网经社电子商务研究中心
“一带一路”TOP10影响力社会智库
ECRC

2024年度中国生鲜电商市场数据报告

报告编制：网经社电子商务研究中心

发布日期：2025年4月21日

数据来源：网经社“电数宝”（DATA.100EC.CN）

报告声明

01

1、本报告相关知识产权归发布方所有，**任何企业、机构、媒体等单位及个人引用本报告数据、内容，均请注明：**“根据网经社电子商务研究中心发布的**《2024年度中国生鲜电商&社区团购市场数据报告》**”，不得篡改、曲解报告内容。

02

2、本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，网经社及其所属主体不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。

03

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为元（人民币）。

04

4、数据来源：网经社“电数宝”。（DATA.100EC.CN）。

报告声明

05

5、发布渠道：（1）网经社WWW.100EC.CN数字经济门户网站及《电商周刊》《数字零售月刊》数百万EDM订阅用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万数字经济相关群体）；（3）近5000实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级数字经济用户受众）。

06

6、联系我们：B2C@netsun.com 。我们专注报道、研究、服务于数字经济，重点关注：**数字零售、数字产业、数字生活、数字贸易、数字教育**等细分领域，十七年如一日专注推动制造业、零售业、服务业、农业、物流业、进出口，推动新制造、新零售、新贸易、新服务、新物流、新农业、新消费等新型经济生态圈的建立。

欢迎各数字经济及相关机构，开展个性化定制，包括不限于：**平台年度用户画像与大数据报告、公司案例研究专题研究报告、公司与竞对研究分析投资价值、平台合规性审查报告，以及公司所在细分行业关于平台模式、物流网络、用户体验、财务分析、投融资、行业影响力、用户满意度、用户体验评测、平台界面与功能服务评测**等细分维度平台大数据报告或行业报告。

网经社电子商务研究中心报告发布计划

	报告名称
消费权益报告（2-3月发布）	2024年中国**电子商务**用户体验与投诉数据报告
	2024年度中国**二手电商**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**生鲜电商**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**电商服务商**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**社交电商**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**品牌电商**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**物流科技**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**出口跨境电商**投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**进口跨境电商**投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**数字生活**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**在线旅游**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**在线票务**消费投诉数据与典型案例报告
	2024年度中国**数字教育**消费投诉数据与典型案例报告

	报告名称
行业数据报告（4-5月发布）	2024年度中国**电子商务**市场数据报告
	2024年度中国**产业电商**市场数据报告
	2024年度中国**跨境电商**市场数据报告
	2024年度中国**网络零售**市场数据报告
	2024年度中国**生鲜电商**市场数据报告
	2024年度中国**二手电商**市场数据报告
	2024年度中国**直播电商**市场数据报告
	2024年度中国**私域电商**市场数据报告
	2024年度中国**物流科技**市场数据报告
	2024年度中国**移动出行**市场数据报告
	2024年度中国**数字教育**市场数据报告
	2024年度中国**数字健康**市场数据报告
	2024年度中国**数字生活**市场数据报告
	2024年度中国**电子商务“死亡”**数据报告
	2024年度中国**电子商务投融资**数据报告
	2024年度中国**电子商务人才状况**调查报告

目录

- 生鲜电商发展概况
- 生鲜电商行业数据
- 生鲜电商规上平台数据
- 生鲜电商投诉数据
- 生鲜电商发展趋势

一 发展概况

- 生鲜电商发展阶段
- 生鲜电商产业链图谱
- 全国主要生鲜电商平台企业分布
- 2024年生鲜电商十大事件

一、行业概况

1.1 生鲜电商发展阶段

生鲜电商发展阶段

图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

一、行业概况

1.2 生鲜电商产业链图谱

网经社定义生鲜电商为零售电商这一大赛道下的分支，以蔬菜、水果、肉禽蛋类等生鲜品作为核心商品，利用互联网将生鲜品通过电商仓库等传统快递方式配送，或是通过到店、到家、社区团购、周期购等模式到达消费者手中。目前生鲜电商模式包括020模式、前置仓模式、到店+到家模式、社区团购模式、周期购模式等。

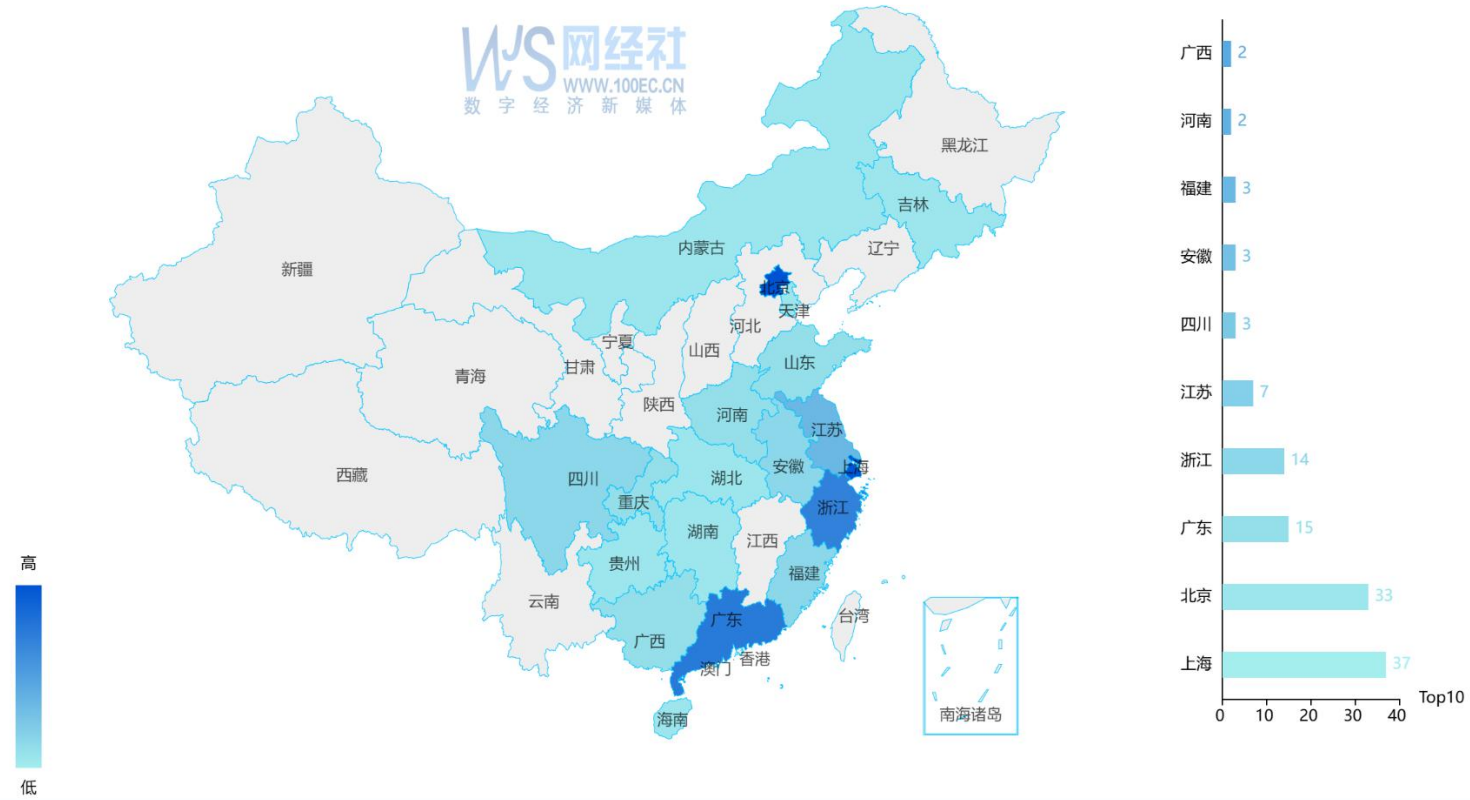
目前玩家有：1、综合类：天猫生鲜、京东生鲜、本来生活等；2、020：京东到家、美团闪购等；3、前置仓模式：叮咚买菜、朴朴超市等；4、到店+到家模式（店仓一体化）：盒马鲜生等； 5、社区团购模式：淘宝买菜、兴盛优选、多多买菜等；6、B端生鲜电商：美菜网、飞熊领鲜、食务链等。

