



生鲜零售 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 消费者购买生鲜食品的频率
- 消费者在生鲜食品上的花费
- 消费者购买不同生鲜食品品类的渠道
- 消费者在线上购买生鲜食品的驱动力
- 消费者对生鲜零售的态度

作为日常必需品，生鲜食品的购买频率高且消费稳定。随着收入增长、健康意识提升，消费者对生鲜产品安全性和品质的期望也越来越高。长期来看，生鲜零售市场预计稳步增长，同时也将面对消费者提出的更高要求。

在日益激烈的市场竞争中，如何提高消费者粘度是不同渠道共同面临的一大挑战。疫情期间，消费者逐渐养成了线上购买生鲜的习惯。凭借便利性和选择多样性优势，生鲜电商的渗透率预计持续上升。然而，新鲜仍是消费者对于生鲜食品的核心诉求，这意味着线下渠道仍将占据主导。作为传统线下渠道，菜场对年轻消费者的吸引力有所提升，同时积极尝试新兴方式吸引更多流量，例如与品牌跨界合作。兼具线上和线下优势的全渠道模式的渗透率继续提升，新鲜水果品类尤为如此。

生鲜食品还有望在细分子品类中寻得未来商机。目前，半成品的渗透率相对较低，但有孩子的家庭（超过50%）和高收入消费者（53%）表示愿意为半成品支付更高的价格。此外，宠物生鲜食品（如为宠物主人提供优质宠物即食餐）也是值得关注的品类。



“消费者收入持续增长并关注健康饮食，这将推动生鲜零售可持续发展。在日益激烈的市场竞争中，新兴渠道渗透率不断提高。与此同时，传统渠道积极创新以吸引流量。零售商可以瞄准细分需求、探索子品类机会，从而迎来新的增长点。”

– 姚镔妍，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 本报告涵盖的产品
- 未涵盖的产品

综述

- 市场

数据1: 生鲜食品零售销售额预测，中国，2016-2026年 (预测)

- 可支配收入不断增加，成为生鲜零售长期增长的主要推动力
- 快速城镇化进程助力生鲜零售市场进一步发展
- 基础设施和科技进步让公众能接触到更多农村地区的产品
- 公司与品牌
- 永辉超市
- 盒马鲜生
- 每日优鲜
- 多业态布局，触及更多消费者
- 数字化赋能供应链管理
- 渗透率仍有待提高
- 消费者
- 生鲜食品品类为日常必需品，购买频率高

数据2: 生鲜食品的购买频率，2021年

- 把握生鲜食品的高消费和相随的高要求
- 数据3: 生鲜食品的月度花费，2021年
- 传统线下渠道相对稳定，公众对更便利渠道的接受度提升
- 数据4: 生鲜食品的购买渠道，2021年
- 线下渠道主导对新鲜度要求高的品类，全渠道零售为新鲜水果带来更多机会

数据5: 不同品类和渠道的生鲜食品购买行为，2021年

- 选择多元和便利是消费者从网上购买生鲜食品的主要驱动力
- 数据6: 网上购买生鲜食品的原因，2021年
- 产品质量和安全是生鲜零售的首要考虑因素
- 数据7: 对生鲜零售的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 半成品生鲜市场有望增长

数据8: Hello Fresh的餐饮服务和食谱，2021年

- 宠物生鲜食品的机会
- 菜场改头换面，吸引更多年轻消费者

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据9: 苏州双塔市集，2021年

市场规模与预测

- 生鲜零售市场保持稳步增长

数据10: 生鲜食品零售市场销售额，中国，2016-2021年 (预估)

数据11: 生鲜食品零售销售额预测，中国，2016-2026年 (预测)

市场增长动力

- 可支配收入不断增加，成为推动长期增长的主力
- 快速城镇化进程助力生鲜零售市场进一步发展
- 基础设施和科技进步让公众能接触到更多农村地区的产品

重点企业的表现

- 永辉超市
- 盒马鲜生
- 每日优鲜
- 叮咚买菜

竞争策略

- 多业态布局，触及更多消费者
- 数字化赋能供应链管理
- 渗透率仍有待提高

谁在创新？

- 盒马鲜生宠物即食餐

数据12: 盒马鲜生宠物食品，2021年

- 新鲜水果年套餐为消费者提供省时且可定制的选择

数据13: 德汇新鲜水果套餐，2021年

- 穿普拉达的菜场

数据14: 穿普拉达的乌市集，2021年

- IFCO为生鲜食品供应链提供可重复利用的包装方案

数据15: IFCO产品与服务，2021年

购买频率

- 生鲜食品品类为日常必需品，购买频率高

数据16: 生鲜食品的购买频率，2021年

- 年轻消费者是生鲜食品的潜在高频购买者

数据17: 生鲜食品的购买频率 (按年龄区分)，2021年

生鲜食品的月度花费

- 把握生鲜食品的高消费和相随的高要求

数据18: 生鲜食品的月度花费，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 高频购买者往往也是高消费人士

数据19: 每天1次或更多次购买生鲜食品 (按月度花费区分) , 2021年

- 瞄准有宠物的生鲜产品高端购买者

数据20: 生鲜食品的月度花费 (按居住成员区分) , 2021年

- 高收入消费者和有孩家庭愿意为生鲜食品支付更多

数据21: 生鲜食品的月度花费 (按家庭构成区分) , 2021年

购买渠道

- 传统线下渠道相对稳定，消费者对更便利渠道的接受度增加

数据22: 生鲜食品的购买渠道 , 2021年

- 菜场吸引年轻消费者

数据23: 与3个月前相比从菜场买更多生鲜食品 (按年龄和城市线级区分) , 2021年

- 瞄准青睐社区团购生鲜产品的**25-49岁**有孩女性

数据24: 与3个月前相比从社区团购平台买更多生鲜食品 (按性别和年龄区分、按家庭构成区分) , 2021年

购买的品类

- 线下渠道主导对新鲜度要求高的品类，全渠道零售为新鲜水果带来更多机会

数据25: 不同品类和渠道购买生鲜食品的行为 , 2021年

- **18-39岁**消费者更容易接受半成品菜肴，一线城市尤为如此

数据26: 购买半成品菜肴的渠道 (按年龄和城市线级区分) , 2021年

- 从网上购买水果吸引年长女性

数据27: 主要在网上购买新鲜水果 (按性别和年龄区分) , 2021年

网上购买生鲜食品的原因

- 选择多元和便利是在网上购买生鲜食品的主要驱动力

数据28: 网上购买生鲜食品的原因 , 2021年

- **Z世代**网购生鲜食品时注重配送时间、价格和是否方便一次性购买大量商品

数据29: 在网上购买生鲜食品的前五大原因 (**Z世代**消费者vs其他代际的消费者) , 2021年

对生鲜零售的态度

- 产品质量和安全性是生鲜零售的首要考虑因素

数据30: 对生鲜零售的态度 , 2021年

- 家庭和年长消费者更关注生鲜产品原产地

数据31: 对“本地产的生鲜比外省市的更新鲜”描述的同意程度 (按家庭构成和年龄区分) , 2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 高收入人士和有孩子的家庭热衷切配好的生鲜食品

数据32: 对“切配好的生鲜食品值得花更多钱购买”描述的同意程度，2021年

附录——市场规模与预测

数据33: 生鲜食品市场规模与预测，中国，2016-2026年 (预测)

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击mintel.com。