

# 2022年 生鲜电商行业洞察报告

2022年4月

Mob研究院出品

©2022 MobTech. All rights reserved.

# 本报告核心观点



## 行业现状：平台GMV破4000亿，但增速放缓，渗透率待提升

- 生鲜电商行业的GMV总交易额超4000亿，增速在渐放缓。月活保持在1亿左右，随着疫情的反复出现而波动。目前生鲜购买场所以传统菜市场为主，生鲜电商平台渗透率逐年提升至10%左右
- 生鲜电商的多种商业模式共存，店仓一体与前置仓用户活跃度最高，时效最快



## 资本热度：生鲜电商行业受资本市场青睐，估值高，但面临盈利难题

- 资本不断加码生鲜的前置仓模式。但生鲜电商整体行业因为其高成本，还处于亏损烧钱阶段，需要找到新的赢利突破点



## 人群画像：已婚男性开始变身“家庭煮夫”，逐步成为市场主要用户

- 生鲜电商用户男女比例从2019年的“女七男三”，2022年变化至基本“五五分”。而且八成以上用户已婚



## 竞争格局：行业经过洗牌，电商巨头依靠资金、流量与物流优势称霸

- 生鲜电商月活用户数量TOP10涵盖了社区团购、店仓一体O2O和前置仓模式；“千万级别”为盒马鲜生、每日优鲜、叮咚买菜和美团优选。因与巨头实力悬殊，行业中小“玩家”逐渐力不从心



## 行业趋势：通过预制菜等标品及行业标准化、冷链效率的提升健康发展

- 行业的龙头深度融合供应链管理物流体系，提升行业标准化与冷链效率；企业可逐渐发展高品质预制菜等标品，寻找新的利润增长点



# 录

CONTENTS

1

生鲜电商行业发展现状

2

生鲜电商平台用户画像分析

3

生鲜电商行业竞争格局

4

生鲜电商行业趋势分析

# 新零售社区生鲜电商平台提升行业服务效率

生鲜电商产业链包括货源、底层系统服务商、物流服务商及第三方支付，由生鲜电商平台“搭桥”，直连货源和消费者，新零售商业模式加速了配送时效，极大的提升了生鲜行业的整体效率



# 生鲜电商发展不断更迭，新零售与新模式应时而生

生鲜电商行业自出现以来，一直在不断进化，由于我国生鲜消费的非标属性，使得各类模式可以长期共存。随着行业巨头入场，前置仓和O2O模式提供了更快配送和更优品质，提升了整体行业的效率



