

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**

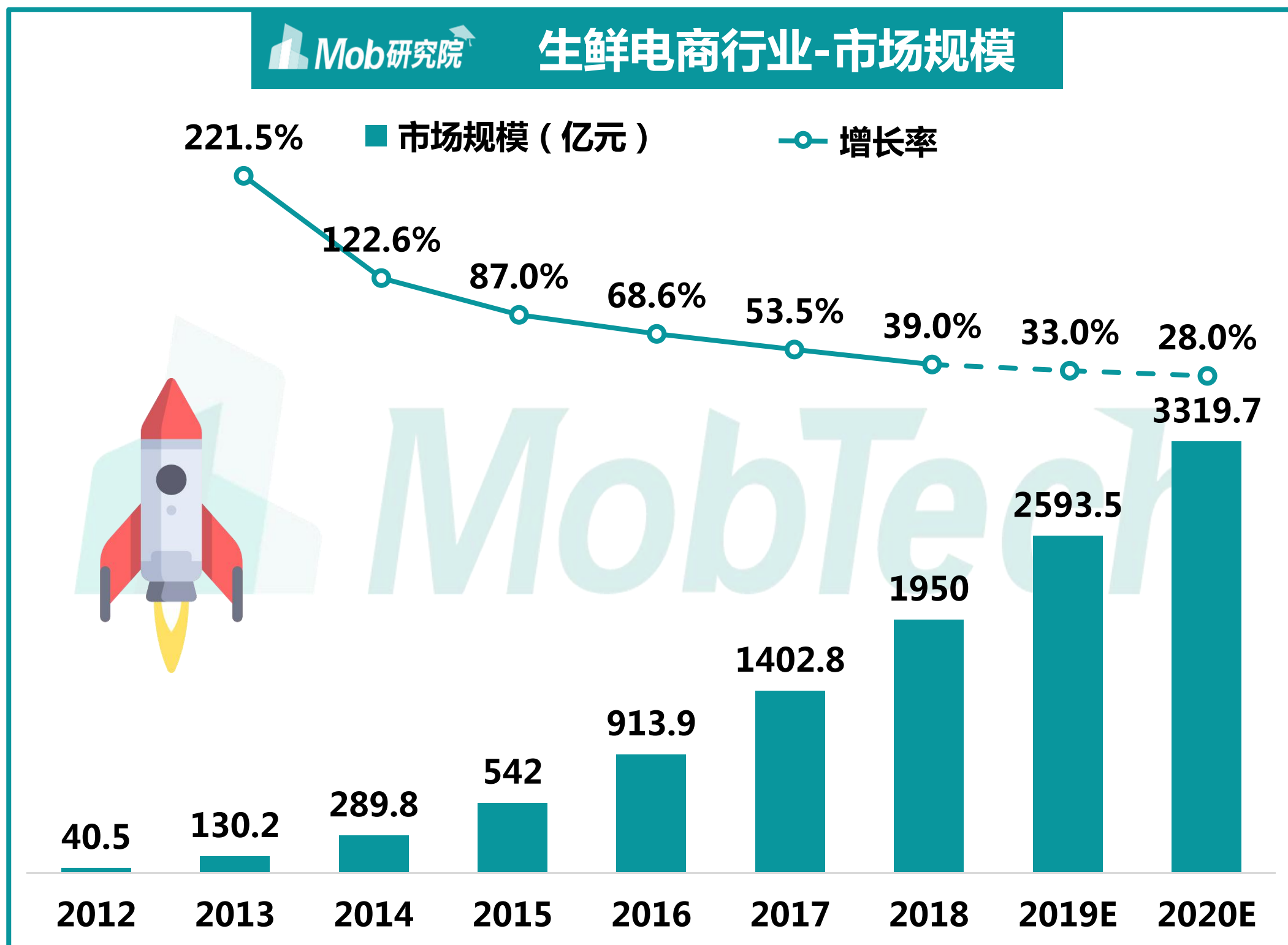
2012

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

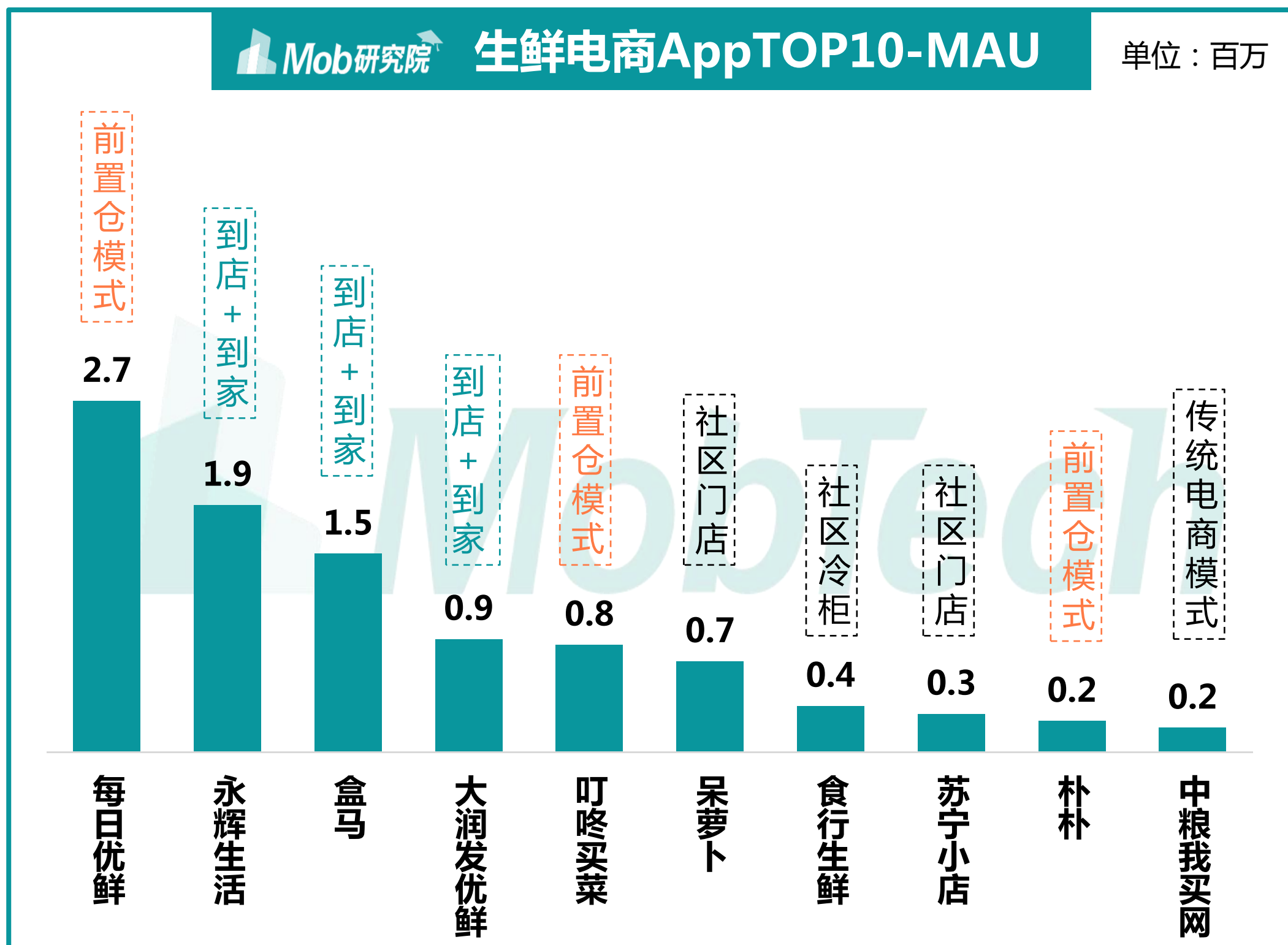
	前置仓模式	到店+到家模式	社区门店模式	传统电商模式
模式解释	在小区密集处设立仓储点进行储存、分检和配送	线上依托于线下门店用户既可以线上下单也可以到门店购买	在小区门口开设门店	用户网上下单后生鲜产品快递到家
代表App	每日优鲜 叮咚买菜	盒马 永辉生活	呆萝卜 苏宁小店	中粮我买网 本来生活
优势	损耗率较低 配送效率高	线上线下一体化 用户体验较好 配送效率高	门店为产品做信任背书	发展较早 有一定忠实用户
缺点	前期仓储投入高	门店成本高	门店成本较高	配送时间长 生鲜品质易受影响 损耗率高

