头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2020年
中国线上买菜平台行业短报告

概览标签 ：消费、生鲜、疫情、电商

报告作者：李艺璇
2020/02



[illegible]内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系[illegible]享有的机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。[illegible]未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造[illegible]、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行[illegible]头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用"头豹研究院"或"头豹"的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究**、**政企咨询**、**产业规划**、**会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据**、**区块链**和**人工智能**等技术，围绕**产业焦点**、**热点**问题，基于**丰富案例**和**海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

©2020 LeadLeo

头豹 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

©2020 LeadLeo

概览摘要

线上买菜平台可为消费者提供蔬菜水果、肉禽蛋类、水产海鲜、牛奶乳品等生鲜食品的下单、配送上门服务。生鲜产品为中国居民日常生活的刚需品之一，消费需求旺盛，伴随中国居民的可支配收入持续上升，且90后逐渐成为消费主力军，中国居民对于生活便捷程度、生鲜品类的丰富性、生鲜质量均有较高要求，因此消费习惯逐渐从线下转向线上，大众开始接受线上买菜的理念。此外，冷链设施的增多、冷链仓储技术的进步降低了生鲜配送的损耗率，进一步推动了线上买菜平台行业的发展。中国线上买菜平台行业市场规模由2015年453.2亿元增长至2019年2,543.8亿元，年复合增长率为53.9%，呈现爆发式增长态势。

- **2020年初疫情爆发，线上买菜平台业务量暴涨**

2020年初爆发的新型冠状病毒因传染性较强，居民一旦感染易引起严重肺炎，甚至死亡。疫情期间，中国居民为减少进入超市、菜场等人群聚集区的次数，避免感染病毒，转而选择线上买菜平台进行生鲜食品的选购，使得中国线上买菜平台业务量暴涨。

- **线上线下融合将成为未来行业趋势**

未来，线上买菜平台将会与线下实体门店加深融合，共同提供生鲜产品的配送服务，线下实体门店可作为线上菜品的展示体验区，同时也可作为生鲜产品的仓储中心，减少线上平台的运输成本。

- **众多资本涌入、先后布局线上买菜平台**

从2016年至今，线上买菜平台行业进入洗牌期，缺乏雄厚资金支持的中小平台由于资金链断裂等原因面临倒闭，与此同时，阿里巴巴、京东、苏宁等互联网巨头先后布局线上买菜平台，推出盒马鲜生、7fresh、苏生鲜等子品牌。

企业推荐：

叮咚买菜、盒马鲜生、每日优鲜

©2020 LeadLeo

目录

- 名词解释 ---- 06
- 中国线上买菜平台定义及分类 ---- 07
- 中国线上买菜平台市场规模及驱动因素 ---- 08
- 中国线上买菜平台行业投资企业推荐 ---- 09
  - 叮咚买菜 ---- 09
  - 盒马鲜生 ---- 11
  - 每日优鲜 ---- 13
- 方法论 ---- 15
- 法律声明 ---- 16

©2020 LeadLeo

名词解释

- **线上买菜平台：**线上买菜平台可为消费者提供蔬菜水果、肉禽蛋类、水产海鲜、牛奶乳品等生鲜食品的下单、物流、配送上门服务。
- **“无接触”配送：**消费者在下单后可通过APP订单消息备注、电话沟通等方式与派送员沟通协调生鲜产品的指定位置，包括家门口、小区门口等，等派送员离开后，消费者再自行前往指定地点领取生鲜产品。
- **前置仓：**为物流最后一公里前的小型仓储中心，通常位于社区内。

©2020 LeadLeo

线上买菜平台定义及分类

2020年初爆发的新型冠状病毒因传染性较强，促使中国居民选择线上买菜平台进行生鲜食品的选购，平台亦为保障外卖员和消费者的身体健康，推出“无接触”配送方式

线上买菜平台定义

线上买菜平台是指可为消费者提供蔬菜水果、肉禽蛋类、水产海鲜、牛奶乳品等生鲜食品的下单、配送上门服务的互联网平台。

线上买菜平台分类

根据业态不同，线上买菜平台可分为综合类线上买菜平台、垂直类线上买菜平台。

线上买菜平台分类

分类	代表企业	特点	优点	劣势
综合类线上买菜平台	饿了么、美团	综合类大型电商开通生鲜频道	客流量充足、获客成本低	产品由第三方商家提供、品质无保障
垂直类线上买菜平台	盒马鲜生、叮咚买菜	专门从事生鲜产品销售的电商平台	可对供应链各环节把控	需在生鲜产品源头和冷链物流运输线上投入巨额成本