Source: 中商产业研究院, 公开资料, Mob研究院整理

# 生鲜电商的五种基本商业模式，店仓一体与前置仓时效最快

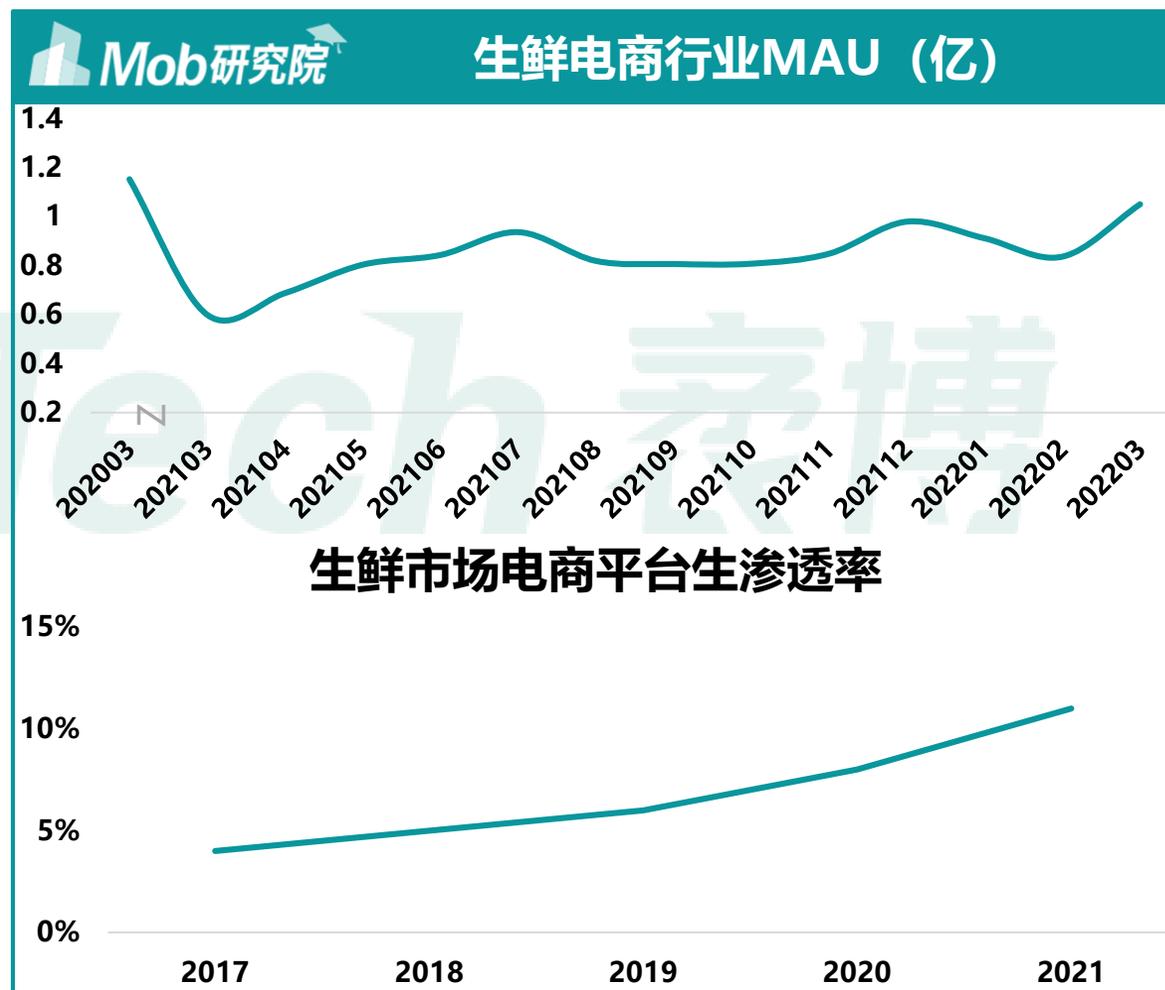
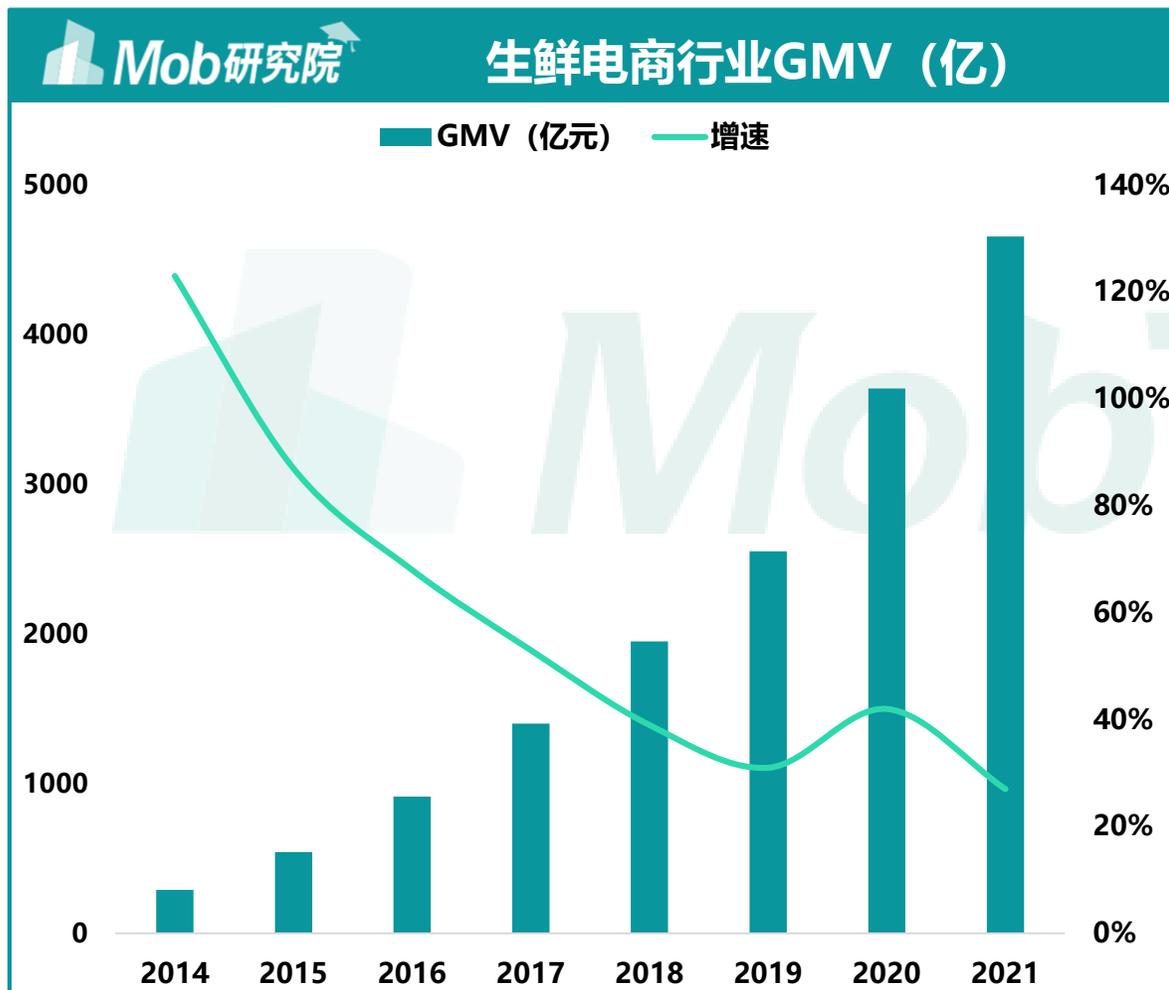
目前社区生鲜电商市场热度较高，包括类似盒马的店仓一体式，前置仓的每日优选与叮咚买菜，以及社区团购类的美团优选、多多买菜。其中店仓一体的成本相对最高

