

2022-2028年中国农村电商 行业前景展望与投资前景评估报告

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投资前景评估报告》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/202112/255061.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

2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%；全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%。预计2020年农村网络零售额逼近2万亿元。2015-2020年中国农村电商行业市场规模走势预测

中企顾问网发布的《2022-2028年中国农村电商行业前景展望与投资前景评估报告》共十七章。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：第一章全球农村电商行业发展分析第一节国际农村电商行业发展轨迹综述一、国际农村电商行业发展历程二、2015-2019年国际农村电商行业发展面临的问题第二节世界农村电商行业市场情况一、2015-2019年世界农村电商产业发展现状二、2015-2019年国际农村电商产业发展态势三、2015-2019年国际农村电商行业研发动态四、全球农村电商行业挑战与机会第三节2015-2019年部分国家地区农村电商所属行业发展状况第二章我国农村电商所属行业发展现状第一节2015-2019年中国农村电商所属行业发展概述一、中国农村电商行业发展历程二、中国农村电商行业发展面临问题第二节2015-2019年我国农村电商所属行业发展状况一、中国农村电商行业发展回顾二、农村电商行业发展情况分析三、我国农村电商市场特点分析四、我国农村电商市场发展分析第三节2015-2019年中国农村电商所属行业供需分析一、中国农村电商市场供给总量分析二、中国农村电商市场供给结构分析三、中国农村电商市场需求总量分析四、中国农村电商市场需求结构分析五、中国农村电商市场供需平衡分析第三章中国农资电商市场深度分析第一节传统农资市场发展痛点一、传统农资流通环节分析二、主流农资销售模式分析三、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）营销广告乱第二节农资电商核心竞争力一、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”销售模式二、核心竞争力之——服务（1）农技服务（2）物流服务（3）售后服务第三节农资市场容量及电商化率一、种子市场容量及电商化率二、化肥市场容量及电商化率三、农药市场容量及电商化率四、农机市场容量及电商化率第四节农资电商市场竞争格局一、综合电商平台（1）阿里巴巴（2）京东集团二、老牌农资企业（1）中国购肥网（2）买肥网（3）农信商城三、垂直型农资电商平台（1）云农场（2）农一网四、服务导向型农资电商

(1) 农医生 (2) 益农宝五、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

第四章中国农村电商所属行业经济运行分析第一节农村电商所属行业运行情况分析一、农村电商所属行业经济指标分析二、农村电商所属行业收入前十家企业第二节农村电商所属行业产量分析一、我国农村电商所属行业产量分析二、我国农村电商产量预测第三节农村电商所属行业进出口分析

第五章中国农村电商行业区域市场调研第一节华北地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测第二节东北地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测第三节华东地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测第四节华南地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测第五节华中地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测第六节西南地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测第七节西北地区农村电商行业调研一、行业发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、2022-2028年行业趋势预测分析五、2022-2028年行业投资前景预测

第六章农村电商行业投资与趋势预测分析第一节农村电商行业投资情况分析一、总体投资结构二、投资规模情况三、投资增速情况四、分行业投资分析五、分地区投资分析第二节农村电商行业投资机会分析一、农村电商投资项目分析二、可以投资的农村电商模式三、农村电商投资机会四、农村电商细分行业投资机会五、2022-2028年农村电商投资新方向第三节农村电商行业趋势预测分析一、农村电商市场趋势预测分析二、我国农村电商市场蕴藏的商机三、欧债危机后农村电商市场的趋势预测四、农村电商市场面临的发展商机五、2022-2028年农村电商市场面临的发展商机

第七章农村电商行业竞争格局分析第一节农村电商行业集中度分析一、农村电商市场集中度分析二、农村电商企业集中度分析三、农村电商区域集中度分析第二节农村电商所属行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析第三节农村电商行业竞争格局分析一、农村电商行业竞争分析二、中外农村电商竞争分析三、国内外农村电商竞争分析四、我国农村电商市场竞争分析五、我国农村电商市场集中度分析六、2022-2028年国内主要农村电商企业动向

