

2022-2028年中国农村电商 行业前景展望与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国农村电商行业前景展望与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202112/255059.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

农村电子商务，通过网络平台嫁接各种服务于农村的资源，拓展农村信息服务业务、服务领域，使之兼而成为遍布县、镇、村的三农信息服务站。作为农村电子商务平台的实体终端直接扎根于农村服务于三农，真正使三农服务落地，使农民成为平台的最大受益者。

2017年农村网络零售额达到12448.8亿元，同比增长39.1%。据最新数据显示，2018上半年农村网络零售额达到6322.8亿元。2014-2018年中国农村电商网络零售额走势 中企顾问网发布的

《2022-2028年中国农村电商行业前景展望与前景趋势报告》共四章。首先介绍了中国农村电商行业市场发展环境、农村电商整体运行态势等，接着分析了中国农村电商行业市场运行的现状，然后介绍了农村电商市场竞争格局。随后，报告对农村电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国农村电商行业发展趋势与投资预测。您若想对农村电商产业有个系统的了解或者想投资中国农村电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第1章综合篇1.1农村电商总体发展战略与案例分析1.1.1我国农村电商总体发展战略分析（1）自上而下的模式（2）自下而上的模式（3）产业分散化模式（4）产业集群化模式（5）大平台模式（6）自建平台模式1.1.2农村电商县域实践的成功案例（1）浙江临安1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（2）浙江遂昌1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（3）浙江桐庐1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（4）河北清河1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（5）山东博兴1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（6）浙江海宁1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（7）甘肃成县1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（8）吉林通榆1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（9）陕西武功1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析（10）江苏沙集1）县域电商环境2）政府配套政策3）农村电商模式4）成功经验分析1.1.3农村电子商务建设方案（1）商务信息平台建设（2）农村电商服务网点建设（3）农村电商公共服务平台建设（4）产品综合展示中心建设（5）农产品电子商务标准体系建设（6）仓储物流体系建设1.1.4农民合作社电商发展模式探索（1）建立农合组织信息平台（2）农民合作社集群营销（3）搭建集约、标准化生产的可信任平台（4）组建信息员、点线面全程推进电商运作（5）产供销的合作产品流通渠道1.2农村电商参与对象发展战略与模式分析1.2.1供销社农村电商战略与模式（1）平台选择1）自建平台2）借助第三方平台3）自建平台借助

第三方平台（2）渠道选择1）线上2）线上线下结合（3）物流选择1）自建物流体系2）借助第三方物流（4）商品选择1）坚持因地制宜的原则2）主打地方特色农产品

1.2.2 中国邮政农村电商战略规划

（1）建立农村电子商务服务体系（2）建立农村网络消费服务体系（3）建立农产品网络销售体系（4）建立共同配送体系（5）建立农村普惠金融服务体系

1.3 中国农资电商市场深度分析

1.3.1 传统农资市场发展痛点

（1）传统农资流通环节分析（2）主流农资销售模式分析（3）农资行业核心痛点分析

1）销售网点乱2）产品名目乱3）销售价格乱4）市场监管乱5）营销广告乱

1.3.2 农资电商核心竞争力

（1）核心竞争力之--低价1）传统农资产品价格畸高的原因2）“厂家—农资电商—农户”销售模式（2）核心竞争力之--服务

1）农技服务2）物流服务3）售后服务

1.3.3 农资电商市场发展情况

（1）农资市场容量（2）农资电商市场发展历程（3）农资电商的主流模式

1.3.4 典型农资电商案例分析

（1）综合电商平台1）阿里巴巴2）京东集团（2）垂直型农资电商平台1）云农场2）农一网（3）服务导向型农资电商1）农医生2）益农宝（4）专注农村市场的电商平台1）点豆网2）农资哈哈送3）好汇购

1.4 农村电商发展前景与投资规划

1.4.1 农村电商消费市场潜力分析

（1）我国农村网民占比及规模偏小

截至2017年12月，我国农村地区网民线下消费使用手机网上支付的比例已提升至47.1%。2017年我国农村网民占比为27%，规模为2.09亿，较2016年底增加793万人，增幅为4.0%；城镇网民占比73%，规模为5.63亿，较2016年底增加3281万人，增幅为6.2%。另外，农村互联网普及率上升至35.4%。2013-2018年中国农村网民规模走势（2）我国农村居民互联网普及率提升（3）各地农民网店及淘宝县的兴起（4）电商平台农产品销售额增加（5）农村网购市场规模的扩大