一、行业概况

1.3 全国主要生鲜电商平台企业分布

据网经社企业库（COP.100EC.CN）显示，全国主要生鲜电商平台企业有119家（截至2024年底）。其中上海地区生鲜电商企业数量最多，有37家；其余依次为北京（33家）、广东（15家）、浙江（14家）、江苏（7家）、四川（3家）、安徽（3家）、福建（3家）、河南（2家）、广西（2家）。

全国主要生鲜电商公司分布统计地图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

一、行业概况

1.3 全国主要生鲜电商平台企业分布

具体来看，北京地区生鲜电商主要有京东生鲜、美团优选、小象超市、多点、美菜网；上海地区主要有叮咚买菜、京东到家、大润发优鲜、多多买菜、天天果园、盒马；浙江地区主要有天猫生鲜、淘宝买菜、菜划算、奇麟鲜品；福建地区主要有朴朴、冻品码头；广东地区主要有百果园；重庆地区主要有谊品生鲜；湖南地区主要有兴盛优选；江苏地区主要有食行生鲜；山东地区主要有飞熊领鲜等。

全国主要生鲜电商平台及企业分布

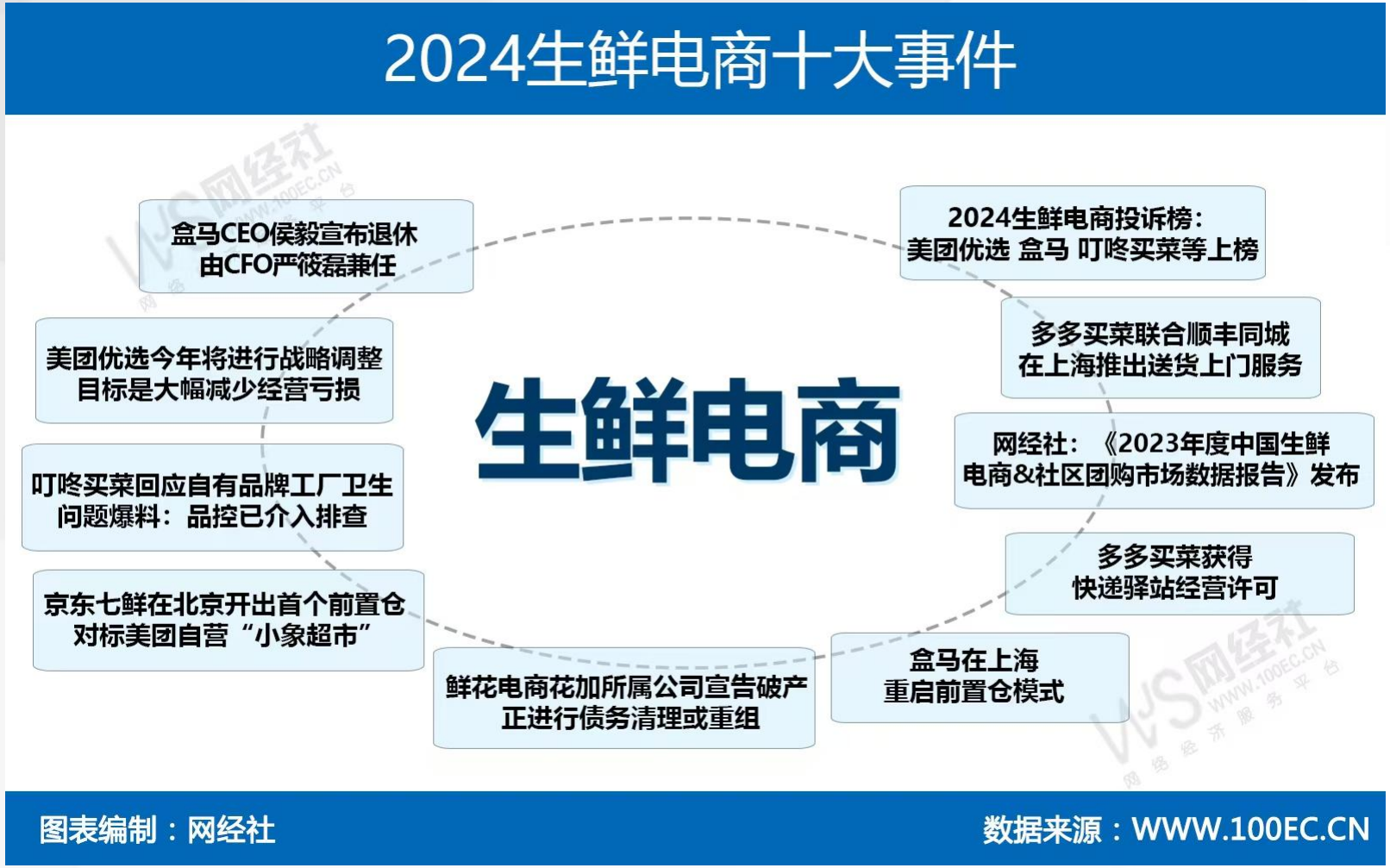
图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

