

2025-2031年中国农村电商 行业发展态势与市场调查预测报告

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

《2025-2031年中国农村电商行业发展态势与市场调查预测报告》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/202503/479809.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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国农村电商行业发展态势与市场调查预测报告》共十二章。首先介绍了农村电商的基本概念及中国农村电商的发展环境，接着对中国农村电商的发展进行了总体分析。然后报告从农村电商的发展模式、细分市场、农村电商物流等角度全面解析了中国农村电商市场情况，并对农村电商的区域发展、重点企业及农村电商扶贫领先平台进行了细致介绍。随后，本报告对农村电商市场的投资机会及发展前景进行了科学的分析及预测。最后，本报告对中国农村电商市场的政策进行了深入解读。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、工信部、农业部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对农村电商市场有个系统深入的了解、或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 农村电商概念界定及战略意义

1.1 农村电商定义及分类

1.1.1 定义介绍

1.1.2 内涵解析

1.1.3 服务范畴

1.2 农村电商项目类型

1.2.1 以卖农产品为主

1.2.2 向农村卖商品为主

1.2.3 向农村出售服务为主

1.2.4 从事农村物流、冷链运输项目

1.2.5 以农村资源汇集为主

1.3 农村电商发展的战略意义

1.3.1 解决“三农”问题

1.3.2 推动我国新农村建设

1.3.3 促进传统农业发展

1.3.4 促进地方经济发展

1.3.5 促进我国“包容性增长”

第二章 2020-2024年中国农村电商发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国民经济整体概况