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



最近一年生鲜电商行业融资火热

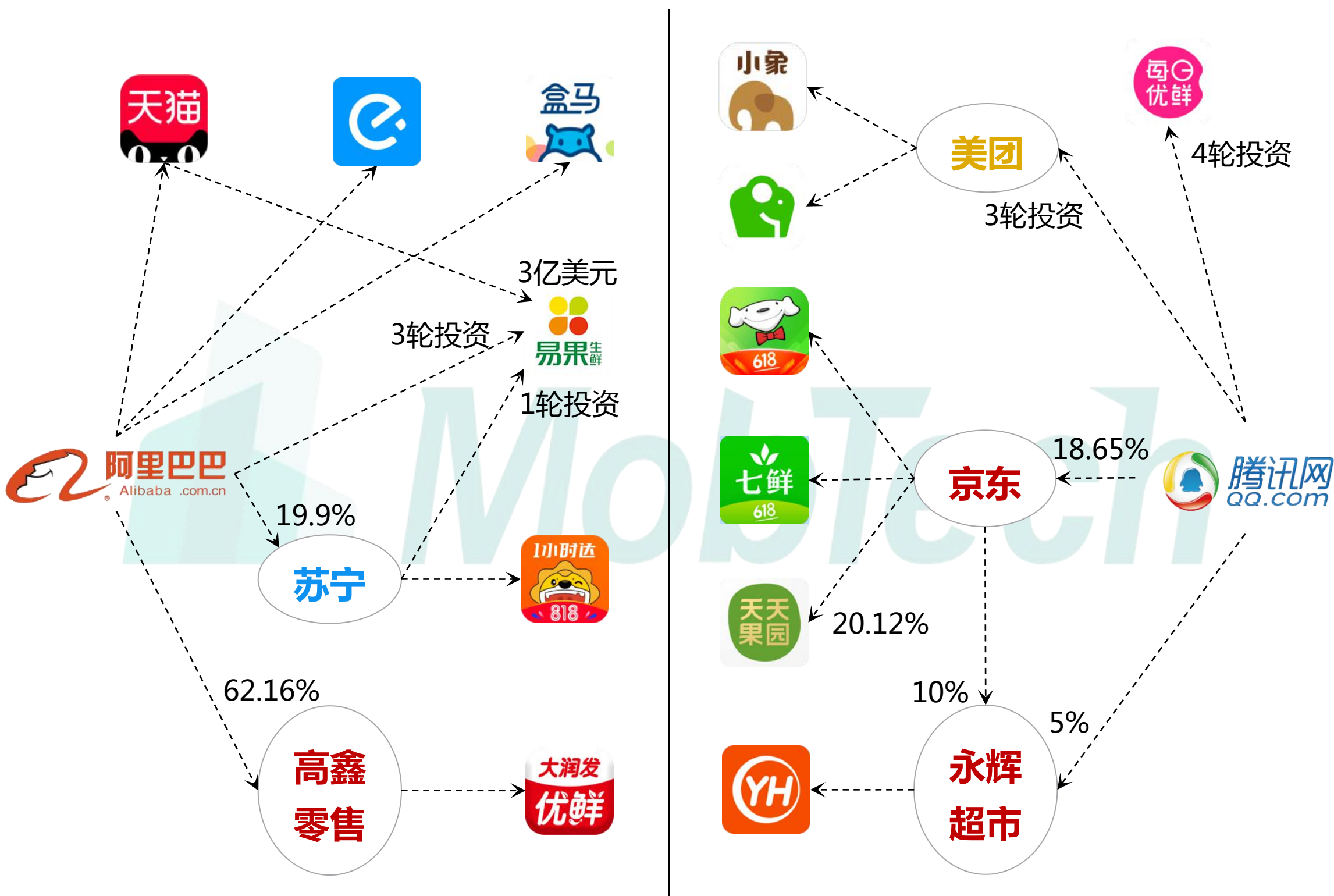
资本不断加码前置仓模式，其中叮咚买菜两年8轮融资、每日优鲜获4.5亿美元融资，各种社区新模式也受到资本青睐

『生鲜电商行业』近一年大额融资情况

名称	模式	轮次	融资金额	融资时间
食行生鲜	社区冷柜	C+轮	2.5亿人民币	201908
叮咚买菜	前置仓	B+轮	—	201907
生鲜传奇	社区门店	B+轮	1亿+人民币	201907
呆萝卜	社区门店	A轮	6.34亿人民币	201906
朴朴	前置仓	B轮	5500万美元	201903
美邻美社区	社区拼团	A轮	1亿元+人民币	201903
食享会	社区拼团	B轮	3000万美元	201812
每日优鲜	前置仓	战略投资	4.5亿美元	201809