一、行业概况

1.4 2024年生鲜电商十大事件

2024年，生鲜电商领域内动作频频：美团优选进行战略调整，京东七鲜在北京开出首个前置仓，盒马在上海重启前置仓模式。此外，鲜花电商花加所属公司宣告破产，盒马CEO侯毅宣布退休。

整体来看，2024年生鲜电商从“规模扩张”转向“提质增效”，核心企业聚焦成本控制、技术升级与模式创新。



二 行业数据

- 生鲜电商市场规模
- 生鲜电商行业渗透率
- 生鲜电商用户规模
- 生鲜电商企业规模
- 生鲜电商交易额占城镇居民食品消费支出比例
- 生鲜电商“死亡”名单数据

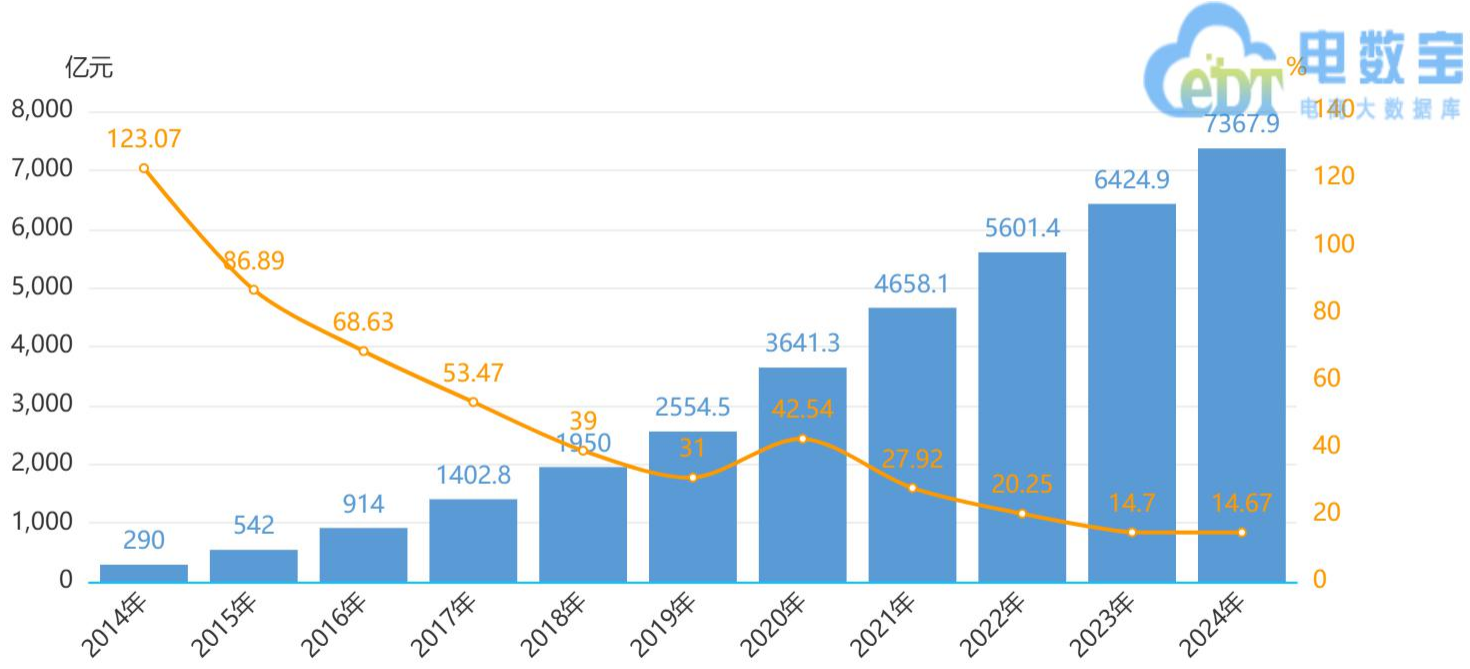
二、行业数据

2.1 生鲜电商市场规模：增速持续下滑

据网经社“电数宝”（DATA.100EC.CN）电商大数据库显示，2024年生鲜电商交易规模达到7367.9亿元，同比增长14.67%。与2023年的14.7%相比略有放缓。这表明行业仍处增长期，但竞争与成本压力可能抑制了增速。