2.1.2 农村经济发展现状

2.1.3 农村改革推进情况

2.1.4 农村经济发展趋势

2.2 社会环境

2.2.1 农村人口规模统计

2.2.2 农村居民收入水平

2.2.3 农村居民消费水平

2.2.4 农村互联网普及率

2.2.5 农村网民规模分析

2.3 配套设施环境

2.3.1 农村基础设施建设状况

2.3.2 农村基础设施建设趋势

2.3.3 农村宽带网络覆盖情况

2.4 技术环境

2.4.1 网络技术

2.4.2 Web浏览技术

2.4.3 安全技术

2.4.4 数据库技术

2.4.5 电子支付技术

2.4.6 大数据

第三章 2020-2024年中国农村电商行业深度分析

3.1 中国农村电商行业发展动因

3.1.1 背景分析

3.1.2 始动因素

3.1.3 基础因素

3.1.4 竞争因素

3.2 中国农村电商行业发展综述

3.2.1 产业链分析

3.2.2 行业发展形势

3.2.3 行业发展阶段

3.2.4 农商互联进程

3.3 2020-2024年中国农村电商行业运行现状

3.3.1 农村网络零售规模分析

3.3.2 农村电商平台发展规模

3.3.3 农村电商服务站建设状况

3.3.4 农村电商区域发展状况

3.4 新兴技术在农村电商领域的应用状况

3.4.1 智慧物流

3.4.2 智能货柜

3.4.3 智能农业

3.5 中国农村电商发展存在的问题分析

3.5.1 农产品上行体系不完善

3.5.2 电商服务站建设需提升

3.5.3 农村电商人才缺口增大

3.5.4 农村电商生态体系脆弱

第四章 2020-2024年中国农村电商发展模式分析

4.1 中国农村电商集群发展模式分析

4.1.1 “综合服务商+网商+传统产业”模式

4.1.2 “区域电商服务中心+青年网商”模式

4.1.3 “生产方+电商公司”模式

4.1.4 “集散地+电子商务”模式

4.1.5 “农产品供应商+联盟+采购企业”模式

4.1.6 “专业市场+电子商务”模式

4.2 中国农村电商扶贫发展模式分析

4.2.1 沙集模式

4.2.2 砀山模式

4.2.3 陇南模式

4.2.4 青川模式

4.2.5 武功模式

4.2.6 通榆模式

4.2.7 比较分析

4.3 农业电商主要商业模式发展分析

4.3.1 专业农产品交易模式

4.3.2 生鲜农产品供应链模式

4.3.3 农村电商O2O模式

第五章 2020-2024年中国农村电商细分市场发展分析

5.1 农产品电商

5.1.1 市场规模分析

5.1.2 市场运行现状

5.1.3 发展运行特征

5.1.4 市场发展态势

5.1.5 结构体系分析

5.1.6 未来发展趋势

5.2 农资电商

5.2.1 企业布局状况

5.2.2 运营模式分析

5.2.3 市场发展潜力

5.2.4 未来发展趋势

5.3 其他细分市场

5.3.1 农村日用品电商

5.3.2 农村生活服务电商

5.3.3 再生资源电商

5.3.4 扶贫电商

第六章 2020-2024年农村电商物流行业发展分析

6.1 电商物流行业发展分析

6.1.1 电商物流运行情况

6.1.2 电商物流发展困境

6.1.3 电商物流发展规划

6.1.4 电商物流发展展望

6.2 2020-2024年农村电商物流发展状况

6.2.1 发展必要性分析

6.2.2 农村电商物流指数

6.2.3 农村物流企业布局

6.2.4 农村快递业务状况

6.3 农村电商物流配送模式分析

- 6.3.1 传统配送模式分析
- 6.3.2 现代物流配送模式
- 6.3.3 农村快递派送模式
- 6.3.4 物流模式发展瓶颈
- 6.3.5 物流创新模式分析
- 6.4 中国农村电商物流发展存在的问题
 - 6.4.1 农村物流基础设施薄弱
 - 6.4.2 农村物流市场主体不匹配
 - 6.4.3 电商物流配送体系不健全
 - 6.4.4 物流信息化标准化程度低
 - 6.4.5 农村电商物流专业人才缺乏
- 6.5 中国农村电商物流发展路径探析
 - 6.5.1 完善物流基础设施
 - 6.5.2 打造三级物流体系
 - 6.5.3 提升信息技术水平
 - 6.5.4 加强电商人才培养
 - 6.5.5 构建物流双向渠道

第七章 2020-2024年农村电商市场部分省市发展分析

- 7.1 安徽省
 - 7.1.1 市场发展现状
 - 7.1.2 示范县建设状况
 - 7.1.3 政企合作状况
 - 7.1.4 相关政策解读
 - 7.1.5 市场发展规划
- 7.2 湖北省
 - 7.2.1 市场发展现状
 - 7.2.2 市场发展困境
 - 7.2.3 市场发展建议
 - 7.2.4 相关政策解读
- 7.3 江西省
 - 7.3.1 市场发展现状
 - 7.3.2 试点建设状况

- 7.3.3 市场发展困境
- 7.3.4 市场发展建议
- 7.3.5 相关政策解读
- 7.3.6 市场发展规划
- 7.4 山西省
 - 7.4.1 市场发展现状
 - 7.4.2 示范县建设状况
 - 7.4.3 市场发展困境
 - 7.4.4 市场发展建议
 - 7.4.5 相关政策解读
- 7.5 福建省
 - 7.5.1 市场发展现状
 - 7.5.2 市场发展成就
 - 7.5.3 相关政策解读
 - 7.5.4 资金扶持措施
- 7.6 其他地区农村电商状况
 - 7.6.1 浙江省
 - 7.6.2 江苏省
 - 7.6.3 湖南省
 - 7.6.4 山东省

第八章 2020-2024年中国农村电商市场主要企业运行情况

- 8.1 北京大北农科技集团股份有限公司
 - 8.1.1 企业发展概况
 - 8.1.2 经营效益分析
 - 8.1.3 业务经营分析
 - 8.1.4 财务状况分析
 - 8.1.5 核心竞争力分析
 - 8.1.6 公司发展战略
 - 8.1.7 未来前景展望
- 8.2 黑龙江北大荒农业股份有限公司
 - 8.2.1 企业发展概况
 - 8.2.2 经营效益分析