巨头也积极布局生鲜电商

生鲜电商行业的广阔前景也吸引到了巨头的关注。阿里直接下场自建生鲜电商，而腾讯系主要通过与京东、永辉超市和美团合作参与生鲜电商布局



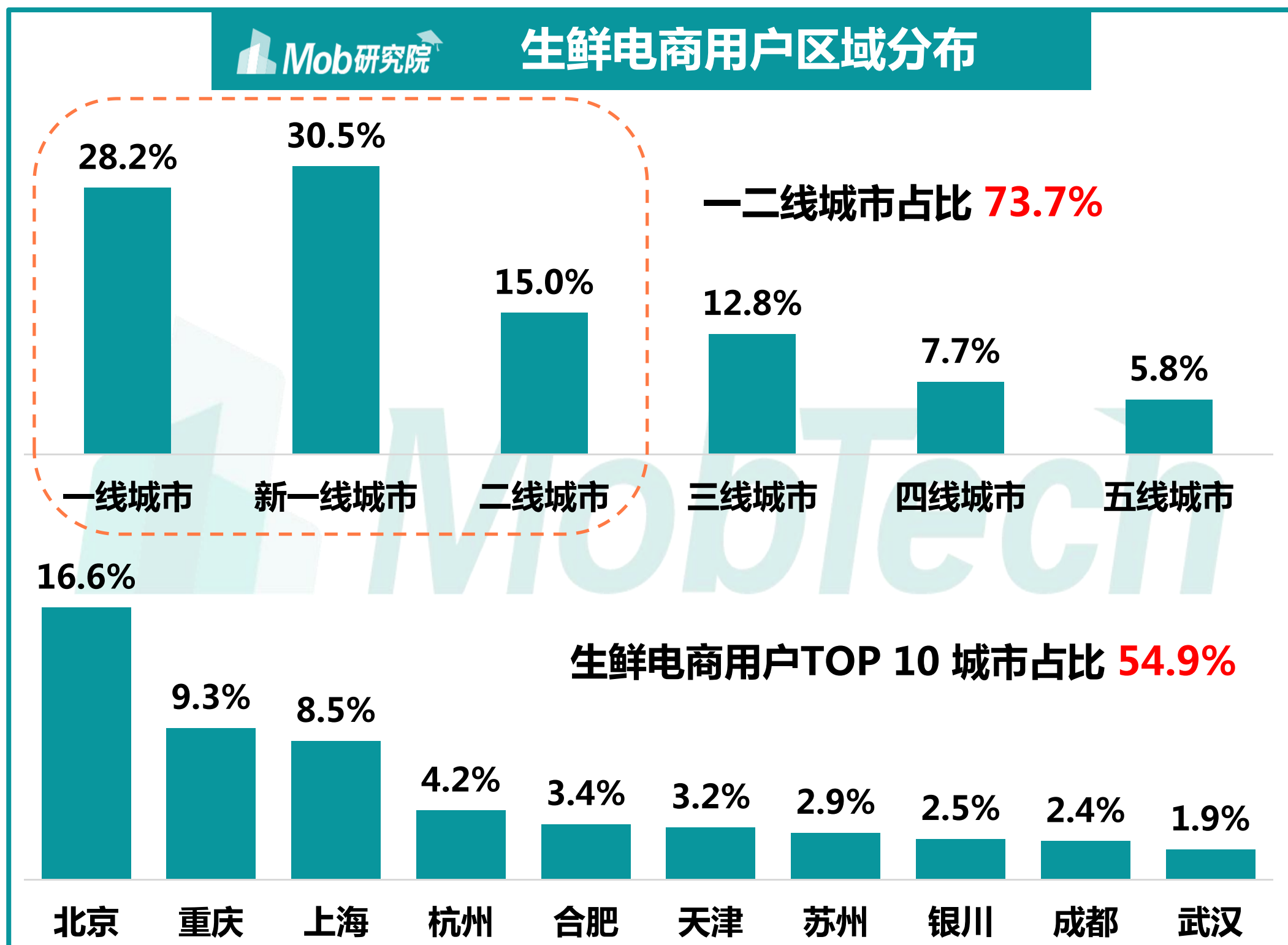
02

生鲜电商用户画像

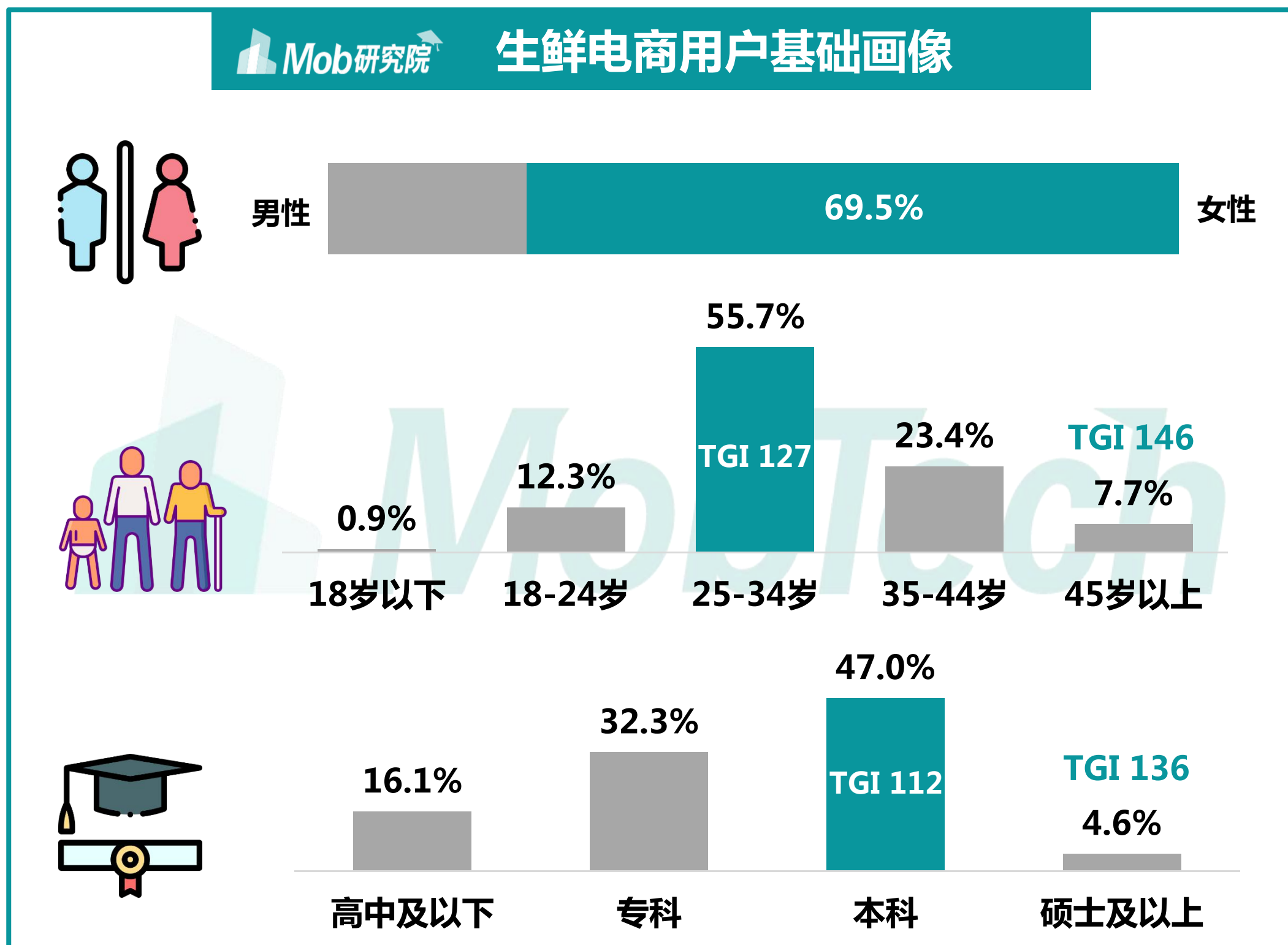
User Portrait Insight

京渝沪是大本营

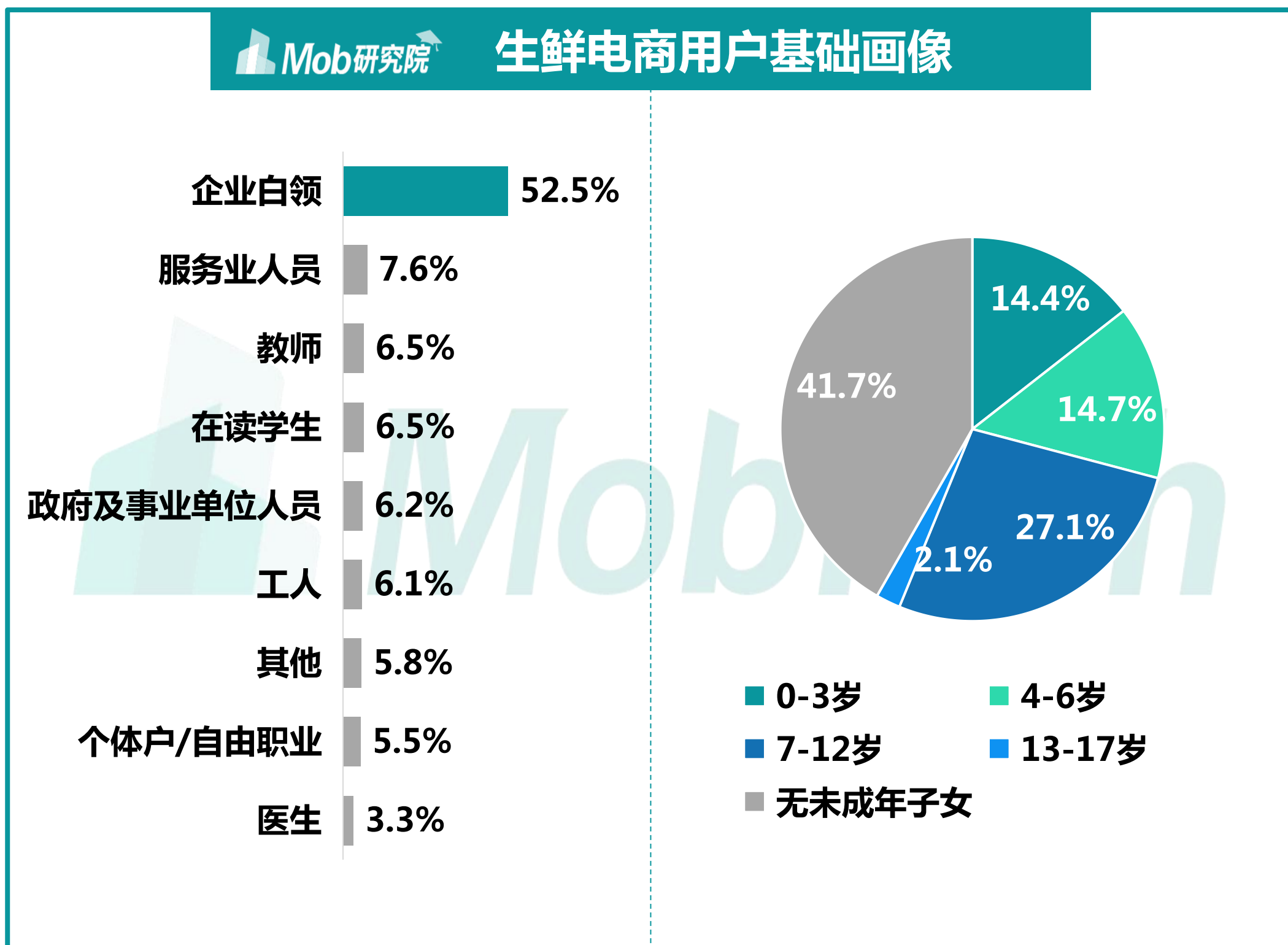
生鲜电商用户主要集中在二线以上城市，占比超过70%，前十城市用户占比超过50%，北京、重庆、上海是大本营