目前，生鲜电商市场仍以头部平台主导：美团优选、多多买菜等通过补贴、供应链优化巩固地位。此外，社区团购与即时零售、线下门店深度整合，形成“线上+线下+物流”闭环。

生鲜电商行业交易规模及其增长率数据图

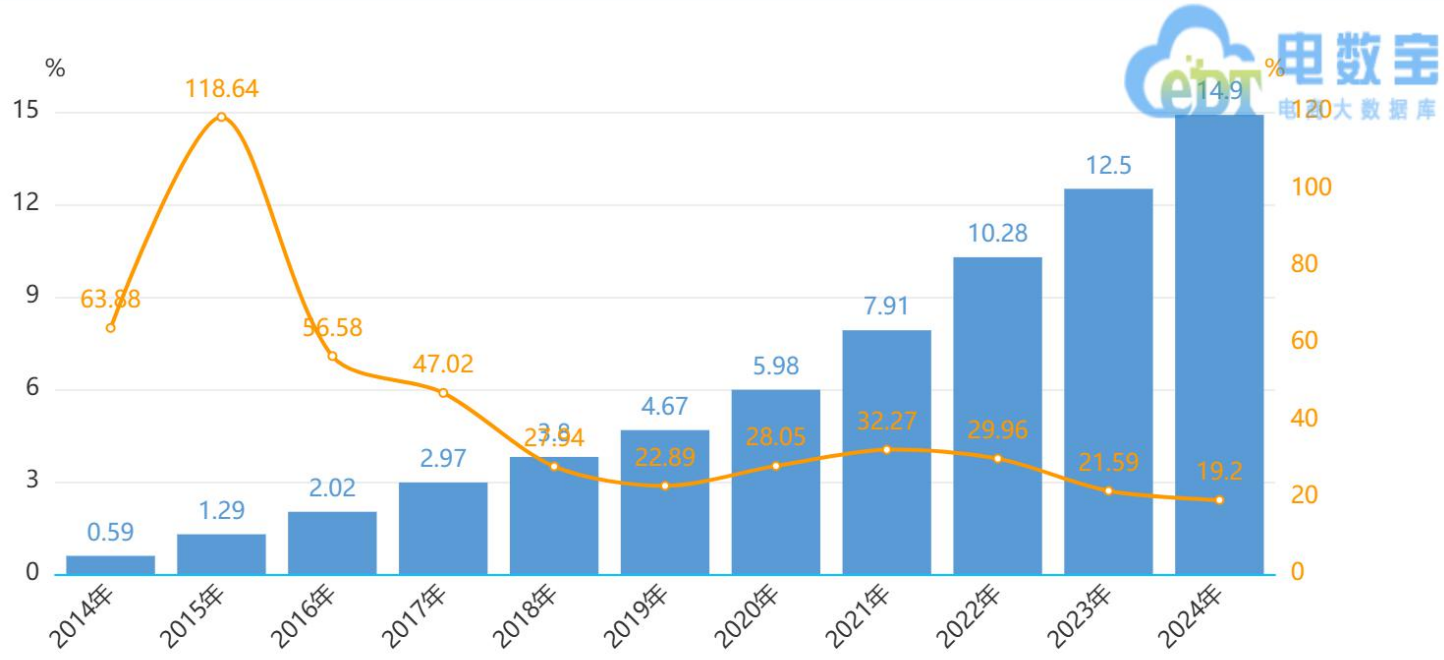


图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

二、行业数据

2.2 生鲜电商行业渗透率：近三年增速下滑

生鲜电商行业渗透率及其增长率数据图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

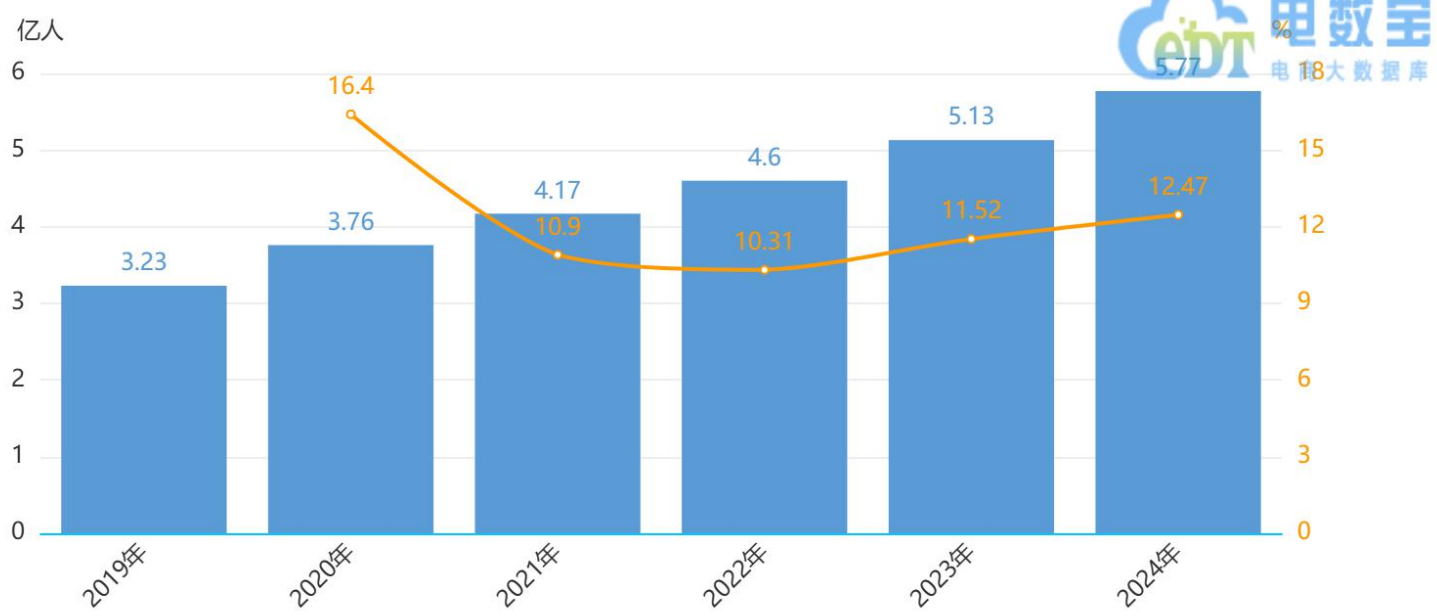
“电数宝”电商大数据库显示，生鲜电商行业2024年渗透率为14.9%，同比增长19.2%。

此外，2014年至2023年渗透率分别为：0.59%、1.29%、2.02%、2.97%、3.8%、4.67%、5.98%、7.91%、10.28%、12.5%。

二、行业数据

2.3 生鲜电商行业用户规模：增速持续上涨

生鲜电商行业用户规模及其增长率数据图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

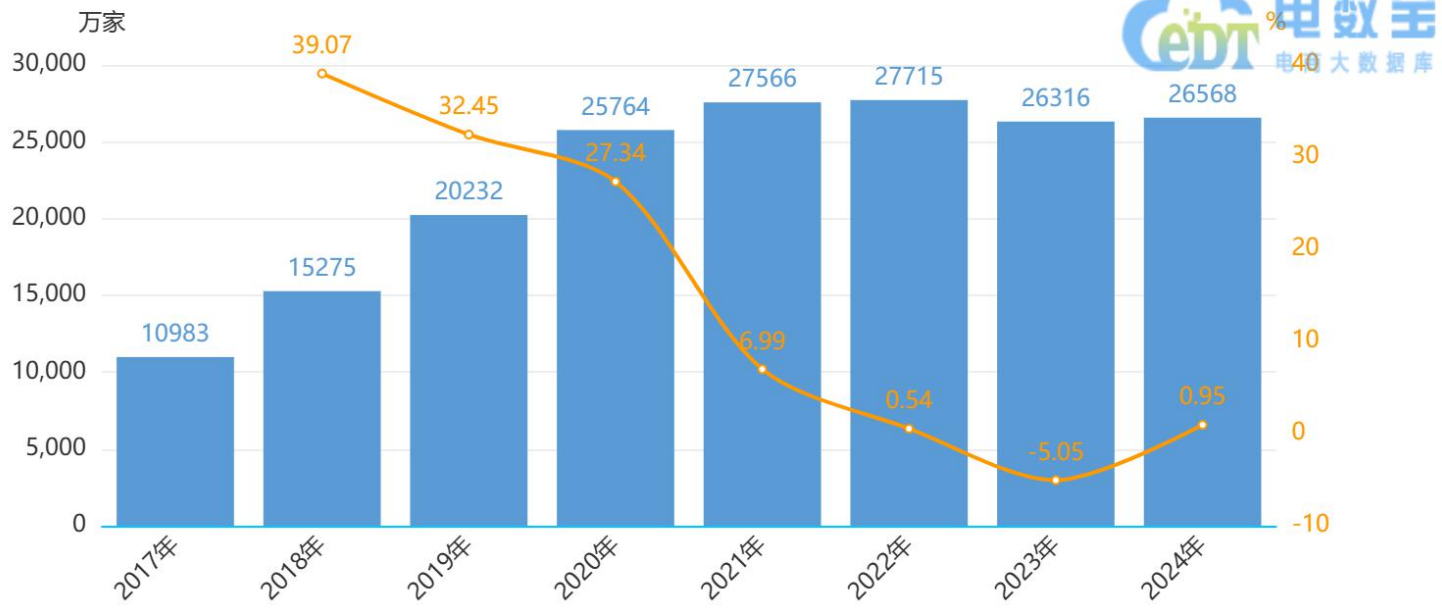
“电数宝”电商大数据库显示，2024年生鲜电商行业用户规模为5.77亿，同比增长12.47%。反映消费者对生鲜电商的接受度提高。