2020年初疫情爆发，线上买菜平台业务量暴涨，“无接触”配送新方式升级安全防控

2020年初爆发的新型冠状病毒因传染性较强，居民一旦感染易引起严重肺炎，甚至死亡。疫情期间，中国居民为减少进入超市、菜场等人群聚集区的次数，避免感染新型冠状病毒，转而选择线上买菜平台进行生鲜食品的选购，使得中国线上买菜业务量暴涨，此外，因为新型冠状病毒主要通过飞沫接触、间接接触进行传播，多数线上买菜平台为减少外卖员与消费者之间的接触次数，保障外卖员和消费者的身体健康，疫情期间推出“无接触”配送方式。

“无接触”配送即消费者在下单后可通过APP订单消息备注、电话沟通等方式与派送员沟通协调生鲜产品的指定位置，包括家门口、小区门口等，等派送员离开后，消费者再自行前往指定地点领取生鲜产品。

线上买菜平台业务量暴涨



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国线上买菜平台行业市场规模及驱动因素

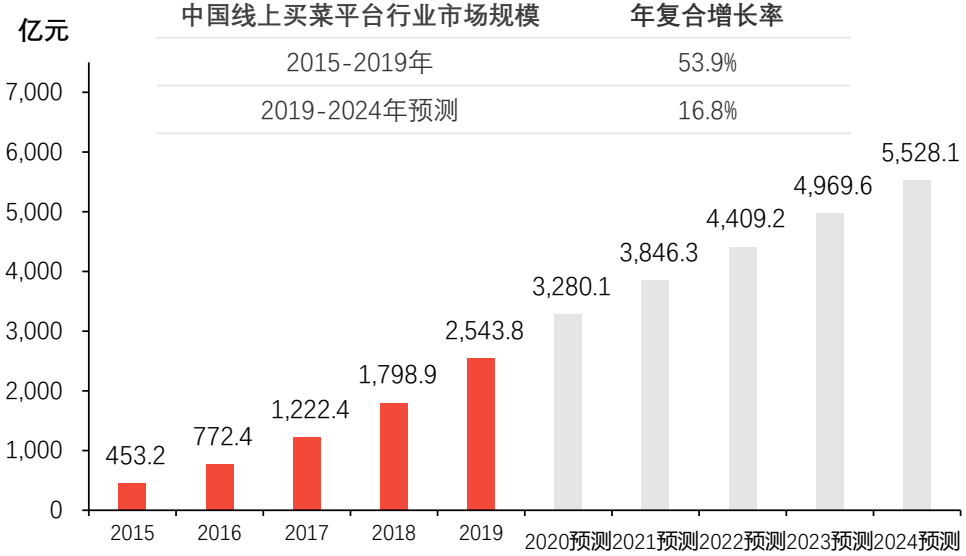
伴随中国居民消费习惯的转变、冷链配送技术的更新迭代，资本不断涌入中国线上买菜平台行业。未来，线上买菜平台将与线下渠道逐步融合，共同推动生鲜配送发展

蔬菜瓜果、蛋肉禽奶等生鲜产品为中国居民日常生活的刚需品之一，消费需求旺盛，伴随中国居民的可支配收入持续上升，同时90后逐渐成为消费主力军，中国居民对于生活便捷程度、生鲜品类的丰富性、生鲜质量均有较高要求，因此消费习惯逐渐从线下转向线上，大众开始接受线上买菜的理念。此外，冷链设施的增多、冷链仓储技术的进步降低了生鲜配送的损耗率，进一步推动了线上买菜平台行业的发展。中国线上买菜平台行业市场规模由2015年**453.2亿元**增长至2019年**2,543.8亿元**，年复合增长率为**53.9%**，呈现**爆发式增长态势**。

未来，线上买菜平台将会与线下实体门店相融合，共同提供生鲜产品的配送服务，线下实体门店可作为线上菜品的展示体验区，同时也可作为生鲜产品的仓储中心，减少线上平台的运输成本。预计未来5年，中国线上买菜平台行业市场规模将以**16.8%**的年复合增长率不断增长，有望于2024年达到**5,528.1亿元**。

中国线上买菜平台行业市场规模（按规模以上企业销售收入计），2015-2024年预测

中国线上买菜平台行业市场规模	年复合增长率
2015-2019年	53.9%
2019-2024年预测	16.8%



来源：头豹研究院编辑整理

中国线上买菜平台驱动因素

01

资本涌入

从2016年至今，线上买菜平台行业进入洗牌期，缺乏雄厚资金支持的中小平台由于资金链断裂等原因面临倒闭，与此同时，阿里巴巴、京东、苏宁等互联网巨头先后布局线上买菜平台，推出盒马鲜生、7fresh、苏生鲜等子品牌。

