

生鲜零售 - 中国 - 2020年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“每个家庭的支出将持续增长，从而推动生鲜零售行业的健康发展。作为不断发展的行业，线上零售商必需为消费者提供便利性之外的价值。年轻群体是实用主义者，他们利用线上和线下渠道货比三家寻找最划算的产品，这使资金雄厚的全渠道零售商在不久的将来占据优势。”

— 施洋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

尽管新冠疫情期间采取的居家隔离政策迫使消费者花更多的钱购买生鲜产品，但这也为消费者提供了确保增加线上细分市场渗透率的机会。居民消费价格指数创历史新高，2020年生鲜零售市场同比增长9.5%。

新冠疫情给2020年市场带来不同寻常的挑战，每个家庭支出的增长将推动生鲜零售市场的发展，2020-2025年的年均复合增长率为7.6%，而家庭数量仍保持0.5%的稳定年同比增长。同时，线上零售商的增速有所放缓。

尽管许多线上生鲜渠道赢得了人气，消费群体也更加活跃，但消费者在线下购买生鲜的潜在动因在疫情后并未动摇，而线上零售商需改进的地方正是线下零售商的强项。相反，传统菜场正在积极创新，以留住年轻消费者。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

生鲜零售 - 中国 - 2020年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

新冠疫情对生鲜零售的影响

数据1: 新冠疫情对生鲜零售的短期、中期和长期影响, 2020年6月

市场

中国生鲜零售市场持续稳定增长

便利性因素继续重塑市场发展

公司与品牌

不断增加的线上渗透率使线上线下更好整合

消费者

在新鲜蔬菜和肉类方面, 线下渠道仍占主导地位

数据2: 生鲜产品采购渠道, 2020年5月

价格并非线上购买生鲜产品的最重要因素

数据3: 线上购物行为, 2020年5月

新鲜度是将消费者留在线下市场的关键

数据4: 实体店生鲜购买, 2019年vs2020年

自有品牌颇受欢迎

数据5: 对自有品牌的态度, 2020年5月

新鲜度对线上生鲜零售商至关重要

数据6: 线上生鲜零售商需改进的方面, 2020年5月

实用主义者是关键客群

数据7: 聚类分析, 2020年5月

我们的观点

议题与洞察

供应链关系到生鲜零售商的长期表现

现状

启示

社区生鲜零售的机会

现状

启示

自有品牌的生鲜产品有望增长

现状

启示

市场——您所需要了解的

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

生鲜零售 - 中国 - 2020年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

追求生活方式推动市场增长
 便利性对生鲜产品消费者至关重要
 新的业务基础架构加速行业竞争

市场规模与预测

对生活方式的追求和家庭支出的增加推动了市场增长
 数据8: 中国生鲜零售的销售额, 2015-2020年
 数据9: 中国零售总额和生鲜零售零售额预测(按目前价格计算), 2015-2025年

市场增长动力

新冠疫情培养线上购买生鲜产品的习惯
 供应链创新推动市场发展
 数据10: 线上生鲜零售商需改进的方面, 2020年5月
 社区商店将生鲜零售推入下一阶段
 数据11: 实体店生鲜购买, 2020年5月
 线下线上整合提升消费者体验
 数据12: 同意与不同意部分对自有品牌的态度的消费者(按家庭收入区分), 2020年5月

重点企业——您所需要了解的

永辉进军社区
 盒马生鲜的品牌和全渠道战略
 每日优鲜引领线上生鲜零售市场

领先企业的表现

永辉
 盒马生鲜
 每日优鲜

市场细分

线上生鲜零售的重要性与日俱增
 数据13: 线上生鲜零售额与线下杂货购买, 2014-2020年

竞争策略

投资供应链以进行长期竞争
 更接近消费者
 随着公司横向扩张, 品牌效应初见成效

谁在创新?

非接触式加油站生鲜购物体验
 数据14: 易捷非接触式生鲜购买服务, 2020年2月
 通过加盟店快速扩张
 数据15: 谊品生鲜店面, 2019年11月

消费者——您所需要了解的

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

生鲜零售 - 中国 - 2020年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

实体店仍是消费者购买新鲜蔬菜和肉类的首选渠道

价格并非线上生鲜购买的首要考虑因素

新鲜度是将消费者保留在线下的最主要因素

购买自有品牌产品盛行

线上零售商仍面临新鲜度问题

购买渠道

线下渠道在新鲜蔬菜和新鲜肉类方面仍占主导地位

数据16: 生鲜产品采购渠道, 2020年5月

新冠疫情加速生鲜垂直电商的发展

数据17: 在生鲜电商购买新鲜蔬菜和水果的消费者(按家庭月收入和教育程度区分), 2020年5月

海鲜的渠道忠诚度最高, 而新鲜蔬菜的渠道忠诚度最低

数据18: 生鲜零售渠道的平均提及率, 2020年5月

较低线级城市的水果消费者更青睐传统渠道

数据19: 新鲜水果消费者的部分采购渠道(按城市线级区分), 2019年vs2020年

年轻消费者更偏好丰富的产品选择和一站式购物

数据20: 消费者光顾渠道的平均百分比(按代际区分), 2020年5月

线上购物行为

价格并非线上购买生鲜产品的首要考虑因素

数据21: 线上购物行为, 2020年5月

已婚育和高收入消费者更注重产品细节

数据22: 部分线上购物行为(按个人月收入区分), 2020年5月

为促销而冲动购买

数据23: 线上购物行为, 2020年5月

促销吸引女性和年长消费者

数据24: 与促销相关的线上活动(按部分人口统计特征区分), 2020年5月

实体店生鲜购买

新鲜度和购物体验是将消费者留在线下市场的关键

数据25: 实体店生鲜购买, 2020年5月

在年长一代中增加用户群

数据26: 部分实体店生鲜购买, 2020年5月

可以现场烹饪加工越来越受女性欢迎

数据27: 在实体购买生鲜产品的部分群体, 2020年5月

对自有品牌的态度

自有品牌越来越受欢迎

数据28: 对自有品牌的态度, 2020年5月

高收入消费者拥抱自有品牌

数据29: 同意与不同意部分对自有品牌的态度的消费者(按家庭收入区分), 2020年5月

低线级市场的机会

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

生鲜零售 - 中国 - 2020年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据30: 部分对自有品牌的态度 (按城市线级区分), 2020年5月

投资年轻消费者, 以打造自有品牌

数据31: 部分对自有品牌的态度, 2020年5月

线上零售商需改进的方面

产品新鲜度对线上生鲜零售商至关重要

数据32: 线上生鲜零售商需改进的方面, 2020年5月

前置仓保障产品的新鲜度和消费者满意度

数据33: 部分线上零售商需改进的方面 (按家庭月收入区分), 2020年5月

年轻群体关注所提供的服务

数据34: 部分线上生鲜零售商需改进的方面 (按年龄区分), 2020年5月

需建立年长一代的忠诚度

数据35: 线上零售商需改进的方面, 2020年5月

消费者细分分析

实用主义者是主要消费群体

数据36: 聚类分析, 2020年5月

实用主义者对渠道的忠诚度最低

数据37: 三个消费群体的渠道光顾频率, 2020年5月

数据38: 三个消费群体的部分采购渠道, 2020年5月

高端生活方式追求者受知识驱动

数据39: 部分线上购物行为 (按消费群体区分), 2020年5月

实用主义者更青睐店内体验

数据40: 部分线下购买动力 (按消费群体区分), 2020年5月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com