近7成用户是女性，25-34岁女性用户占比最高，且受45岁以上年长女性偏爱，整体用户受教育水平普遍较高

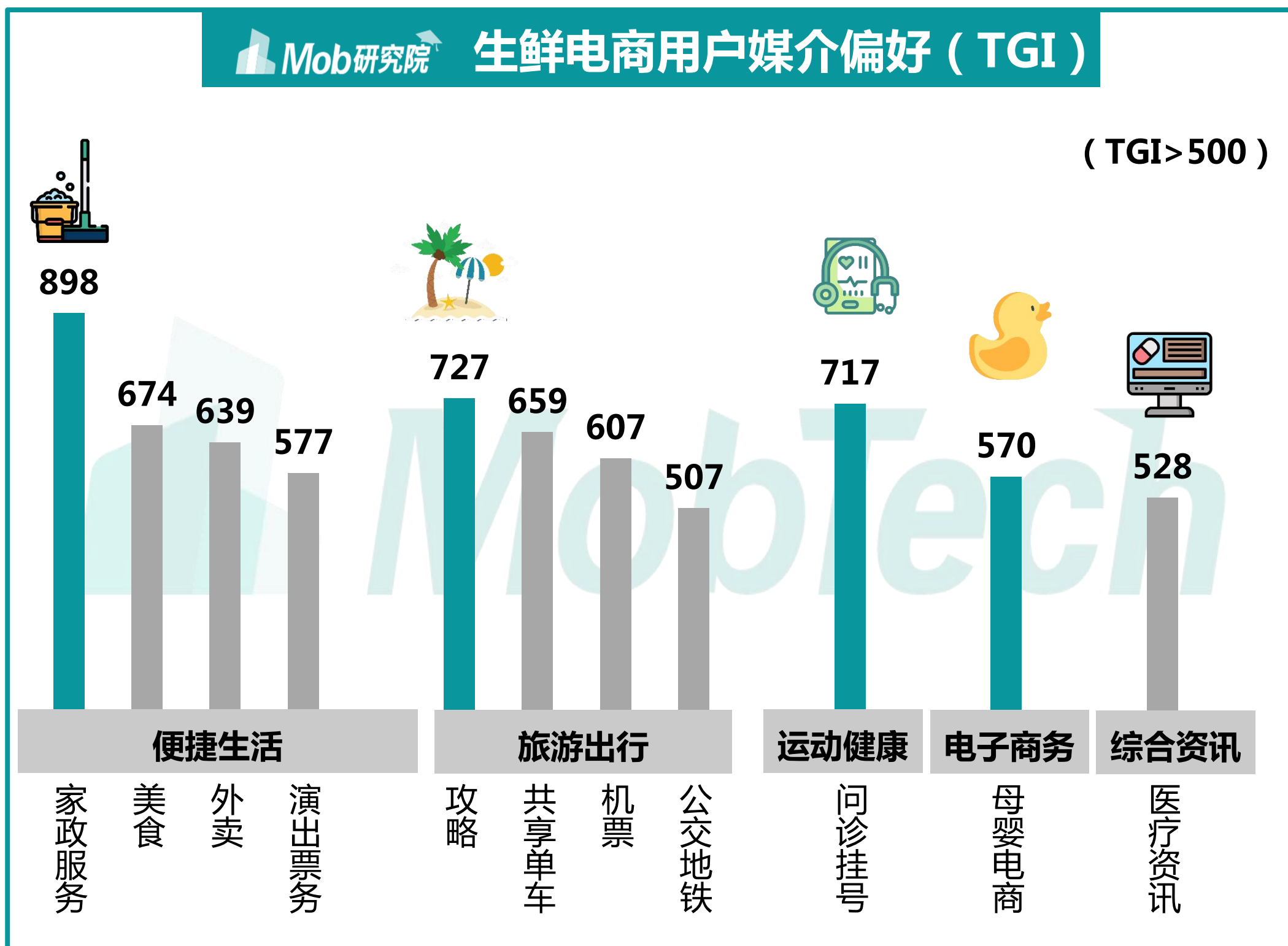


白领是生鲜消费主力军，用户超5成；近6成用户有小孩，下班再累，也要给小孩洗菜做饭

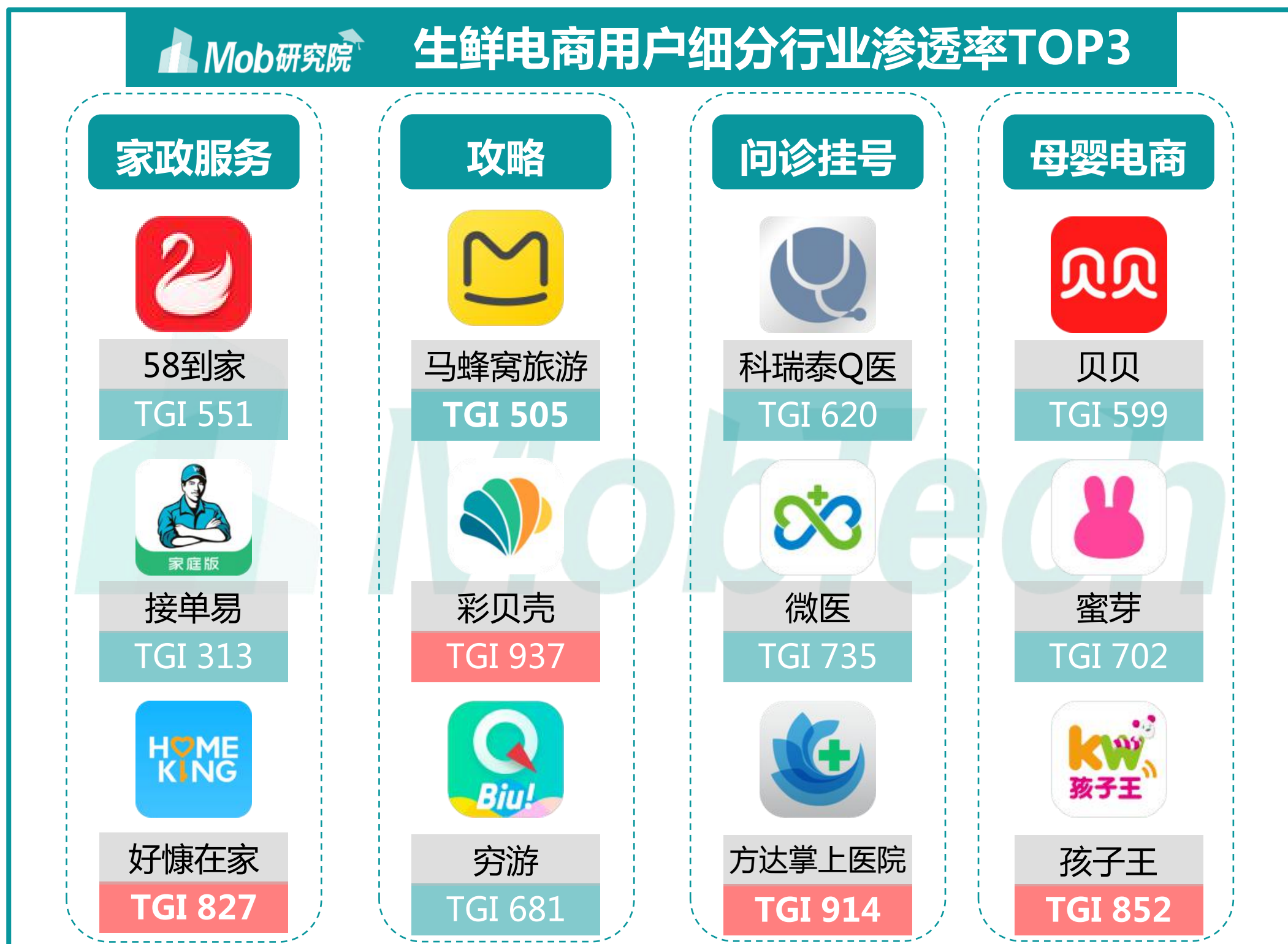


生活繁忙，最爱便捷生活类App

生鲜电商用户更关注便捷生活、旅游出行、运动健康、电子商务和综合资讯等移动媒介App，在便利超市类、家政服务类、攻略类表现更为显著



在“好慷在家”挑选家政阿姨，家务无忧；在“彩贝壳”查找旅游攻略，轻松出行；在“方达掌上医院”问诊挂号，关爱健康；在“孩子王”选购母婴用品，快乐带娃



03

生鲜电商典型玩家对比分析

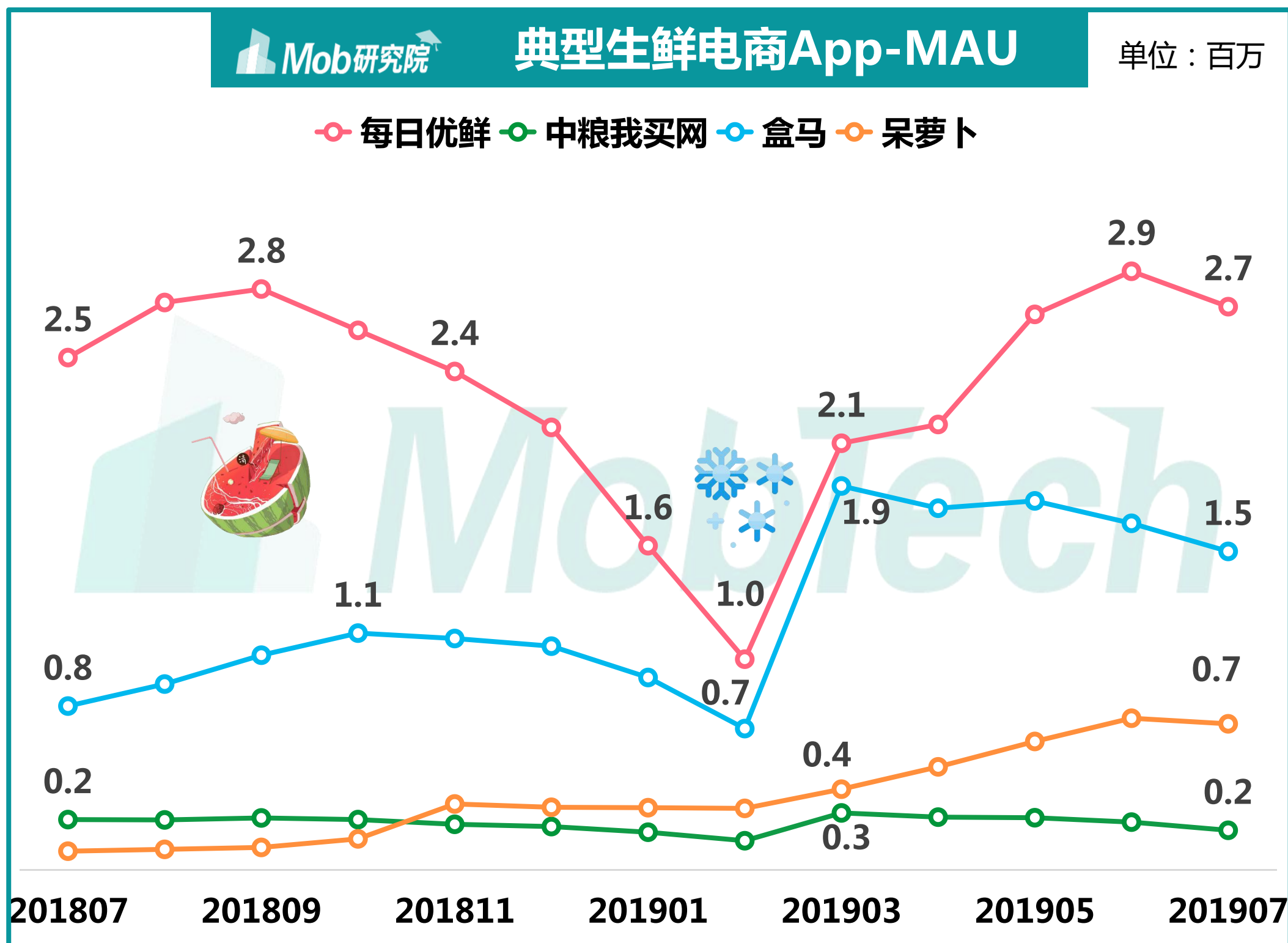
Contrastive Analysis of Typical Players

每日优鲜仓点最多，盒马品类最丰富，呆萝卜着眼于二线城市；中粮我买网以北京为主，每日优鲜、盒马以北上为主、全国布局，呆萝卜扎根合肥

	前置仓 【每日优鲜】	到店到家 【盒马】	社区门店 【呆萝卜】	传统电商 【中粮我买网】
主要区域	一线	一线	二线	一线
主要城市	北京、上海 (51.8%)	上海、北京 (45.3%)	合肥 (49.8%)	北京 (48.1%)
覆盖城市	20+	20+	9	—
门店/前置仓	仓 1500+	店 150+	店 1000+	—
SKU	2000+	6000+	3000+	—
特色产品	水果	海鲜水产	农产品	—
客单价	高	高	中	中高
最短时长	1小时	30分钟	1天	1天
成立时间	2014年	2016年	2015年	2011年