此外，2019年至2023年用户规模分别为：3.23亿、3.76亿、4.17亿、4.6亿、5.13亿。

二、行业数据

2.4 生鲜电商企业规模：增长不明显

生鲜电商行业企业规模及其增长率数据图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

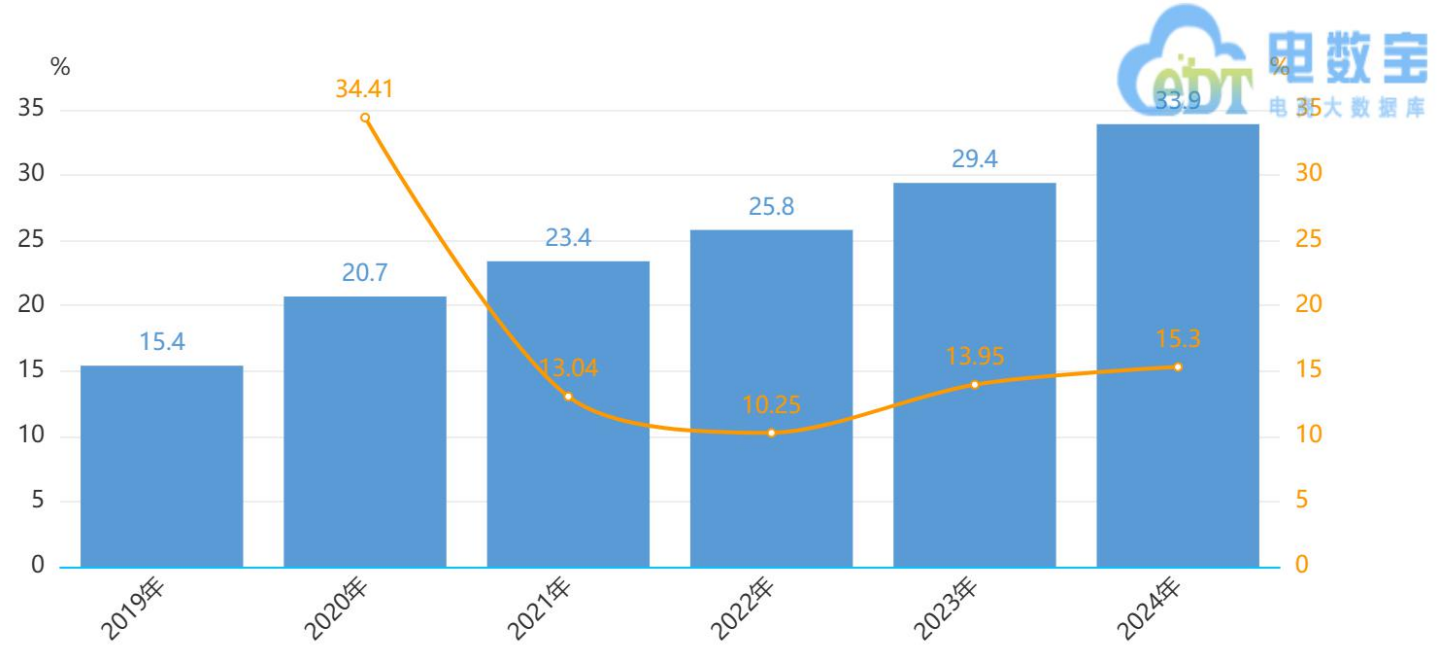
“电数宝”电商大数据库显示，2024年生鲜电商企业规模为26568家，同比上升0.95%。

此外，2017年至2023年企业规模分别为：10983家、15275家、20232家、25764家、27566家、27715家、26316家。

二、行业数据

2.5 生鲜电商交易额占城镇居民食品消费支出比例：近三年持续上涨

生鲜电商交易额占城镇居民食品消费支出比例数据图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”电商大数据库显示，2024年城镇居民食品消费支出为21737亿元，生鲜电商交易额占城镇居民食品消费支出的比例为33.9%。

此外，2019年至2023年，城镇居民食品消费支出分别为16624亿元、17577亿元、19561亿元、21690亿元、21878亿元。占比分别为15.4%、20.7%、23.4%、25.8%、29.4%。

二、行业数据

2.6 生鲜电商“死亡”名单数据

2024年中国生鲜电商“死亡”名单

序号	平台名	所属行业	所在地	上线时间	关停时间	融资情况	存活时间
1	涞了么生鲜	生鲜电商	江苏	2020-11-01	2024-02-02	尚未获投	存活3年3个月
2	静超果业	生鲜电商	陕西	2019-03-01	2024-02-06	尚未获投	存活4年11个月
3	买好菜	生鲜电商	江西	2018-01-01	2024-03-20	尚未获投	存活6年2个月
4	57优鲜	生鲜电商	北京	2017-02-01	2024-03-25	尚未获投	存活7年1个月
5	An家菜园	生鲜电商	广东	2017-12-01	2024-04-03	尚未获投	存活6年4个月
6	壹昇鲜	生鲜电商	浙江	2015-03-01	2024-04-17	天使轮	存活9年1个月
7	寻找田野	生鲜电商	上海	2016-04-01	2024-05-23	Pre-A轮	存活8年1个月
8	食爱厨	生鲜电商	上海	2016-01-01	2024-05-23	不明确	存活8年4个月
9	省伊点生鲜	生鲜电商	上海	2020-06-01	2024-05-31	尚未获投	存活3年11个月
10	遇之爸	生鲜电商	四川	2017-10-01	2024-06-20	尚未获投	存活6年8个月