Mob研究院		生鲜电商商业模式汇总			
类型	传统电商		社区电商		
	垂直生鲜电商	平台上线电商	店仓一体	前置仓	社区团购
业务模式	线上购物+快递配送；线上小时直营生鲜，自建区域中心仓保证生鲜品质	线上购物+自有物流配送；通过自建多层及仓配体系保证生鲜品质及送货实现	到店消费+线上购物+即时配送；提供线上线下一体化消费体验	线上购物+即时配送；用户最近地方布局集中，仓储、分拣、配送于一体的仓储点，缩短配送链条，降低配送成本	线上购物+供应链+团长运营；团购平台提供产品供应链物流及售后支持，用户在社区自提商品
布局城市	一二线城市为主	一二线城市为主	一二线城市为主	一二线城市为主	低线城市为主
客户定位	高端/中高端	中高端	高端	中高端	中端
直营/平台	直营	平台	直营	直营	平台
SKU	15000-25000	100000+	5000-8000	4000+	1000-2000
仓储物流	区域中心仓+自有/外包物流	城市中心仓+自由物流配送	店仓一体+自有/外包配送	中心仓+社区前置仓+自有/外包配送	中心仓+社区网络仓+外包配送
终端覆盖范围	全城覆盖	全城覆盖	1-3km	1-3km	0.5-1km
配送时长	1-2天	0.5-1天	0.5-1小时	0.5-1小时	1-2天
是否到家	快递	快递到家	配送到家	配送到家	小区站点自提
代表企业	中粮我买网	京东、天猫超市	盒马	每日优选、叮咚	美团优选



# 生鲜电商行业GMV超4000亿，增速放缓，市场渗透率待提升

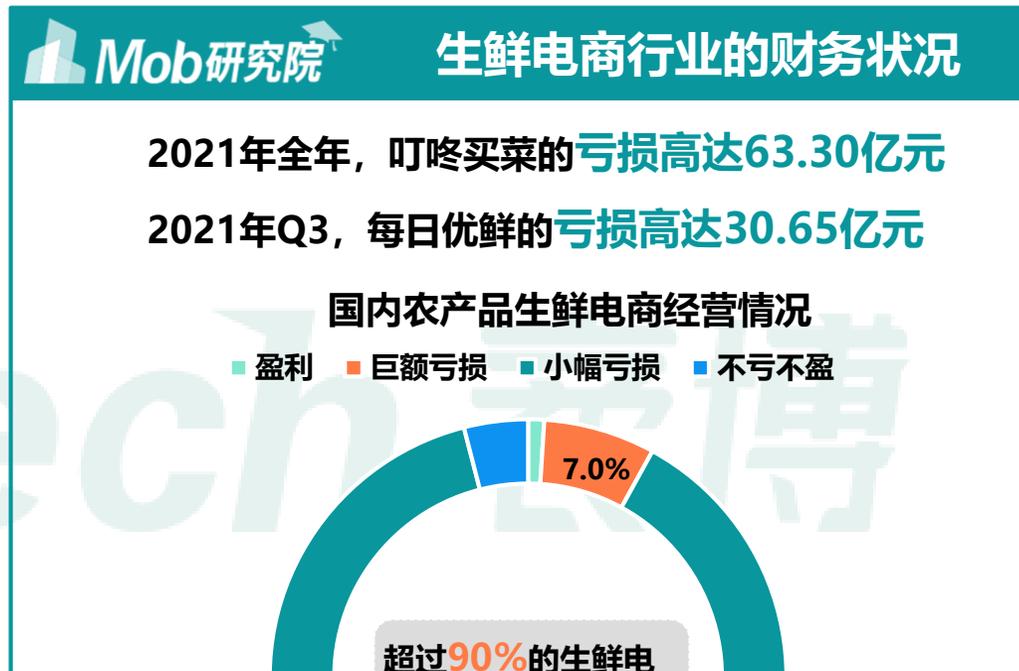
生鲜电商行业的GMV总交易额超4000亿，但因为其市场竞争激烈，增速渐缓。月活保持在1亿左右，随着疫情的反复出现波动。目前生鲜购买场以传统菜市场为主，生鲜平台渗透率待提升



Source: MobTech, 202003, 202103-202203; 公开资料, Mob研究院整理; GMV 为平台全部订单 (含未成交订单) 对应的总收入

# 生鲜电商行业受资本市场青睐，估值高，但面临盈利难题

资本不断加码生鲜的前置仓模式，其中叮咚买菜与每日优鲜都获得多轮融资于2021年6月美股上市。但生鲜电商整体行业因为其高成本，还处于亏损烧钱阶段，需要找到新的赢利点



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\\_40966](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_40966)