02

消费习惯转变

当前，90后逐渐成为消费的主力军，其对于生活品质、及便捷程度有较高要求，同时90后的成长经历伴随着互联网的发展，对线上买菜这一消费习惯的接受程度较高。

03

冷链运输技术升级

市场上已存在太古冷链物流等专业的冷链物流企业，京东等电商的自有物流平台亦建立了冷链配送线，冷链车、冷链仓等冷链设施不断增多，冷链技术逐步升级，减少了生鲜食品在运输过程中的损耗量，保障了新鲜程度。

©2020 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国线上买菜平台投资企业推荐——叮咚买菜（1/2）

叮咚买菜凭借其专注于蔬菜类生鲜产品的独有优势，在上海居民中的渗透率高达20%，辐射上海近3,000个社区

上海壹佰米网络科技有限公司

➢ 企业简介

上海壹佰米网络科技有限公司于2017年5月在上海成立，其于开发与上线了垂直类线上买菜平台“叮咚买菜”，主要为消费者提供水果蔬菜、豆制品、水产海鲜、米面粮油、休闲食品、肉禽蛋等生鲜产品。叮咚买菜主要服务于上海市、苏州市、杭州市、深圳市、宁波市、无锡市、绍兴市、嘉兴市8个城市点，其中，叮咚买菜在上海居民中的渗透率高达20%，辐射上海近3,000个社区。

新型冠状病毒爆发期间，叮咚买菜的日销售量暴涨，已同比增长三到四倍。

➢ 产品介绍



叮咚买菜APP

叮咚买菜APP主页面划分为三个功能区。



生鲜分类区

生鲜食品被划分为蔬菜豆制品、肉禽蛋、水产海鲜、水果、乳品烘培、米面粮油、方便速食、酒饮零食、火锅9个种类，消费者可根据需要自由选择



限时抢购区

消费者可在限时抢购区内抢购当天价格低廉的新鲜蔬菜瓜果



特色专区

特色专区被划分为新品尝鲜、2月爆款、绿卡专享、特色火锅、平价菜场，消费者可根据需要自有选择

来源：叮咚买菜官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国线上买菜平台投资企业推荐——叮咚买菜（2/2）

叮咚买菜创始至今，已获得3轮投资，其始终依托“移动端下单+前置仓配货+即时配送到家”的模式进行运营，未来将进一步下沉至三、四线城市

投资亮点一

资本优势

叮咚买菜创始至今，凭借其完善的供应链，受到众多资本的青睐。截至2020年2月，叮咚买菜已获得包括种子轮、天使轮、战略投资在内的**3轮投资**，投资方包括达晨创投、红星美凯龙、高榕资本、涌铧投资等多家知名投资机构。这些投资机构资本除向叮咚买菜提供资金支持外，还可提供发展战略、业务渠道、客户关系等方面支持。

叮咚买菜融资事件

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2018/10/10	战略投资	金融未知	达晨创投 红星美凯龙
2018/8/6	A轮	金额未知	高榕资本
2014/5/1	天使轮	数亿美元	涌铧投资

来源：叮咚买菜官网，头豹研究院编辑整理

投资亮点二

服务优势

消费者在叮咚买菜平台上购买生鲜产品**无最低消费额要求**，不设置起送门槛的优势在于可快速满足消费者的即时性需求，从而实现快速引流，增加客户注册量，间接提高消费者的复购率。

此外，叮咚买菜主要**专注于蔬菜品类的销售**，因众多小区门口水果门店数量较多，但通常缺乏大型菜市场，叮咚买菜依托完善的供应链在29分钟内快速解决消费者购买多种蔬菜的刚需问题。

同时，消费者可**预约固定时间**要求派送员上门配送，以避免出现“货到人不在家”的现象，预约时间可精准到半小时内，且派送员超时送达，消费者可获得**超时补偿**。

战略定位

叮咚买菜始终依托“**移动端下单+前置仓配货+即时配送到家**”的模式进行运营，但由于运营模式较为单一、且获客成本较高，造成其初始发展阶段，主要依赖资本输入维持运营。新型冠状病毒疫情肆虐，为寻求快捷、安全的生鲜购买方式，居民选择注册使用叮咚买菜的用户量激增。未来，叮咚买菜将进一步下沉三、四线城市，快速占据线上买菜平台份额。