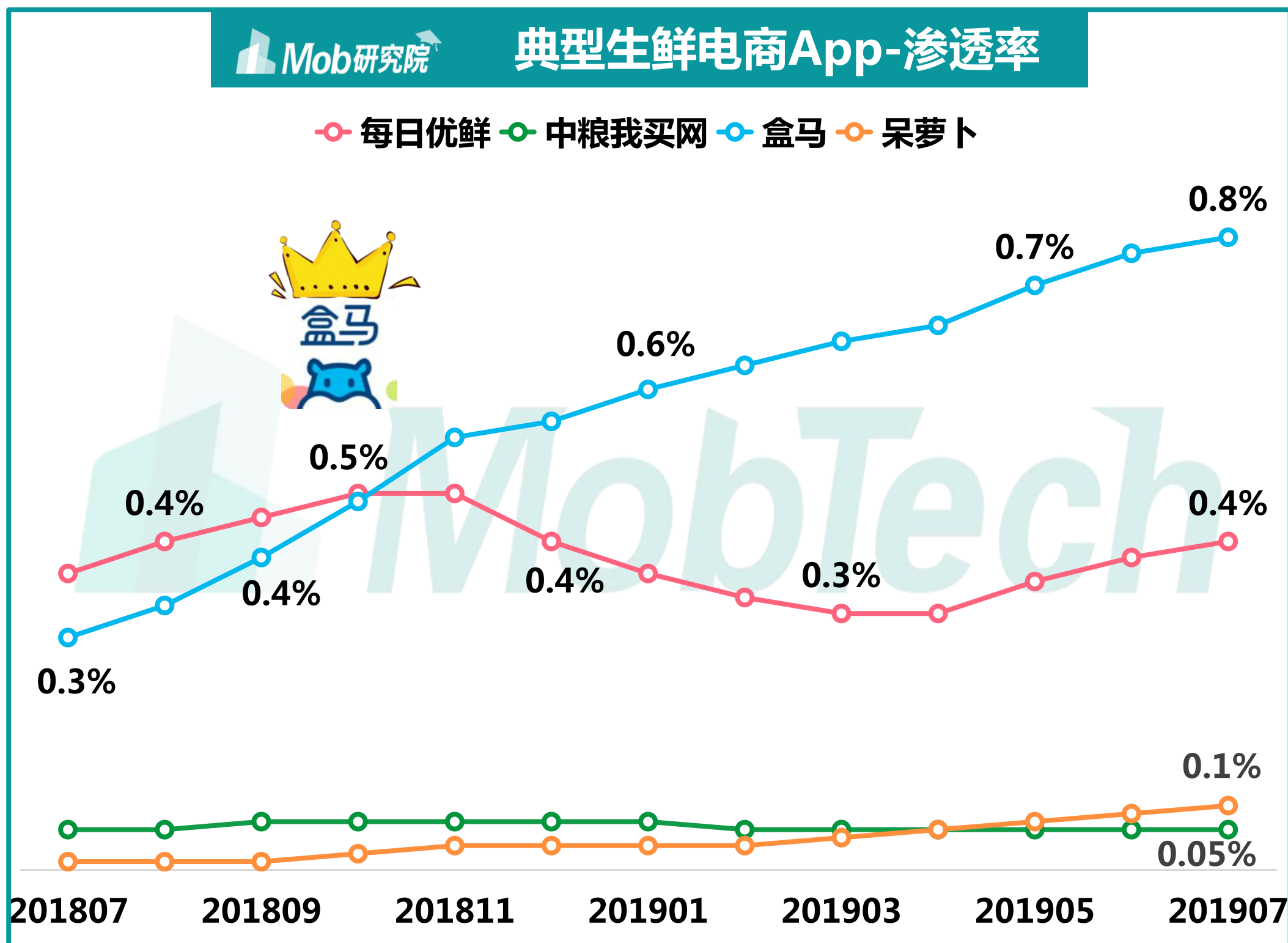
每日优鲜月活第一

生鲜电商月活暑期达到顶峰，寒假位于低谷。每日优鲜月活第一；盒马线下门店推出海鲜烹饪服务，或对线上活跃度产生影响；呆萝卜稳中有升



盒马安装渗透率超每日优鲜夺得桂冠

生鲜电商渗透率低，未来发展空间大。盒马安装渗透率一路走高，2018年底超越每日优鲜夺得桂冠；呆萝卜增长稳定，中粮我买网停滞不前

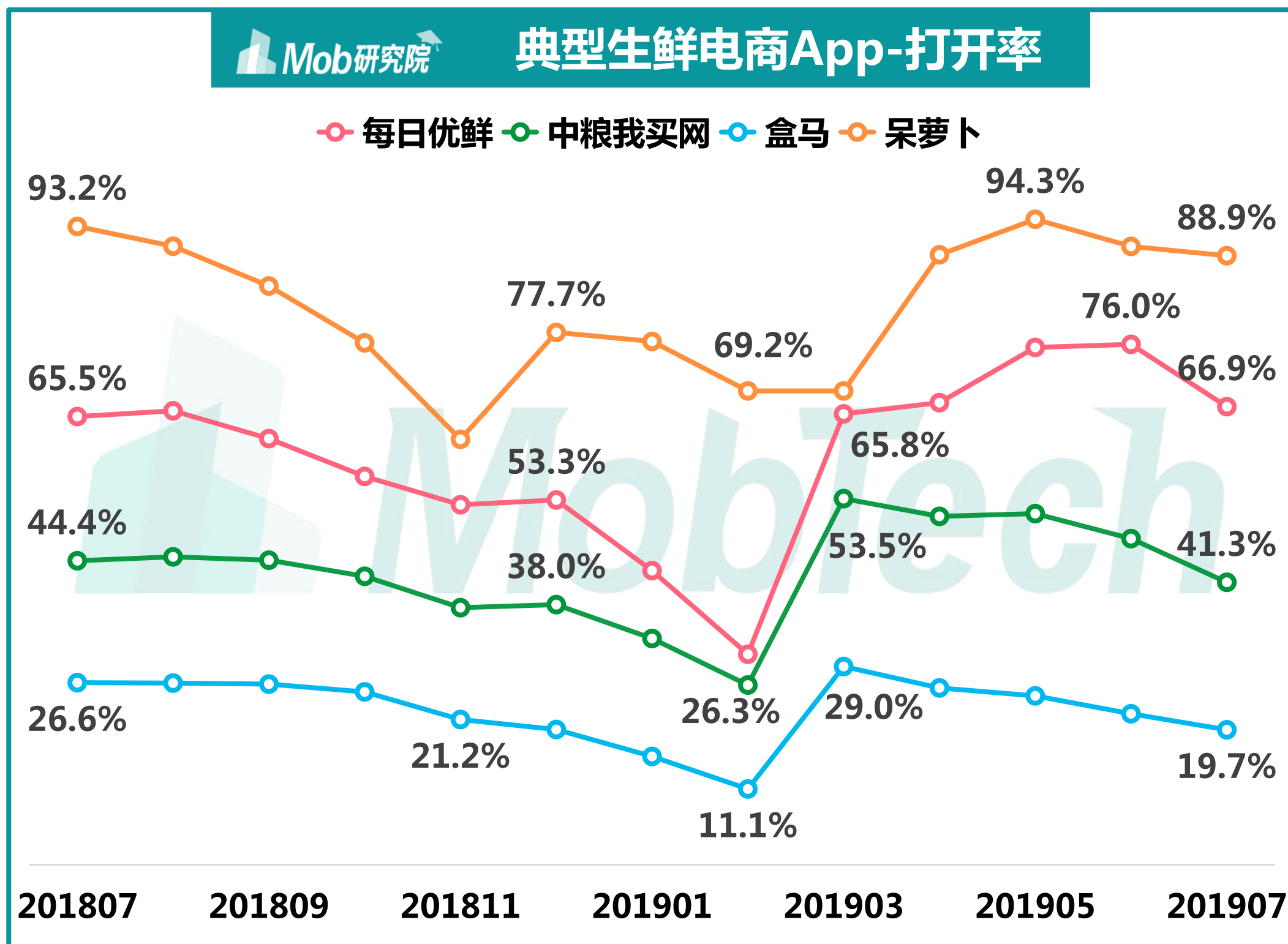


Source: MobTech, 2019.7

注：本报告选取前置仓、到店+到家、社区模式、传统电商模式的典型App作为分析对象

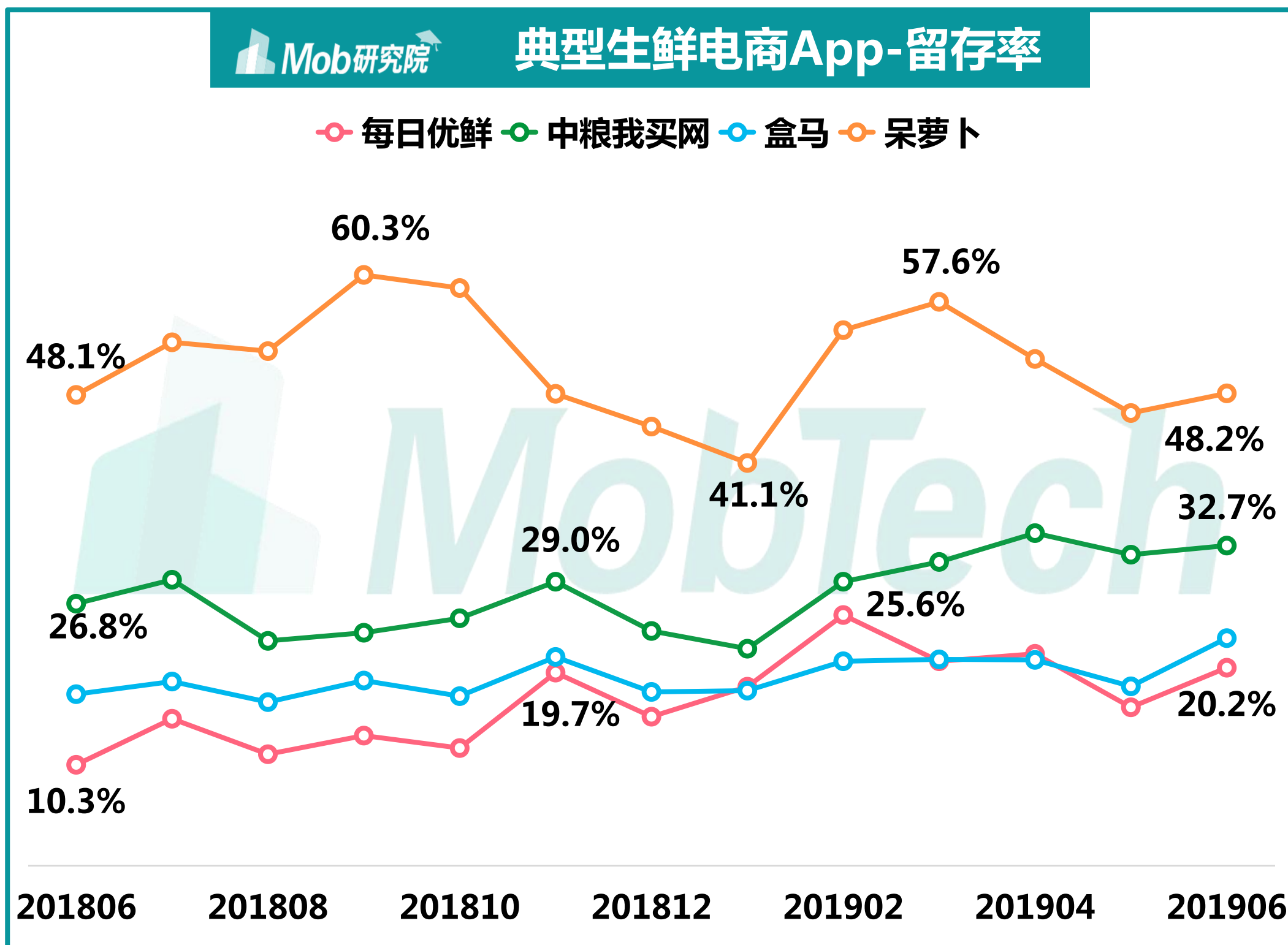
呆萝卜打开率最高

