

2019

生鲜电商行业洞察

水果蔬菜是门大生意

目录

CONTENTS



- **01. 生鲜电商行业概况**
- **02. 生鲜电商用户画像**
- **03. 生鲜电商典型玩家对比分析**
- **04. 生鲜电商行业趋势分析**

01

生鲜电商行业概况

The General Overview Of Industry

生鲜电商行业已过渡到稳定发展期

生鲜电商野蛮生长期繁华一时，潮水退去后几乎都在“裸泳”；行业洗牌，巨头入场，生鲜电商行业进入模式探索和稳定发展新时期

野蛮生长期

- 许鲜、每日优鲜等生鲜电商纷纷成立，到2016年，国内生鲜电商数量达到了4000多家
- 而这4000多家生鲜电商企业中**只有1%实现盈利**，4%持平，88%亏损，以及7%巨额亏损

行业洗牌期

- 2016年4月，重量级选手**美味七七**的倒闭，拉开了洗牌期的帷幕
- 随后，**本来便利**、**许鲜**等大批生鲜电商企业倒闭或被并购
- 与此同时，阿里、腾讯、京东等巨头纷纷入局

稳定发展期

- 市场开始细分，前置仓模式热度高涨，到店+到家的新零售模式、社区拼团等新模式不断涌现
- 生鲜电商进入稳定发展期，但仍未出现成熟的盈利模式，预计未来几年将迎来行业**新一轮洗牌**