第八章中国农村电商所属行业发展形势分析第一节农村电商行业发展概况一、农村电商行业发展特点分析二、农村电商行

业投资现状分析三、农村电商行业总产值分析第二节农村电商行业市场情况分析一、农村电商行业市场发展分析二、农村电商市场存在的问题三、农村电商市场规模分析第三节农村电商产销状况分析一、农村电商产量分析二、农村电商产能分析三、农村电商市场需求状况分析第四节产品发展新动态 第九章中国农村电商所属行业整体运行指标分析第一节中国农村电商所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业生产规模分析第二节中国农村电商所属行业产销分析一、行业产成品情况总体分析二、行业产品销售收入总体分析第三节中国农村电商所属行业财务指标总体分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析 第十章农村电商物流瓶颈的成因与对策第一节农村电商物流发展滞后的原因一、基础设施不足二、需求不足且分散三、农产品标准化程度低四、政府支持力度还不够五、乡镇企业信息化程度低六、物流公司不重视农村业务第二节菜鸟网络农村电商物流布局一、菜鸟全国骨干网络现状（1）物流服务商的整合（2）城市仓储系统建设（3）全国送货入村规划（4）全国菜鸟驿站系统（5）区县大家电配送入户二、菜鸟快递业务数据化分析（1）手写面单数据化（2）消费者地址数据化（3）快递路由数据化三、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四、菜鸟网络未来发展规划（1）启动物流方面的上行（2）菜鸟网络+苏宁物流（3）对社会物流公司开放第三节京东集团农村电商物流布局一、原有的配送体系（1）配送站点（2）配送队伍二、京东县级服务中心（1）市场定位（2）服务提供（3）管理人员三、“京东帮”服务店（1）市场定位（2）经营业务（3）服务内容第三节苏宁云商农村电商物流布局一、全覆盖网络平台布局（1）县级直营店（2）乡镇加盟店（3）村级代理员二、农村电商物流建设（1）“正向”布局（2）“逆向”布局 第十一章农村电商所属行业赢利水平分析第一节成本分析一、农村电商原材料价格走势二、农村电商行业人工成本分析第二节产销运存分析一、农村电商行业产销情况二、农村电商行业库存情况三、农村电商行业资金周转情况第三节盈利水平分析一、农村电商所属行业价格走势二、农村电商所属行业营业收入情况三、农村电商所属行业毛利率情况四、农村电商所属行业赢利能力五、农村电商所属行业赢利水平六、2022-2028年农村电商行业赢利预测 第十二章农村电商所属行业盈利能力分析第一节中国农村电商所属行业利润总额分析一、利润总额分析二、不同规模企业利润总额比较分析三、不同所有制企业利润总额比较分析第二节中国农村电商所属行业销售利润率一、销售利润率分析二、不同规模企业销售利润率比较分析三、不同所有制企业销售利润率比较分析第三节中国农村电商所属行业总资产利润率分析一、总资产利润率分析二、不同规模企业总资产利润率比较分析三、不同所有制企业总资产利润率比较分析第四节中国农村电商所属行业产值利税率分析一、产值利税率分析二、不同规模企业产值利税率比较分析三、不同所有制企业产值利税率比较分析 第十三章农村电商行业重点企业

业发展调研第一节辉丰股份一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第二节智慧农业一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第三节大北农一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第四节诺普信一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第五节吉峰农机一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第六节新都化工一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第七节新希望一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第八节金正大一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第九节华英农业一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第十节史丹利一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第十四章农村电商行业投资前景研究分析第一节行业发展特征一、行业的周期性二、行业的区域性三、行业的上下游四、行业经营模式第二节行业投资形势分析一、行业发展格局二、行业进入壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析第三节农村电商行业投资效益分析一、农村电商行业投资状况二、农村电商行业投资效益三、2022-2028年农村电商行业投资方向四、2022-2028年农村电商行业投资建议第四节农村电商行业投资前景研究研究第十五章农村电商行业投资前景预警第一节影响农村电商行业发展的主要因素一、影响农村电商行业运行的有利因素二、影响农村电商行业运行的稳定因素三、影响农村电商行业运行的不利因素四、我国农村电商行业发展面临的挑战五、我国农村电商行业发展面临的机遇第二节农村电商行业投资前景预警一、2022-2028年农村电商行业市场风险预测二、2022-2028年农村电商行业政策风险预测三、2022-2028年农村电商行业经营风险预测四、2022-2028年农村电商行业技术风险预测五、2022-2028年农村电商行业竞争风险预测六、2022-2028年农村电商行业其他风险预测第十六章农村电商行业发展趋势分析第一节2022-2028年中国农村电商市场趋势分析一、我国农村电商市场趋势总结“互联网+”农业的基础就是通过互联网的通信技术和信息处理程序，把曾经单纯依靠“线下”生产经营的农业转移到“线上”来。农村电子商务平台的实体终端，为服务“三农”提供了很大帮助，有效地推动了“三农”的发展。以我省吕梁市为例，农村电商的发展现状如下：1 相关设施日趋完善有关数据显示，4G网络以及互联网光纤已经覆盖了吕梁市13个县（市、区），网络使用费用已大幅下降；智能设备，如智能手机、电脑等智能终端设备已逐渐普及；支付方式，如支付