- 8.2.3 业务经营分析
- 8.2.4 财务状况分析
- 8.2.5 核心竞争力分析
- 8.2.6 公司发展战略
- 8.2.7 未来前景展望
- 8.3 永辉超市股份有限公司
 - 8.3.1 企业发展概况
 - 8.3.2 经营效益分析
 - 8.3.3 业务经营分析
 - 8.3.4 财务状况分析
 - 8.3.5 核心竞争力分析
 - 8.3.6 公司发展战略
 - 8.3.7 未来前景展望
- 8.4 史丹利农业集团股份有限公司
 - 8.4.1 企业发展概况
 - 8.4.2 经营效益分析
 - 8.4.3 业务经营分析
 - 8.4.4 财务状况分析
 - 8.4.5 核心竞争力分析
 - 8.4.6 公司发展战略
 - 8.4.7 未来前景展望
- 8.5 深圳市农产品股份有限公司
 - 8.5.1 企业发展概况
 - 8.5.2 经营效益分析
 - 8.5.3 业务经营分析
 - 8.5.4 财务状况分析
 - 8.5.5 核心竞争力分析
 - 8.5.6 公司发展战略
 - 8.5.7 未来前景展望
- 8.6 苏宁易购集团股份有限公司
 - 8.6.1 企业发展概况
 - 8.6.2 经营效益分析

- 8.6.3 业务经营分析
- 8.6.4 财务状况分析
- 8.6.5 核心竞争力分析
- 8.6.6 公司发展战略
- 8.6.7 未来前景展望
- 8.7 阿里巴巴网络技术有限公司
 - 8.7.1 企业发展概况
 - 8.7.2 2024年企业经营状况
 - 8.7.3 2024年企业经营状况
 - 8.7.4 2024年企业经营状况
- 8.8 北京京东世纪贸易有限公司
 - 8.8.1 企业发展概况
 - 8.8.2 2024年企业经营状况
 - 8.8.3 2024年企业经营状况
 - 8.8.4 2024年企业经营状况

第九章 2020-2024年中国农村电商扶贫领先平台案例分析

- 9.1 农村淘宝
 - 9.1.1 平台介绍
 - 9.1.2 平台发展现状
 - 9.1.3 网站运营模式
 - 9.1.4 农村电商战略
- 9.2 京东商城
 - 9.2.1 平台介绍
 - 9.2.2 平台发展现状
 - 9.2.3 网站运营模式
 - 9.2.4 农村电商战略
- 9.3 苏宁易购
 - 9.3.1 平台介绍
 - 9.3.2 平台发展现状
 - 9.3.3 运营模式分析
 - 9.3.4 农村电商战略
- 9.4 汇通达

