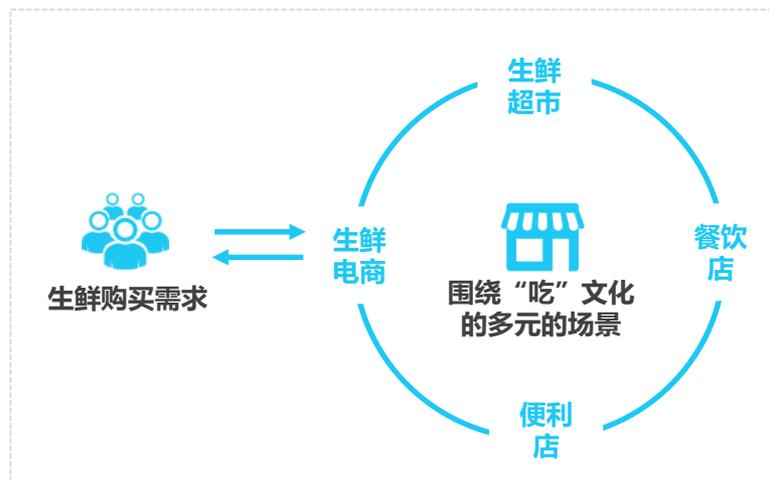
消费场景：由单一的网络购物向多元体验转变

随着消费者对品质需求的提升以及市场从业者的探索，生鲜食品的消费场景逐步多元化，由单一线上或单一线下渠道，逐步演变为线上线下渠道融合，消费者生鲜消费方式的选择愈加多样化，购买愈加便利，用户体验也越来越好。

传统的生鲜网购消费场景



多元的生鲜消费体验场景



中国生鲜电商行业发展概览

1

- 中国生鲜电商行业高速增长后迎来蜕变升级
- 巨头入局，新兴模式纷纷涌现

中国生鲜网购用户消费行为洞察

2

- 年轻高知中产阶级家庭用户为网购生鲜的主要人群
- 生鲜网购头部企业纷纷上市，行业集中度提升

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_21327