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2024年生鲜电商“死亡”企业共29家，分别为涞了么生鲜、静超果业、买好菜、57优鲜、An家菜园、壹昇鲜、寻找田野、食爱厨、省伊点生鲜、遇之爸、缤果水果、河图庄园、有质有惠、好购易得、阿甘生鲜等。

从存活时间来看，最长的是鲜到家，存活10年5个月；最短的是涞了么生鲜，存活3年3个月。

三
规上平台数据

- 生鲜电商“三大梯队”
- 生鲜电商上市公司数据
- 生鲜电商“独角兽”数据
- 生鲜电商“千里马”数据

三、规上平台数据

3.1 生鲜电商“三大梯队”

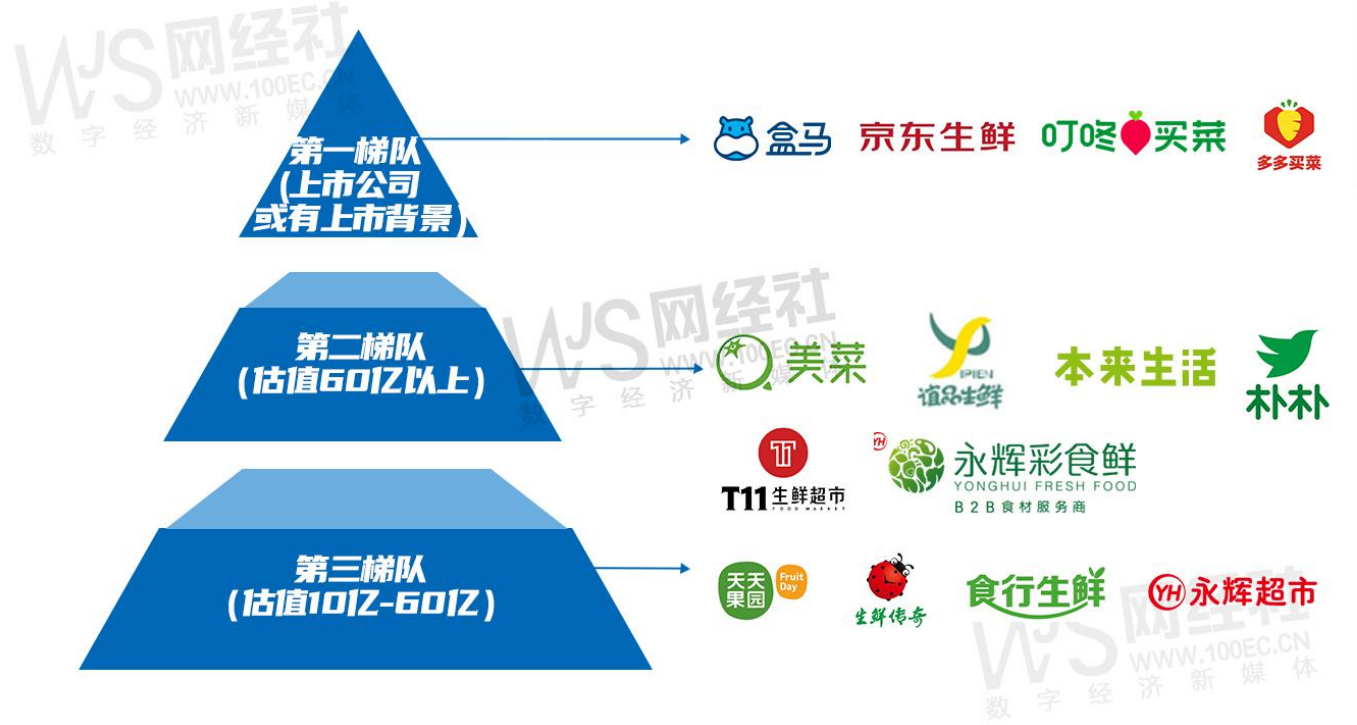
目前，生鲜电商已经形成三个梯队。

第一梯队为上市公司或有上市公司背景：叮咚买菜、盒马、京东生鲜、多多买菜；

第二梯队为美菜网、永辉彩食鲜、本来生活、T11生鲜超市、谊品生鲜、朴朴超市，估值超过60亿人民币；

第三梯队估值在10-60亿人民币之间，有生鲜传奇、天天果园、食行生鲜、永辉云创。

生鲜电商规模梯队分布图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

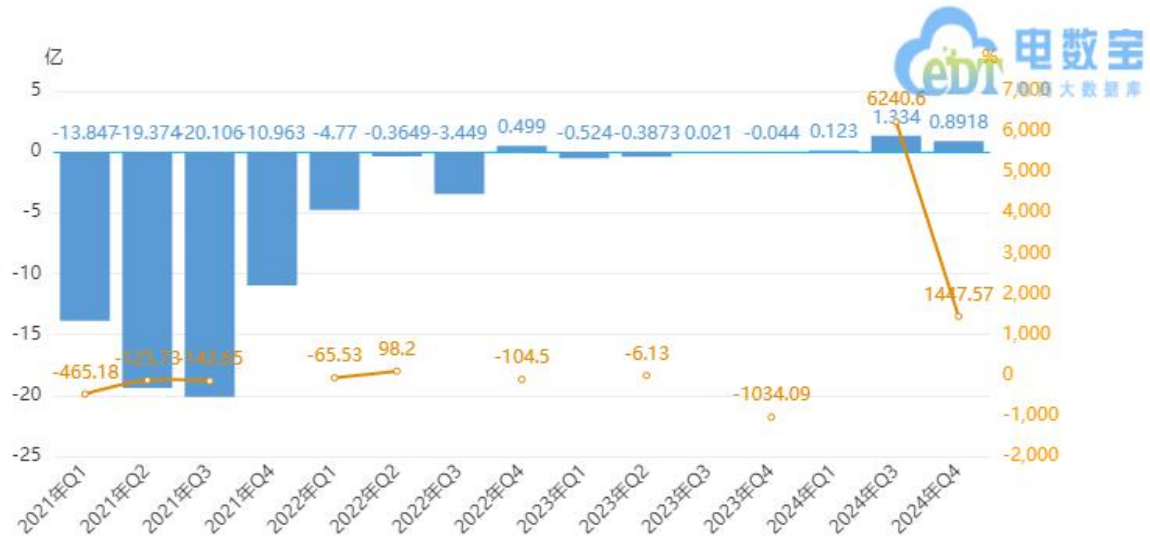
三、规上平台数据

3.2 上市公司数据：叮咚买菜2024年营收230.7亿元 GMV255.6亿元

叮咚买菜营收及同比增长率数据图

图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

叮咚买菜净利润及同比增长率数据图



图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

2024年叮咚买菜营收230.7亿元，同比增长15.5%；GAAP标准下实现了0.9亿元净利润，净利润率1.6%，今年首次实现了全年GAAP标准下的盈利。2024年全年，叮咚买菜实现GMV 255.6亿元，同比增长16.3%。截止2024年底，叮咚买菜总市值为7.78亿美元。