生鲜是中高频消费场景。呆萝卜打开率近95%，社区门店模式以“近”取胜，近水楼台先得月，取得用户芳心；盒马打开率最低，仅20%左右



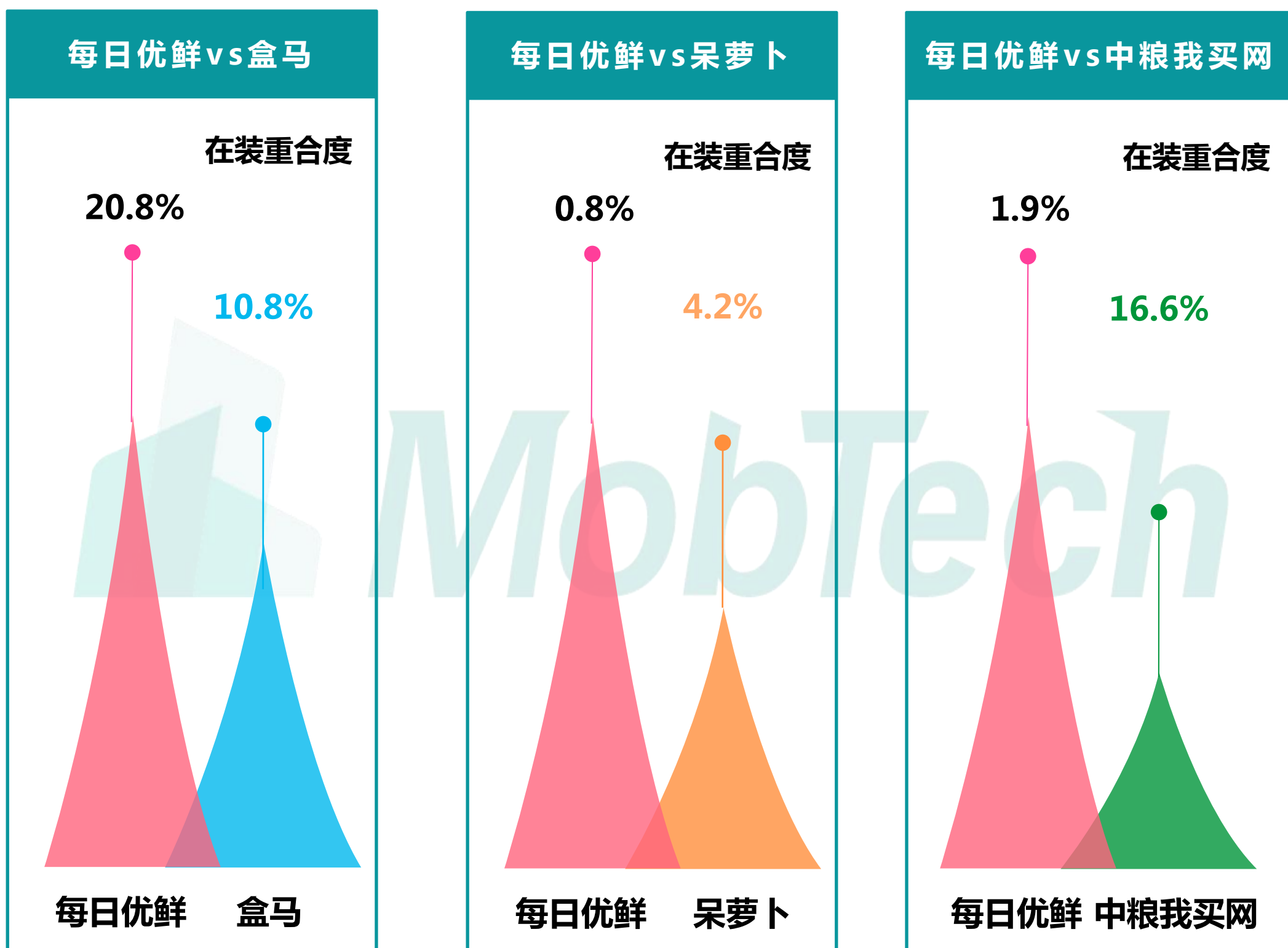
呆萝卜次月留存率较高

生鲜电商用户价格敏感，粘性不高。呆萝卜次月留存率较高，约在60%左右，其他留存率普遍较低，生鲜电商拉新的同时还要思考如何留住用户



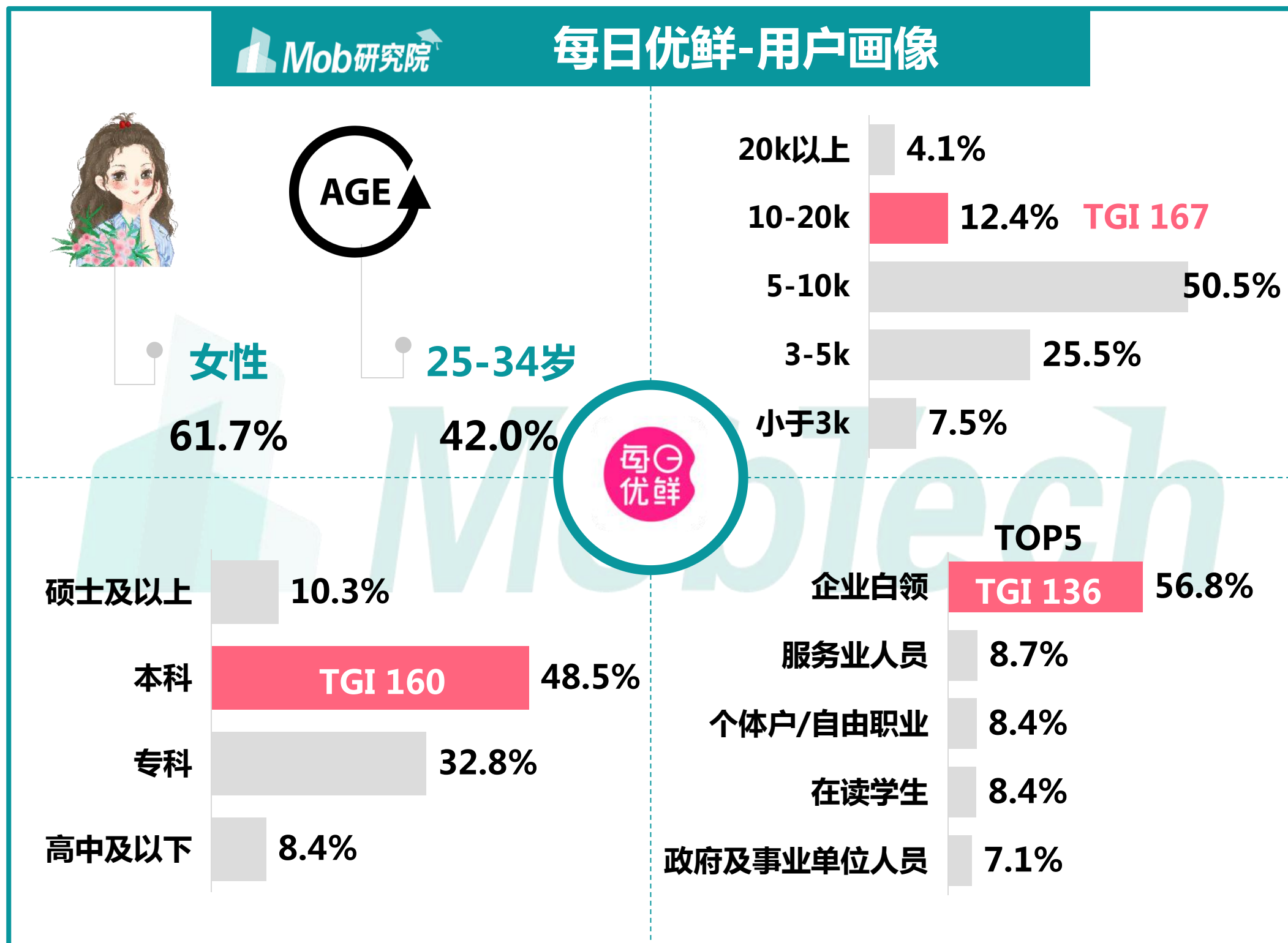
生鲜电商竞争逐渐白热化

发展相对成熟的前置仓模式和到店+到家模式竞争最激烈，社区门店未来可期，不断加入市场搅局，这三者将进一步压榨传统生鲜电商的生存空间



每日优鲜：知性女白领

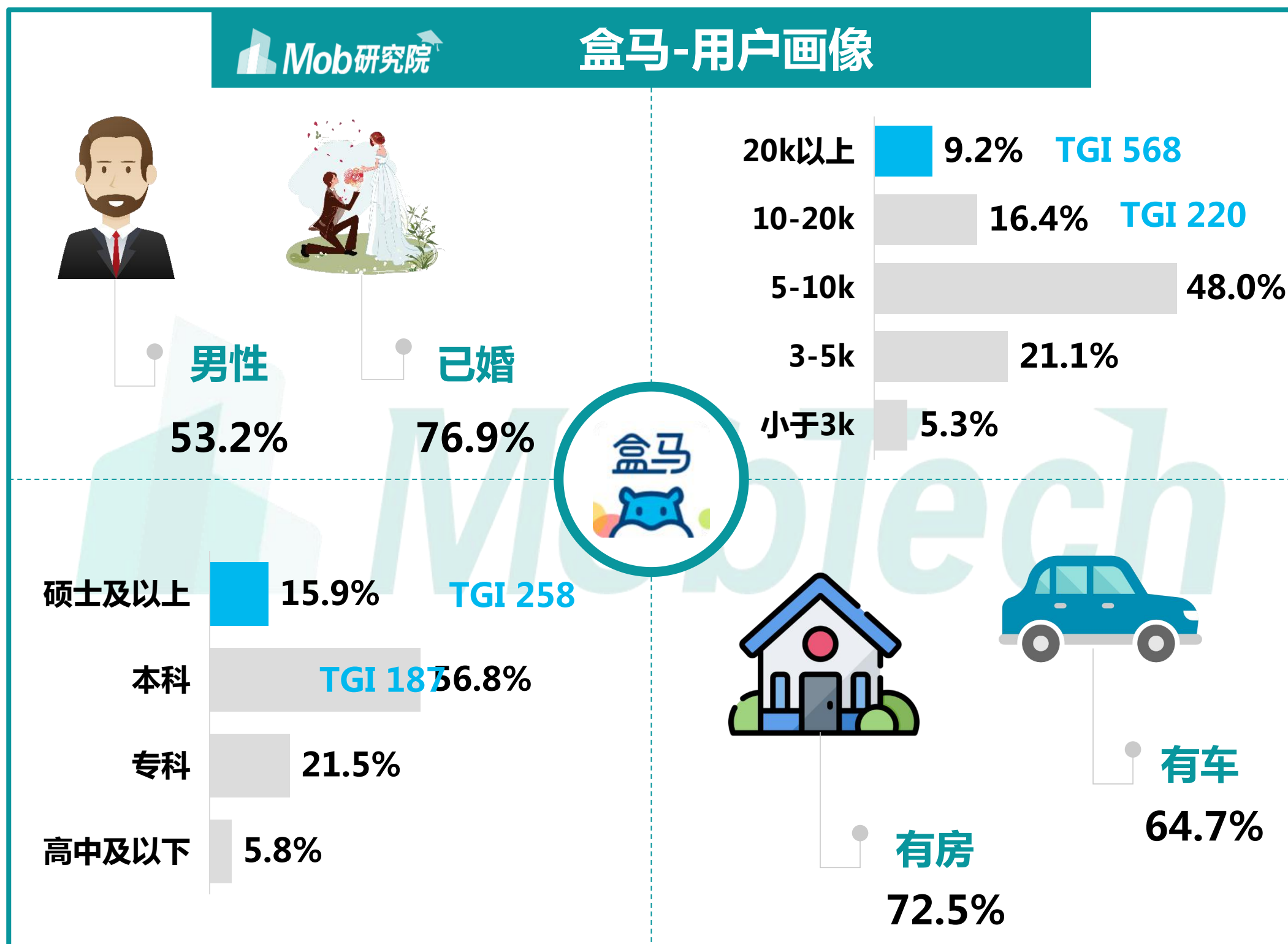