©2020 LeadLeo

中国线上买菜平台投资企业推荐——盒马鲜生（1/2）

盒马鲜生隶属于阿里巴巴集团旗下，围绕“线上APP+线下门店”两种销售渠道打造新型零售平台

上海盒马网络科技有限公司

盒马 鲜·美·生活

➢ 企业简介

上海盒马网络科技有限公司（以下简称“盒马网络”）于2015年6月在上海成立，隶属于阿里巴巴集团旗下。同年，盒马网络推出生鲜电商O2O服务品牌“盒马鲜生”。盒马鲜生曾获得多个奖项，2019年入选“2019福布斯中国最具创新力企业榜”（排名第一）、“2019智慧零售潜力TOP100排行榜”（排名第九）、“2019互联网+社区服务提供商TOP50排行榜”（排名第四）。

➢ 销售渠道

盒马鲜生围绕“线上APP+线下门店”打造新型零售平台。

盒马鲜生：线上线下高度融合

线下门店



门店外部



门店内部

- 多开在居民聚集区
- 辐射周围**3公里**范围
- 服务消费者数量**1,000万+**
- 全国范围内**150家**门店
- 覆盖**14个**城市
- 成熟门店单店日均销售额为**80万+**人民币

线上APP



APP主页面



APP生鲜分类

- 门店**5公里**内配送
- **30分钟内**到达消费者手中
- 只接受支付宝支付
- 不接受银行卡支付
- 采用电子价签系统
- 线上线下统一调价
- 线上APP售卖来自近**103个国家**的超**3,000种**商品

来源：盒马鲜生官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国线上买菜平台投资企业推荐——盒马生鲜（2/2）

盒马鲜生采用以买手制为中心的采购模式，扩大生鲜品类的数量，未来将依托物联网等技术实现人、货、场的智能连接和最优匹配

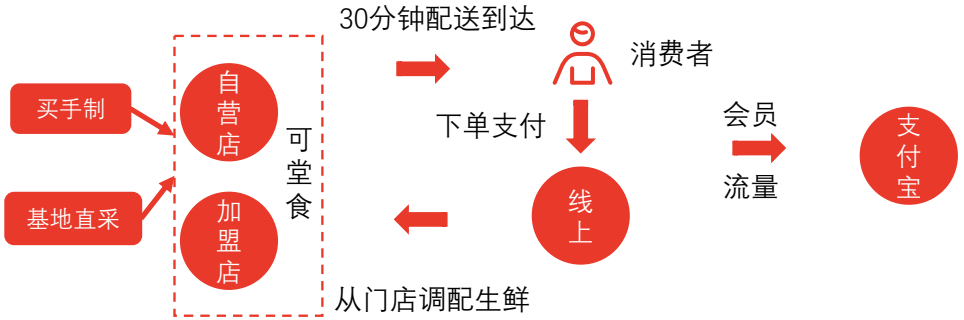
投资亮点一

模式成熟

采购端：盒马鲜生采用以买手制为中心的采购模式，专业买手可根据消费者反馈和线上线下销售数据在海内外市场种挑选高品质的生鲜食品，可扩大生鲜品类的数量，另外，盒马鲜生尽量减少中间环节，从附近的蔬菜基地进行直采直供，直接流通至消费者端，可减少中间成本。

销售端：盒马鲜生采用“线上APP+线下门店”的方式进行销售，消费者在APP下单，距离最近门店积极响应，派遣外卖员进行配送。线下门店内亦可堂食。

盒马鲜生运营模式



投资亮点二

资源优势

盒马鲜生隶属于阿里巴巴集团，阿里巴巴在供应链、资金、客户流量等方面为盒马鲜生提供了诸多支持。**供应链端，**盒马鲜生已实现与天猫生鲜、天猫超市的联合采购；**资金端，**2016年3月，盒马鲜生获得来自阿里巴巴1.5亿美元的A轮投资资金，盒马鲜生运用雄厚资金快速打造了自有物流；**客户流量端，**盒马鲜生依托阿里巴巴巨大的客流量，实现了快速引流，相比叮咚买菜等线上买菜平台，其获客成本更低。盒马鲜生开业前夕，阿里巴巴创始人马云亲自到场为其宣传。

战略定位

盒马鲜生对于企业的战略定位为利用移动互联、智能物联网、大数据等技术及先进设备，实现**人、货、场**之间的**智能连接**和**最优匹配**，同时致力于打造从供应链、仓储到配送的一体化完整的物流体系。