三、规上平台数据

3.3 五家“独角兽”总估值为487亿元 同比下降近五成

据“电数宝”电商大数据库显示，2024年生鲜电商“独角兽”为5家，分别是美菜网、永辉彩食鲜、本来生活、T11生鲜超市、谊品生鲜，估值分别为200亿元、78亿元、70亿元、70亿元、69亿元，总估值为487亿元。

从数量上来看，2024年生鲜电商“独角兽”对比去年没有变化，多点已上市，退出榜单，新增T11生鲜超市；此外，去年生鲜电商“独角兽”总估值为929亿元，从金额上来看，2024年同比下降47.6%。

2024年生鲜电商“独角兽”数据榜单

排名	平台名称	所在行业	估值/亿元	成立时间	所在地
1	美菜网	生鲜电商	200	2014年12月24日	北京市
2	永辉彩食鲜	生鲜电商	78	2011年3月23日	渭南市
3	本来生活	生鲜电商	70	2012年4月12日	北京市
3	T11生鲜超市	生鲜电商	70	2018年5月18日	北京市
5	谊品生鲜	生鲜电商	69	2017年11月29日	重庆市

图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

三、规上平台数据

3.4 五家“千里马”总估值为189.25亿元 同比无明显变化

据“电数宝”电商大数据库显示，2024年生鲜电商“千里马”5家，分别是朴朴超市、生鲜传奇、天天果园、食行生鲜、永辉云创，估值分别为61.75亿元、45亿元、40亿元、30亿元、12.5亿元，总估值达189.25亿元。

从数量与金额上看，2024年生鲜电商“千里马”榜单与去年相比并无明显变化。从成立时间来看，最长的成立16年，最短的为8年。

2024年生鲜电商“千里马”数据榜单

排名	平台名称	所在行业	估值/亿元	成立时间	所在地
1	朴朴超市	生鲜电商	61.75	2016年	福州市
2	生鲜传奇	生鲜电商	45	2017年	合肥市
3	天天果园	生鲜电商	40	2010年	上海市
4	食行生鲜	生鲜电商	30	2009年	苏州市
5	永辉云创	生鲜电商	12.5	2015年	上海市

图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

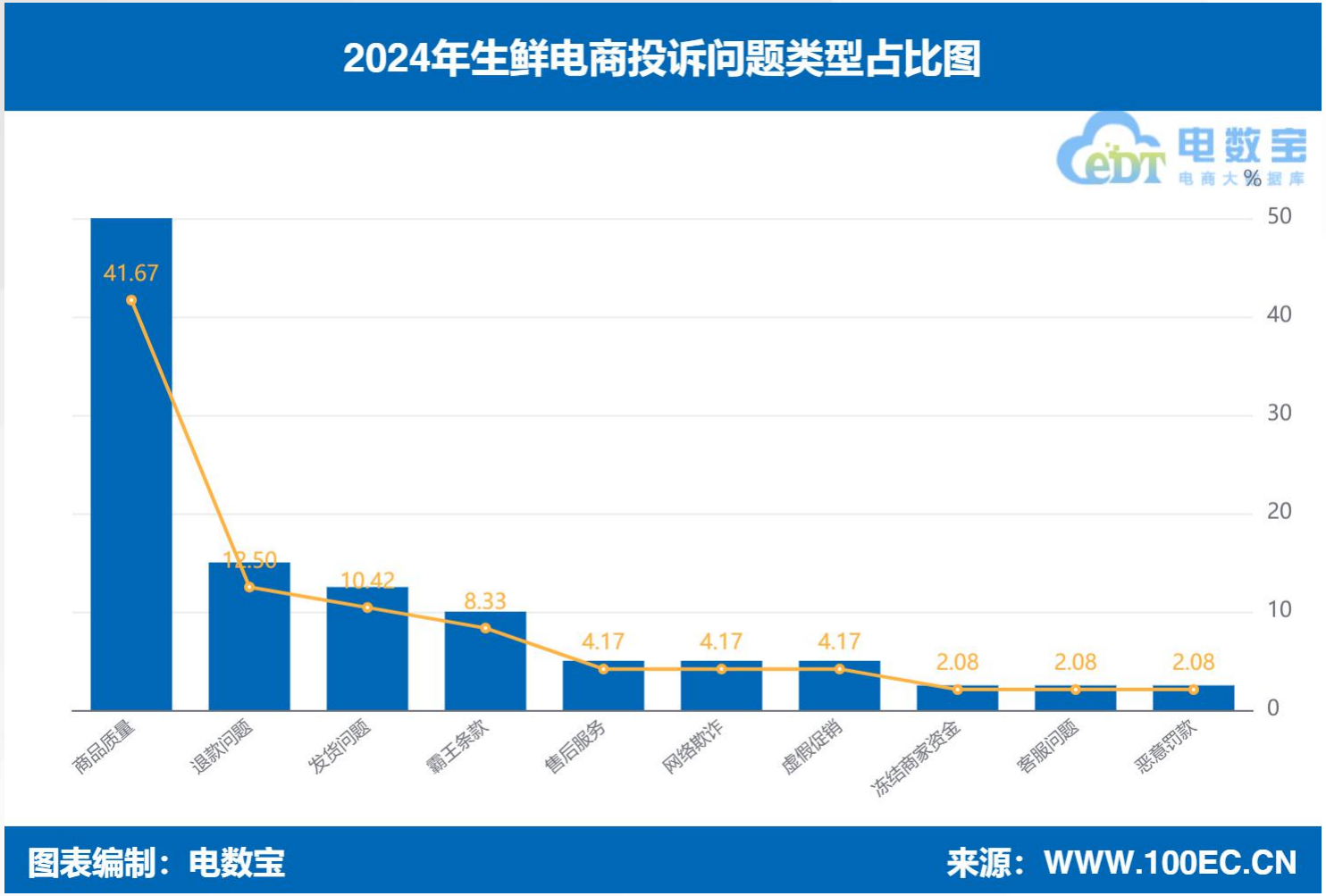
四
投诉数据

- 生鲜电商十大“乱象”
- 生鲜电商消费投诉榜

四、评级数据

4.1 生鲜电商十大“乱象”