2012



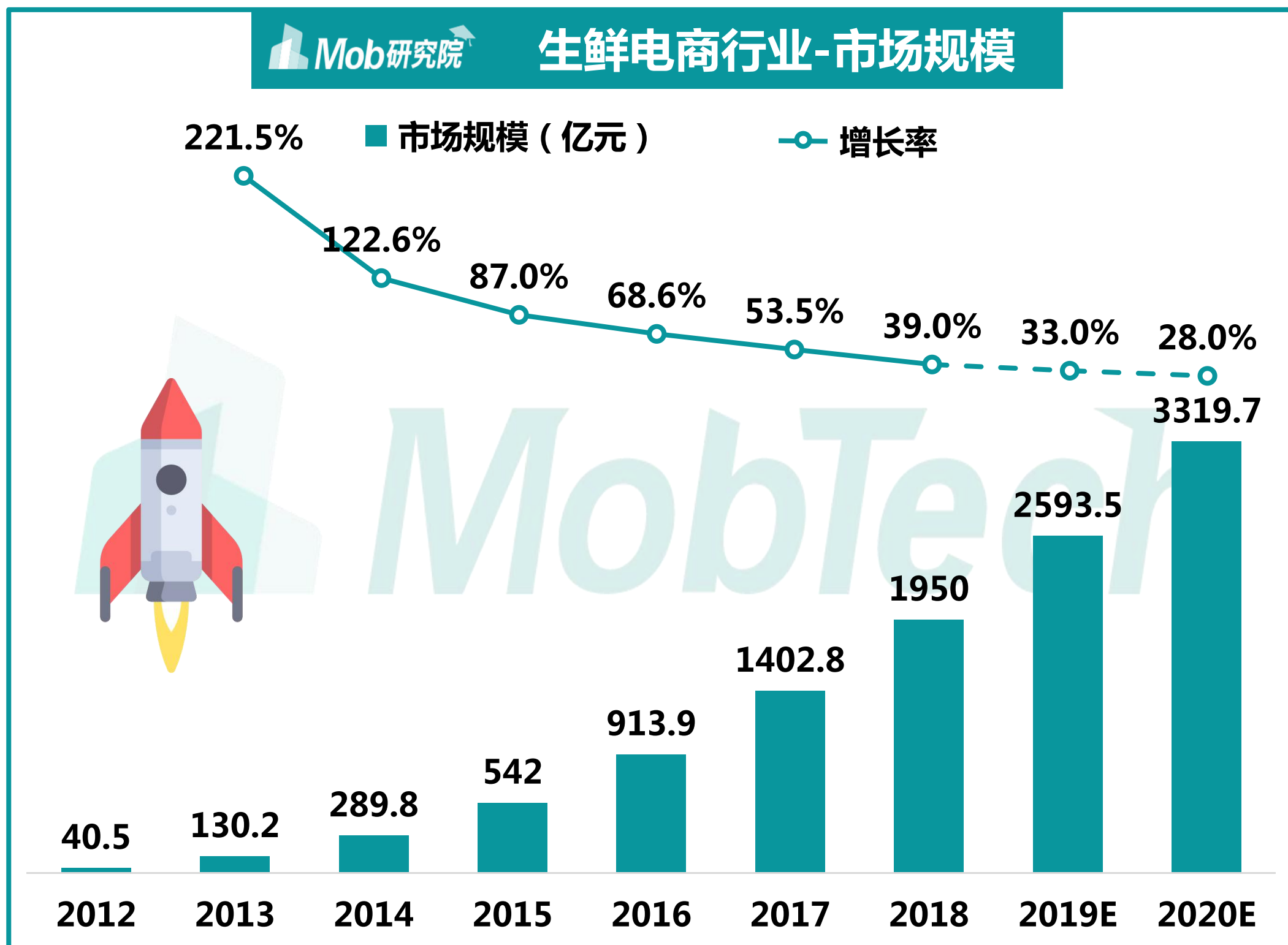
2016



2017

市场规模高速增长，前景广阔

生鲜电商市场高频刚需，市场前景巨大；2018年生鲜电商行业市场规模已接近2000亿，预计2020年将突破3000亿



巨大前景吸引了众多垂直玩家

综合电商平台和垂直电商平台也涉及生鲜业务，垂直生鲜电商深耕生鲜领域，所以本篇报告以**B2C垂直生鲜电商**为主要研究对象

综合电商平台



天猫



京东

垂直电商平台



京东到家



多点

垂直生鲜电商



叮咚买菜



每日优鲜



盒马



7FRESH



呆萝卜



食行生鲜



朴朴



中粮我买网



本来生活



两鲜



全球蛙



春播



大润发优鲜



苏宁小店

市场细分，发展模式各有优劣

生鲜电商发展模式可以分为前置仓模式、到店+到家模式、社区模式和传统电商模式

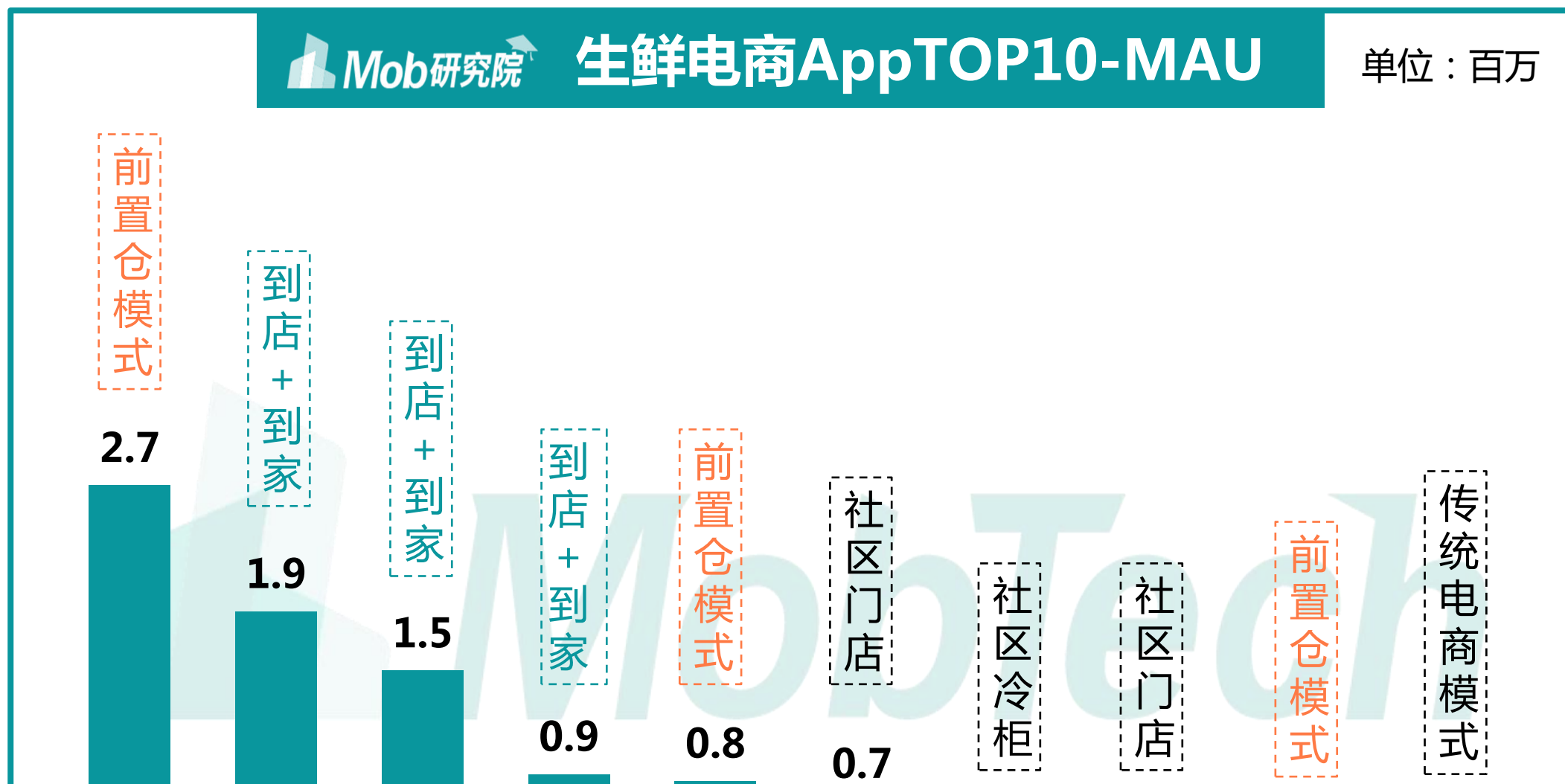
	前置仓模式	到店+到家模式	社区门店模式	传统电商模式
模式解释	在小区密集处设立仓储点进行储存、分检和配送	线上依托于线下门店用户既可以线上下单也可以到门店购买	在小区门口开设门店	用户网上下单后生鲜产品快递到家
代表App	每日优鲜 叮咚买菜	盒马 永辉生活	呆萝卜 苏宁小店	中粮我买网 本来生活
优势	损耗率较低 配送效率高	线上线下一体化 用户体验较好 配送效率高	门店为产品做信任背书	发展较早 有一定忠实用户
缺点	前期仓储投入高	门店成本高	门店成本较高	配送时间长 生鲜品质易受影响 损耗率高

Source : Mob研究院整理

注：社区模式又可细分为社区门店、社区拼团等模式，本报告主要介绍社区门店模式

前置仓模式和到店+到家模式一路领跑

前置仓模式和到店+到家模式占据了前5，发展形势最好；社区模式主要从二三线城市展开，未来有一席之地；而传统电商模式已逐渐落伍



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_38100