来源：盒马鲜生官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国线上买菜平台投资企业推荐——每日优鲜（1/2）

每日优鲜曾获得十余个资本机构青睐，获得500万至4.5亿美元不等的融资资金，消费者可从微信小程序、APP、便利购三大渠道购买每日优鲜产品

北京市每日优鲜电子商务有限公司

每日优鲜 又好又快

➢ 企业简介

北京市每日优鲜电子商务有限公司（以下简称“每日优鲜”）于2014年10月在北京市成立，旗下拥有O2O线上买菜平台“每日优鲜”。每日优鲜曾获得多个资本青睐，截至2020年2月，每日优鲜已经历7轮融资，包括天使轮、A轮、B轮、B+轮、C轮、C+轮、D轮，融资金额从500万美元至4.5亿美元不等，融资方包括光信资本、元璟资本、腾讯投资、浙商创投、华创资本、联想创投等十余家资本机构。每日优鲜曾上榜“2019胡润最具价值民营品牌”（排名第99）、“2019胡润中国500强民营企业”。

➢ 渠道介绍

消费者可通过每日优鲜微信小程序、APP、每日优鲜便利购三大渠道购买2,000多款12大品类生鲜产品。



每日优鲜便利购

每日优鲜便利购多数分布于企业办公室、商城、大厅等地点，消费者以自助购物的方式获得新鲜水果、酸奶、零食等产品。每日优鲜便利购的打造有利于企业将零售终端延伸至城市各个地方。



每日优鲜APP

每日优鲜APP上线的生鲜被划分为水果、蔬菜、水产、酒饮、乳品、肉蛋、熟食、轻食、零食、粮油、速食、日百12大类。

新型冠状病毒疫情期间，每日优鲜的日蔬菜供给量已从500吨上升至2,000吨，全力保障中国居民在线买菜需求。



微信小程序

消费者可无需下载APP，直接注册登陆微信小程序，购买生鲜食品。

来源：每日优鲜官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国线上买菜平台投资企业推荐——每日优鲜（2/2）

每日优鲜凭借创新的前置仓模式、品类精选策略、客户运营策略在创立3年时实现盈利，未来，每日优鲜将利用便利购逐步拓展B端企业用户

投资亮点一

物流体系完善

每日优鲜依托“**城市分选中心+社区前置仓**”的冷链物流体系为消费者提供牛奶零食、海鲜肉禽、水果蔬菜等多个生鲜品类。

“**前置仓模式**”为每日优鲜将生鲜通过干线进行冷链运输至城市各大区仓库，后通过小干线冷链运输至社区的前置仓，前置仓的位置离消费者较近，每日优鲜可在2小时内完成菜品分拣、打包、配送一系列动作。这一模式可极大地降低生鲜食品的损耗率，保障其新鲜程度。当前，每日优鲜正不断招揽社区微仓合伙人，以事业合伙人共同创业的理念持续在社区内复制前置仓，快速增加微仓数量。



每日优鲜前置仓

每日优鲜前置仓

覆盖城市（个）
20

前置仓（个）
1,500

损耗率
1%

周转天数
2.5

投资亮点二

每日优鲜已实现盈利

多数线上买菜平台因获客成本高、生鲜损耗率高造成盈利困难，需依靠不断的资本输入维持运营，一旦资金链断裂，则陷入破产困境。而每日优鲜创立3年即实现盈利，主要是由于其创新的**前置仓模式**、**品类精选策略**、**客户运营策略**。（前置仓模式已在投资亮点一中阐述，在此不再赘述。）

（1）品类精选策略。每个生鲜品类每日优鲜仅提供1-2个选择，此举可降低生鲜库存，快速减少仓储成本。

（2）客户运营策略。每日优鲜采用流量思维，更加注重老客户关系的维护，以期口碑传播，从而获得新客户。当前，每日优鲜超40%的新客户来自老客户介绍推荐而来。

战略定位

每日优鲜未来将逐渐**拓展B端用户**，除了向企业用户提供500元，1,000元不等的每日优鲜储值卡作为福利发放给企业员工，每日优鲜亦利用**每日优鲜便利购**将零售网点延伸至企业内部，员工可在办公之余利用便利购自助购买早餐、水果、饮料、零食等食品。此外，每日优鲜在APP内上架家居收纳、家用电器、3C数码、母婴用品、保健品等高端日用品，未来将向全品类的方向发展。

来源：每日优鲜官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

方法论

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- 研究院依托中国活跃的经济环境，从消费、生鲜、疫情、电商等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

©2020 LeadLeo

法律声明

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。