9.4.1 平台介绍

9.4.2 平台发展现状

9.4.3 运营模式分析

9.4.4 农村电商战略

9.5 云集网

9.5.1 平台介绍

9.5.2 平台发展现状

9.5.3 运营模式分析

9.6 拼多多

9.6.1 平台介绍

9.6.2 平台发展现状

9.6.3 运营模式分析

第十章 2020-2024年中国农村电商市场投融资分析

10.1 2020-2024年农村电商市场融资状况分析

10.1.1 融资规模分析

10.1.2 融资轮次分布

10.1.3 融资地域分布

10.1.4 融资问题及对策

10.2 农村电商市场投资机会

10.2.1 投资形势分析

10.2.2 投资空间广阔

10.2.3 行业盈利模式

10.2.4 行业创业机会

10.3 农村电商带来的市场机遇

10.3.1 二三线品牌市场机遇

10.3.2 农产品淘品牌新机遇

10.3.3 电商基础投资新蓝海

10.3.4 扶贫产业发展新契机

10.4 农村电商市场投资风险

10.4.1 经济风险

10.4.2 信用风险

10.4.3 安全风险

10.4.4 技术风险

10.4.5 政策法律风险

10.5 农村电商市场投资策略

10.5.1 投资注意事项

10.5.2 投资思路建议

第十一章 2025-2031年中国农村电商发展趋势及前景预测

11.1 农村电商市场发展前景与空间

11.1.1 农村电商市场潜力

11.1.2 农资电商前景广阔

11.1.3 电商服务业新空间

11.1.4 未来市场增长空间

11.2 中国农村电商市场发展趋势分析

11.2.1 农村电商模式升级

11.2.2 电商扶贫路径多元化

11.2.3 农业产业结构升级

11.2.4 农产品电商发展趋势

11.3 2025-2031年中国农村电商发展前景预测

11.3.1 影响因素分析

11.3.2 2025-2031年中国农村电商市场规模预测

第十二章 中国农村电商发展政策解读

12.1 电子商务领域重点政策解析

12.1.1 网络交易管理办法

12.1.2 电子商务法分析

12.1.3 网络退换货问题新规

12.1.4 电商与物流协同发展

12.1.5 电商失信问题专项治理

12.1.6 “十三五”发展规划

12.2 农村电商扶持政策解析

12.2.1 农村电子商务发展意见分析

12.2.2 政府深入推进农村电商发展

12.2.3 政府支持农村电商建设工作

12.2.4 政府推进网络扶贫实施方案

12.2.5 电子商务进农村综合示范工作

12.3 农村电商物流利好政策解析

12.3.1 “村村直接通邮”规划

12.3.2 农村物流发展指导政策

12.3.3 城乡高效配送行动计划

12.3.4 农产品冷链物流相关政策

12.3.5 促进物流降本增效举措

12.4 农村电商相关保障利好政策解析

12.4.1 乡村振兴战略

12.4.2 “宽带中国”战略

12.4.3 互联网金融相关政策

12.4.4 其他相关利好政策

附录

附录一：中华人民共和国电子商务法

附录二：全国电子商务物流发展专项规划（2020-2024年）

图表目录

图表 2020-2024年国内生产总值及其增长速度

图表 2020-2024年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2020-2024年社会消费品零售总额

图表 2020-2024年货物进出口总额

图表 2024年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2020-2024年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2024年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2024年中国人口数及其构成

图表 2020-2024年中国城乡人口数量对比

图表 2020-2024年年末全国农村贫困人口

图表 2024年农村电商产业链图谱

图表 2020-2024年农村网络零售规模

图表 2024年各区域农村网络零售额

图表 主要电商企业在农村发展情况

图表 2024年中国各省份电子商务发展指数与平均值关系

图表 我国主要农村电商扶贫模式比较

图表 2025-2031年我国农产品网络零售额

图表 2025-2031年中国生鲜电商市场交易规模

图表 2020-2024年我国在线餐饮外卖交易额

图表 2024年生鲜APP排名

图表 多种“新零售”模式进入城市

图表 根据杰弗里·摩尔定律看中国农产品电商生命周期

图表 农产品电商生态链

图表 2020-2024年电商进农村综合示范县及其比例

图表 农产品电商的“金字塔”模式

图表 粮食及其他农产品各种网络零售模式创新

图表 阿里、京东、永辉、苏宁析零售超市计划表

图表 各大农资电商平台情况对比

图表 国家级贫困县电商扶贫专区

图表 扶贫电商企业

图表 邮政物流网络体系

图表 农村淘宝“县 - 村”服务体系示意图

图表 京东县级服务体系示意图

图表 2020-2024年湖北省农产品网上销售额

图表 2020-2024年湖北省农村网购金额

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司营业收入及增速

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司净利润及增速

图表 2024年北京大北农科技集团股份有限公司主营业务分行业

图表 2024年北京大北农科技集团股份有限公司主营业务分地区

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司净资产收益率

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司资产负债率水平

图表 2020-2024年北京大北农科技集团股份有限公司运营能力指标

图表 2020-2024年黑龙江北大荒农业股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2020-2024年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业收入及增速

图表 2020-2024年黑龙江北大荒农业股份有限公司净利润及增速

图表 2024年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分行业

图表 2024年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分地区

图表 2020-2024年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业利润及营业利润率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/479809.html>