关键词：年轻女性、25-34岁、月入10-20K、本科学历、企业白领



盒马用户画像

盒马：精英大叔

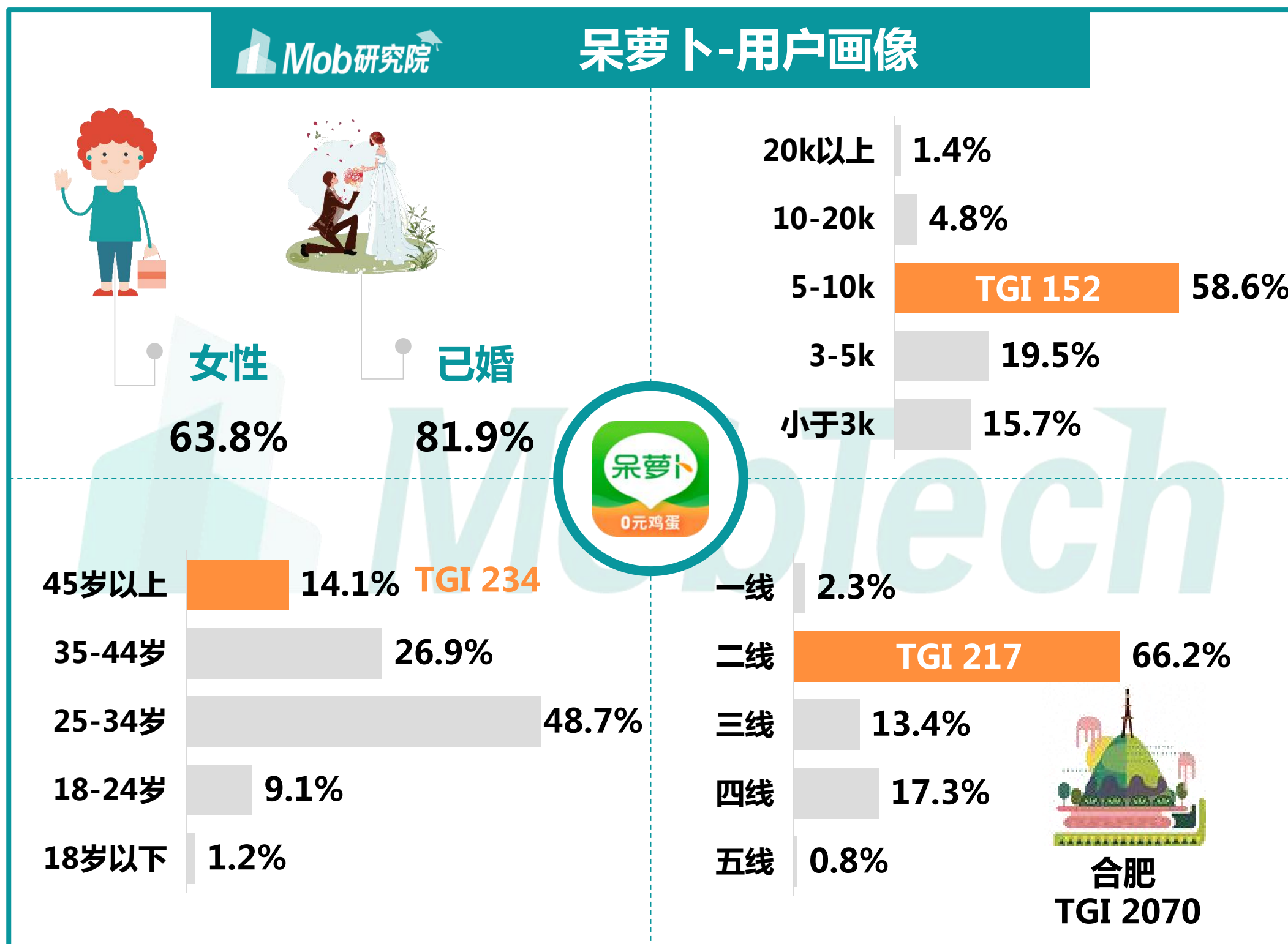
关键词：已婚男性、高学历、高收入、有房有车



呆萝卜用户画像

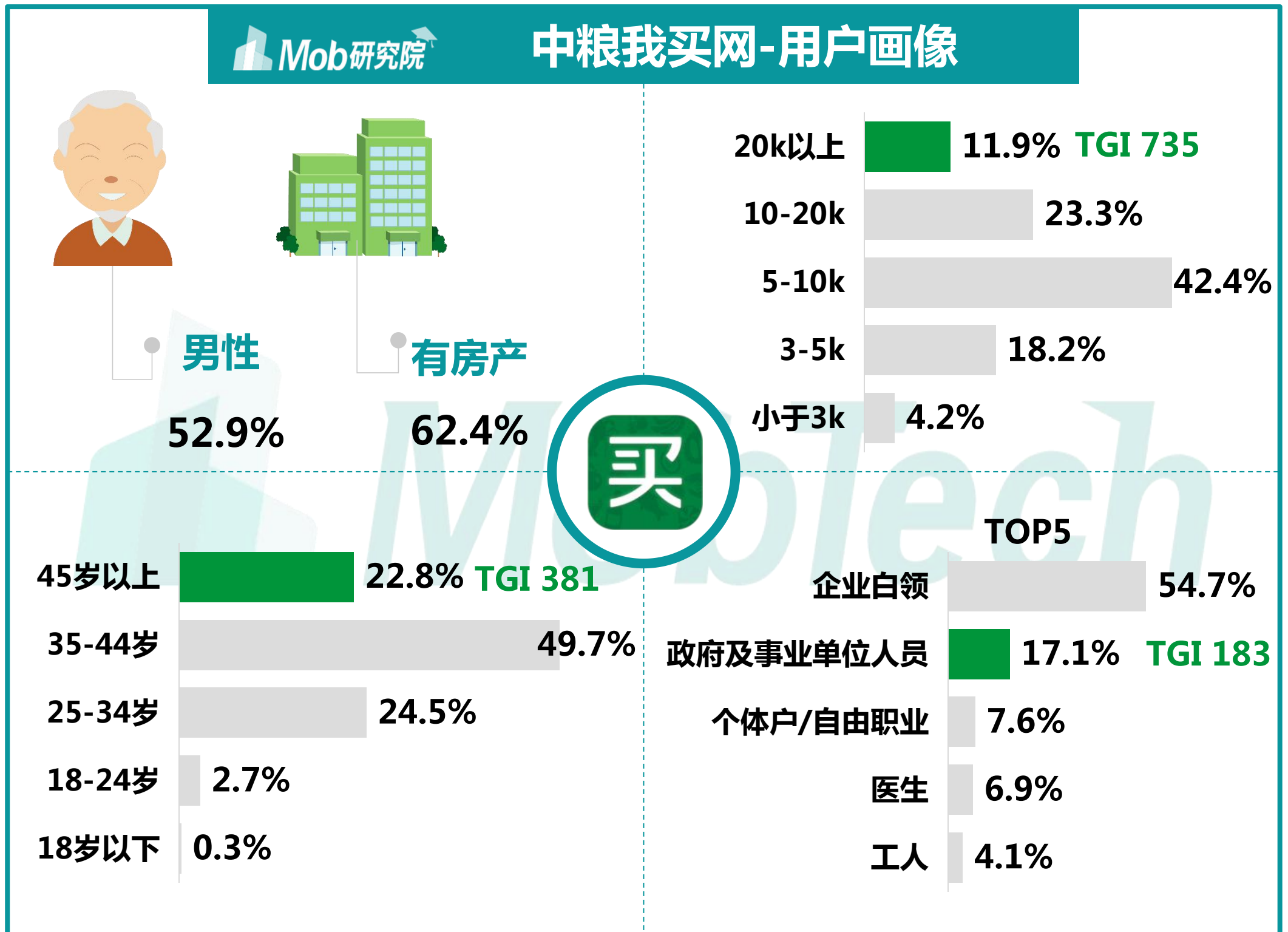
呆萝卜：买菜大妈

关键词：已婚女性、二线城市、月入5-10K、45岁以上用户偏好度高



中粮我买网：老干部

关键词：男性、45岁以上、月入20K以上、政府及事业单位人员



04

生鲜电商行业发展趋势

Industry Development Trend Analysis

目前生鲜电商市场渗透率低，不断有玩家加入赛道；运营难度和开店成本过高不利于自我复制、扩张规模，过低则模式壁垒薄弱，容易被人模仿复制；前置仓模式综合两者，或将成为生鲜电商的赢家

运营难度

到店+到家

>

前置仓

>

社区门店

开店成本

到店+到家

>

前置仓

>

社区门店

自我复制

被人复制

前置仓模式



到店+到家模式



社区门店模式



1.数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2018.07-2019.07

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com

获取更多信息/转载/媒体合作

欢迎联系合作负责人：大琪

微信：Mobtech888（备注：公号名/媒体平台名）

电话：18916207269



关注我们