1.4.2 农村电商发展带来的产业机遇

（1）将带来二三线品牌的新市场（2）带来农产品“淘品牌”的新机遇（3）将带来电商服务业的新空间（4）将带来电商基础投资的新蓝海

1.4.3 农村电商相关上市公司投资机会

（1）辉丰股份1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（2）智慧农业1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（3）大北农1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商相关业务（4）诺普信1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（5）吉峰农机1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（6）新都化工1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（7）新希望1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（8）金正大1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（9）华英农业1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望（10）史丹利1）企业发展简况分析2）企业主营业务分析3）企业经营状况分析4）农村电商业务展望

第2章 农产品电商篇

2.1 我国农产品电商发展

现状分析2.1.1我国农产品电商发展现状分析（1）农产品电商交易规模（2）农产品电商融资情况2.1.2我国农产品电商发展趋势（1）政府加大农产品电商发展力度（2）农产品电商带动农村电商发展（3）农产品电商规模迅速扩大（4）“三品一标”产品成为农产品电商主角（5）农产品冷链物流效应得到充分发挥（6）农产品网上网下渠道融合创新（7）农产品大宗商品交易-批发、交易-零售交易市场形成体系（8）跨境农产品电子商务份额提高（9）三网融合物联网成为新电商时尚（10）本地化生鲜平台将成为农产品电商转型的方向2.2大宗农产品电商发展现状分析2.2.1大宗农产品电商发展现状分析（1）大宗农产品发展的电商的可行性分析（2）大宗农产品发展的电商发展现状分析2.2.2典型大宗农产品电商案例分析（1）中农网（2）广西糖网（3）全国棉花交易市场（4）四川白酒交易中心（5）泌坤大宗农产品现货电子交易市场2.3普通农产品电商发展现状分析2.3.1普通农产品电商市场格局分析2.3.2我国普通农产品电商案例分析（1）沱沱工社（2）美味七七（3）淘常州（4）莆田网（5）青年菜君（6）本来生活网（7）龙宝溯源商城（8）中国地理标志产品商城2.3.3我国普通农产品电商物流发展现状分析（1）农产品电子商务物流发展现状（2）农村电商物流发展滞后的原因1）基础设施不足2）经济水平的客观制约3）农产品标准化程度低4）政府支持力度还不够5）乡镇企业信息化程度低6）物流信息化服务平台的缺失2.4生鲜农产品电商发展现状分析2.4.1生鲜农产品电商发展现状2.4.2生鲜农产品电商物流布局分析（1）生鲜农产品电商物流模式（2）生鲜农产品冷链物流网络 第3章电商农村市场篇3.1我国电商农村发展现状分析3.1.1我国电商农村发展的动因（1）始动因素1）“带头人独特优势”2）“带头人潜在需求”（2）政策支持（3）基础设施3.1.2我国电商农村发展现状（1）农村网购市场现状1）农村网购人数2）农村网购规模3）农村网购区域特征4）农村与城市网购市场规模比较5）农村网购市场规模预测6）农村网购增长动因（2）电商农村市场现状1）电商农村市场发展2）农村网店兴起3）农产品销售平台（3）社会各界积极投入1）电商巨头2）传统商贸企业3）中国邮政4）供销社系统5）地方政府3.1.3我国电商农村发展的难题（1）物流支撑体系欠缺（2）人才与技术支撑难题（3）消费观念和诚信难题（4）网购售后服务难以满足3.1.4我国电商农村发展所需条件（1）政策扶持（2）选择合适模式（3）地方政府支持（4）产业化与电商发展相互协调3.2我国电商农村发展模式分析3.2.1我国电商农村主要发展模式（1）独立B2C平台模式（2）第三方交易平台模式（3）农产品电商应用平台模式3.2.2农产品电商主要经营业态（1）纯B2C与自有农场B2C（2）家庭会员宅配（3）订单农业3.2.3我国电商农村创新模式分析（1）“基地城市社区”模式（2）“批发市场宅配”模式（3）“放心农资进农家”模式（4）跨境农业电子商务模式3.3我国大型农村电商发展现状分析3.3.1阿里系农产品电商发展现状分析（1）阿里系农产品电商发展现状分析1）阿里平台农产品销售额及增速2）淘宝网生鲜产品销售额及增速（2）阿里系农产品电商发展战略分析1）投资基