宝、微信、银行卡等越来越便捷；农村的基础设施不断完善，基本的行政村落都已经完成了道路硬化，交通方式更加便捷；物流体系不断完善，物流网络的覆盖面积不断扩大，随着物流行业的迅速发展，现在各个村镇基本都可以通过物流达到货物流通的目的。

2 经营模式逐渐丰富

目前，吕梁市的经营模式大致可分为以下三种：第一种是农产品加工企业依托现有的电商平台进行网上销售，如淘宝、拼多多、京东、中国扶贫网等已经建设完备的电商平台；第二种是阿里巴巴的线下服务站，阿里巴巴在吕梁市的某些县设立运营中心，在运营中心之下又设立许多的服务站，其中瑶圃片区天猫优品服务站就是一个典型的例子；第三种是企业通过自己建立的电商平台进行网上销售，但是这种模式相对较少。

3 政府态度愈加重视

为了推动电子商务的蓬勃发展，从2016年开始政府就提出了各种政策，例如，市电商运营中心的建设、给予有关企业相应的资金补贴、积极组织并开展农村电子商务的相关培训，培训内容包括电商网站的基本操作、产品的推广方式等。除此之外，对于阿里巴巴的线下服务站，当地政府提供免费的经营场所，并免除水电费。

4 产品多为当地特产

无论是第三方电子商务平台还是线下服务站或是自有电子商务平台，其销售的产品品种主要是核桃、小米、沙棘汁、红枣等当地的特色产品以及其深加工产品，“三农”服务的产销发展以及农业生产生活用品的购买仍比较滞后。

5 用户认可逐步提高

目前来看，大多数企业认为电子商务平台不仅是企业产品的一个重要销售途径，还是一个很好的宣传平台，能够有效地推动产品的线上以及线下销售。越来越多的企业通过电子商务平台将销售范围不断扩大，实现销售金额不断增加的目标。例如，吕梁野山坡食品有限责任公司生产的沙棘汁通过电子商务平台，其销售范围已经由原先的山西、北京等北方城市不断扩大到广东、湖南等南方地区，已经得到了越来越多地区的认可。因此，越来越多的农户希望利用电子商务平台，解决自产农产品价格低、销售难等问题。

6 经济效益逐年提升

大部分企业在开通电商平台之后，其销售数量、销售金额都呈现逐年上升的趋势。参与人数逐渐增加、产品种类日趋丰富、经营能力逐步提升。在第三届中国农村电子商务大会中，中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛指出，农村电商在全国大面积普及的同时，已经开始触碰到了一些发展瓶颈，走到了一个历史转折点。在这个时间点之后，农村电商即将告别野蛮生长时代，逐步走向转型发展的新阶段。

二、2022-2028年我国农村电商发展趋势分析

第二节2022-2028年农村电商发展趋势分析

一、2022-2028年农村电商技术趋势分析

二、2022-2028年农村电商价格趋势分析

第三节2022-2028年中国农村电商行业供需预测

一、2022-2028年中国农村电商供给预测

二、2022-2028年中国农村电商需求预测

三、2022-2028年中国农村电商价格预测

第四节2022-2028年农村电商行业规划建议

一、2022-2028年农村电商行业整体规划

二、2022-2028年农村电商行业发展预测

三、2022-2028年农村电商行业规划建议

第十七章农村电商企业管理策略建议

(一)第一节市场策略分析

一、农村电商价格策略分析

二、农村电商渠道策略分析

第二节销售策略分

析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第三节提高农村电商企业竞争力的策略一、提高中国农村电商企业核心竞争力的对策二、农村电商企业提升竞争力的主要方向三、影响农村电商企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高农村电商企业竞争力的策略第四节对我国农村电商品牌的战略思考一、农村电商实施品牌战略的意义二、农村电商企业品牌的现状分析三、我国农村电商企业的品牌战略四、农村电商品牌战略管理的策略第五节建议() 图表目录：图表：农村电商产业链分析图表：国际农村电商市场规模图表：国际农村电商生命周期图表：中国GDP增长情况图表：中国CPI增长情况图表：中国人口数及其构成图表：中国工业增加值及其增长速度图表：中国城镇居民可支配收入情况图表：2015-2019年我国农村电商供应情况图表：2015-2019年我国农村电商需求情况图表：2022-2028年中国农村电商市场规模预测图表：2022-2028年我国农村电商供应情况预测图表：2022-2028年我国农村电商需求情况预测图表：2015-2019年我国农村电商市场规模统计表图表：2022-2028年中国农村电商行业市场规模预测图表：2022-2028年中国农村电商行业资产规模预测图表：2022-2028年中国农村电商行业利润合计预测图表：2022-2028年中国农村电商行业盈利能力预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255061.html>