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，商品质量、退款问题、发货问题、霸王条款、售后服务、网络欺诈、虚假促销、冻结商家资金、客服问题、恶意罚款等是2024年生鲜电商投诉的主要问题。



四、评级数据

4.2 生鲜电商消费投诉榜

据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”显示，2024年依据投诉量来排名，涉及的生鲜电商平台有美团优选、盒马、叮咚买菜、朴朴超市、花礼网、年丰大当家、美菜网。

五
发展趋势

- 未来趋势
- 挑战与机遇

五、发展趋势

5.1 未来趋势

技术驱动效率革命

AI、物联网成为标配，供应链响应速度提升50%以上。

本地化供应链决胜

直采基地、区域化运营降低损耗，保障新鲜度。

消费升级引领增长

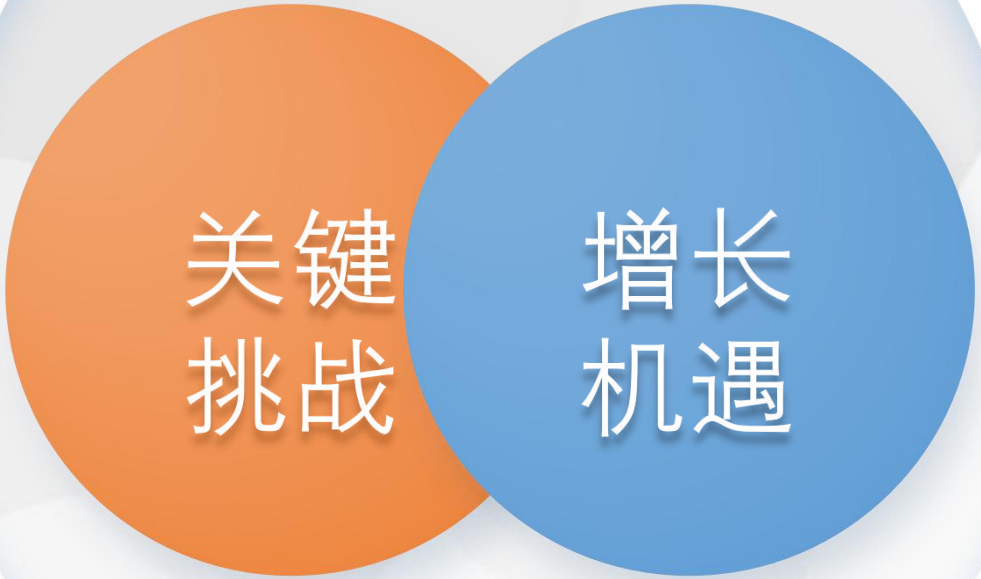
高端品类、健康食品占比持续提升，客单价年均增长8%。

五、发展趋势

5.2 挑战与机遇

1. 供应链成本：冷链物流占运营成本30%-40%，需通过技术创新（如多温共配）优化。

2. 用户留存：补贴结束后，需通过会员体系、专属服务提升复购率。



1. 技术融合：5G、区块链将推动供应链透明化，增强消费者信任。

2. 政策红利：政府冷链物流规划（如“十四五”政策）支持基础设施升级。

6.1 关于我们

浙江网经社信息科技公司拥有18年历史，提供媒体平台、专业智库以及金融/融资三大服务，致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济新媒体”。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有A股上市公司背景的数字经济媒体、智库和平台，母公司在全国拥有30个分支机构，实力雄厚，是我国数字经济行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户覆盖各大互联网上市公司、独角兽，以及国家和各地政府部门，有口皆碑。

6.2 发展战略

网经社“媒体+智库+渠道”三大战略
战略
服务
平台资源
客户群体
媒体
媒体传播业务
为核心的品牌营销服务
网经社 WWW.100EC.CN 数字经济新媒体
网经社数字经济门户
自媒体矩阵
媒公宝（3000人记者库）
平台/服务商
智库
基于大数据的研究咨询
为核心的智库服务
网经社电子商务研究中心 ECRC
“一带一路”TOP10影响力社会智库
电数宝 电商大数据库
政府/机构
渠道
私董会 展会 招商会
“千电万商”生态圈
渠道方 商家等
创业孵化
网经社投融资中心
20000+投资者库
创业公司

6.3 数据服务

扫描二维码
查看百万+数据

6.4 投融资服务

扫描二维码
进入网经社投融资中心
瓜分6万亿资金

6.5 联系我们

01

报告审定 曹磊

网经社总编辑；网经社“千电万商” 创始人；国家发改委认定“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心主任；中共中央党校全国领导干部数字经济培训教材 联合主编；中国商业联合会直播电商委 副会长；中国服务贸易协会全球跨境电商研究院 专家；中国跨境电商50人论坛副秘书长；中国服装协会 专家委员；中国广告协会学术与教育委员会 委员；浙江省服务业联合会副会长、数字经济专委会 秘书长；浙江省消保委网络消费维权专业委员会 委员；杭州市电子商务协会新零售专委会 主任；《未来法学》杂志编委会 顾问。

20年专注于互联网媒体、电子商务、数字经济报道与研究，尤其在电商、移动出行、在线教育、数字健康、共享经济、产业互联网、供应链金融等赛道有独到洞察。是我国电商重要推动者、产业互联网首倡者、数字经济智库智囊。屡屡担任清华、北大、浙大、上海交大客座教授，累计演讲、授课、内训几百场，政企学员遍布全国。

【专栏】：http://www.100ec.cn/zt/expert_caolei/

【电话】：0571-87756579

【E-mail】：CaoLei@NetSun.com

6.5 联系我们

02 报告主编

莫岱青

网经社电子商务研究中心

数字零售分析师

【手机】13957104761（微信号）

【邮箱】B2C@NetSun.com

【官微】电子商务研究中心(微信ID:i100ec)

【研究领域】

实物消费品数字零售领域，包括综合电商、直播电商、农村电商、社交电商、生鲜电商、汽车电商、母婴电商、二手电商、导购电商、美妆电商、酒水电商、电商服务商等

扫描二维码联系分析师
（备注姓名、公司、职位、目的）

6.5 联系我们

03 执行主编

吴夏雪

网经社电子商务研究中心

数字零售部助理分析师

【手机】18756541579（微信号）

【邮箱】wxx@netsun.com

【官微】电子商务研究中心(微信ID:i100ec)

【负责领域】

实物消费品数字零售领域，包括综合电商、直播电商、农村电商、社交电商、生鲜电商、汽车电商、母婴电商、二手电商、导购电商、美妆电商、酒水电商、电商服务商等

欢迎扫码联系
（备注姓名、公司、职位、目的）