基础设施2) 激活农村电子商务生态3) 创新农村综合服务4) 创造农村社会和经济双重价值(3)

) 阿里系农产品电商(菜鸟网络农村电商) 物流布局分析1) 菜鸟全国骨干网络现状2) 菜鸟
快递业务数据化分析1、电子面单数据化2、消费者地址数据化3、快递路由数据化3) 菜鸟社
会化运力整合方案1、以省为单位的物流网络2、前线县级运营中心建设3、农村合伙人发展计
划4) 菜鸟网络未来发展规划1、菜鸟网络苏宁物流2、对社会物流公司开放3.3.2京东系农产品
电商发展现状分析(1) 京东系农产品电商发展现状分析1) 农产品进城2) 地方特产馆(2)
京东系农产品电商发展战略分析1) 工业品进农村战略2) 农村金融战略3) 生鲜电商战略(3)
) 京东系农产品电商物流布局分析(1) 原有的配送体系2) 京东县级服务中心3) "京东
帮"服务店1、发展规划2、经营业务3.3.3苏宁云商农村电商发展现状分析(1) 苏宁云商
农村电商发展战略分析(2) 苏宁云商农村电商物流布局分析1) 全覆盖网络平台布局1、县级
直营店2、乡镇加盟店3、村级代理员2) 农村电商物流建设战略部署1、"正向"布
局2、"逆向"布局 第4章电商行业发展分析() 4.1电子商务发展分析4.1.1电子商务
定义及发展模式分析4.1.2中国电子商务行业政策现状4.1.32015-2019年中国电子商务行业发展现
状4.2"互联网"的相关概述4.2.1"互联网"的提出4.2.2"互联网"的
内涵4.2.3"互联网"的发展4.2.4"互联网"的评价4.2.5"互联网"的
趋势4.3电商市场现状及建设情况4.3.1电商总体开展情况4.3.2电商案例分析4.3.3电商平台分析
(自建和第三方网购平台) 4.4电商行业未来前景及趋势预测4.4.1电商市场规模预测分析4.4.2
电商发展前景分析() 图表目录：(部分) 图表：1：自下而上的模式与自上而下的模式的
比较图表：2：产业分散化农村电商模式图表：3：产业集群化农村电商模式的特点图表：4：
大平台农村电商模式图表：5：自建平台模式的好处图表：6：浙江临安电子商务发展历程图
表：7：2019年浙江临安电子商务规模(单位：亿元，家，人) 图表：8：浙江临安电商发展
政府配套政策图表：9：浙江临安农村电商模式及其特点图表：10：浙江临安农村电商模式成
功经验分析图表：11：2019年浙江遂昌电商发展政府配套政策图表：12：浙江遂昌农村电
商模式的核心"网点服务中心"图表：13：浙江临安农村电商模式成功经验分析图表
：14：浙江桐庐电商发展环境图表：15：浙江桐庐农村电商发展模式图表：16：河北清河电
商发展环境图表：17：河北清河农村电商模式成功经验分析图表：18：山东博兴电商发展政
府配套政策图表：19：山东博兴农村电商模式成功经验分析图表：20：浙江海宁电商发展政
府配套政策着力点图表：21：浙江海宁农村电商模式成功经验分析图表：22：甘肃成县农村
电商模式成功经验分析图表：23：吉林通榆农村电商模式成功经验分析图表：24：陕西武功
电商发展政府配套政策图表：25：陕西武功农村电商模式成功经验分析图表：26：江苏沙集
电商发展政府配套政策图表：27：农村电商公共服务平台建设内容图表：28：2019年"地
平线"综合服务电子商务平台运营情况(单位：家，亿元，万次) 图表：29：2019

年“淘宝网-浙江馆”运营情况（单位：家，种，个）图表：30：传统农资流通环节分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255059.html>