

2024-2029年中国互联网+农产品市场调研及投资前景预测报告

报告简介

互联网+与农产品，一个现代一个传统，一个像阳春白雪，一个像下里巴人，本来风马牛不相及，但这两年随着互联网技术对农业的渗透，互联网与农产品逐渐紧密结合起来，从对农业的深度改造开始，到颠覆农业的传统营销模式，再到互联网公司跨界进入农产品生产领域，一场轰轰烈烈的互联网农业盛宴正在上演。

互联网与农业好像离得很远，一个是信息经济的领头羊，一个是人类最古老的传统行业，但是，两者又如此之近，在电商的催化剂之下，互联网农业正在蓬勃兴起。农业生产中两大痛点，即是种不出来，卖不出去，而互联网+正深深地影响着田间地头的农民。在互联网的帮助下，农民最伤神的滞销问题也有了解决的路径，而一亩田恰是站在互联网+农业风口上。

互联网+浪潮几乎席卷了各个行业，正在成为不同领域的产业巨变的催化剂，在农业领域也不例外。互联网能降低生产成本，提高农业经济效益，也同样能帮助农业解决信息不对称的滞销问题，减少农产品市场交易风险和经济损失。当然，更深入的农业互联网来自农业电商。阿里巴巴在上市的时候将西北卖小米的农民电商代表人物推上了敲钟的第一线，而阿里巴巴、京东、苏宁等在各地走马灯一样的农村电商布局争夺战更是愈演愈烈。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+农产品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+农产品发展状况和特点，以及中国互联网+农产品将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对互联网+农产品发展态势作了详细分析，并对互联网+农产品进行了趋向研判，是互联网+农产品经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+生活服务发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 电子商务与农产品行业概况

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 互联网+的相关概述

一、互联网+的提出

二、互联网+的内涵

三、互联网+的发展

四、互联网+的评价

五、互联网+的趋势

第三节 我国传统农产品行业发展分析

一、传统农产品行业发展现状

二、传统农产品行业发展弊端

三、互联网趋势下农产品行业面临的转型

四、农产品行业未来发展趋势

第二章 互联网+环境下农产品行业的机会与挑战

第一节 2019-2023年中国互联网环境分析

一、总体网民规模分析

二、分省网民规模分析

三、手机网民规模分析

四、网民属性结构分析

第二节 互联网+环境下农产品行业的机会与挑战

一、互联网思维的发展

二、互联网时代行业大环境的变化

三、互联网直击传统行业消费痛点

四、互联网助力企业开拓市场

第三节 互联网+农产品行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变传统农产品营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 农产品行业与互联网融合创新机会孕育

- 一、农产品政策变化趋势分析
- 二、互联网+发展趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、互联网黄金发展期机遇分析
- 五、农产品企业与互联网融合发展分析

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年农产品行业发展概况分析

第一节 2019-2023年农产品行业发展现状分析

- 一、2019-2023年农产品行业产业政策分析
- 二、2019-2023年农产品行业发展现状分析
- 三、2019-2023年农产品行业主要企业分析
- 四、2019-2023年农产品行业市场规模分析

第二节 农产品行业市场前景分析

- 一、农产品行业发展机遇分析
- 二、农产品行业市场发展预测
- 三、农产品行业发展前景分析

第四章 2024-2029年农产品行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+农产品市场规模与渗透率

一、互联网+农产品总体开展情况

二、互联网+农产品交易规模分析

三、互联网+农产品渠道渗透率分析

第二节 互联网+农产品行业盈利能力分析

一、互联网+农产品发展有利因素

二、互联网+农产品发展制约因素

三、互联网+农产品行业经营成本分析

四、互联网+农产品行业盈利模式分析

五、互联网+农产品行业盈利水平分析

第三节 2024-2029年互联网+农产品行业未来前景及趋势预测

一、2024-2029年互联网+农产品行业市场空间测算

二、2024-2029年互联网+农产品市场规模预测分析

三、2024-2029年互联网+农产品发展趋势预测分析

第五章 农产品行业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 农产品行业转型电商构建分析

一、互联网+农产品关键环节分析

1、产品采购与组织

2、平台网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、网站增值服务

二、农产品企业电子商务网站构建

1、网站域名申请

2、网站运行模式

3、网站开发规划

4、网站需求规划

第二节 农产品行业转型电商发展途径

一、O2O发展模式

二、与第三方平台合作模式

第三节 农产品行业转型电商平台选择分析

一、农产品行业电商建设模式

二、借助第三方网购平台

1、第三方平台的优劣势

2、第三方平台盈利模式

三、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

四、农产品企业电商平台选择策略

第六章 互联网+农产品运营模式分析

第一节 互联网+农产品O2O模式分析

第二节 互联网+农产品O2O市场概况

第三节 互联网+农产品O2O模式

第四节 互联网+农产品O2O发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第七章 农产品主流网站平台分析

第一节 淘宝网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第二节 京东网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第三节 一亩田

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第四节 农卖网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第五节 e万家

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第六节 1号店

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第七节 村村通商城

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网农产品的应用

四、互联网农产品的发展战略

第八节 中国农产品网

一、互联网租车发展历史

二、互联网组车发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第九节 中国特色农产网

一、互联网租车发展历史

二、互联网组车发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第十节 中国惠农网

一、互联网租车发展历史

二、互联网组车发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第四部分 行业投资分析

第八章 农产品行业进入互联网领域投资策略分析

第一节 互联网+农产品平台市场投资要素

一、市场发展阶段的认知分析

二、政策走向分析

三、投资策略分析

四、投资前景分析

第二节 互联网+农产品投资分析

一、农产品企业电商自建平台分析

1、自建平台的优势分析

2、自建平台的负面影响

二、农产品行业与电商企业合作分析

三、互联网+农产品市场策略分析

第九章 2024-2029年互联网+农产品行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+农产品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+农产品行业投资现状分析

1、互联网+农产品产业投资经历的阶段

2、2019-2023年互联网+农产品行业投资状况回顾

3、2019-2023年中国互联网+农产品行业风险投资状况

4、2024-2029年我国互联网+农产品行业的投资态势

第二节 2024-2029年互联网+农产品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+农产品行业投资机遇

第三节 2024-2029年互联网+农产品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+农产品行业投资建议

一、互联网+农产品行业未来发展方向

二、互联网+农产品行业主要投资建议

三、中国互联网+农产品企业融资分析

1、中国互联网+农产品企业IP公融资分析

2、中国互联网+农产品企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十章 2024-2029年互联网+农产品行业发展对策

第一节 2019-2023年互联网+农产品行业面临的困境

一、互联网+发展制约因素

二、传统农产品行业面临困境

第二节 互联网+农产品企业发展前景

一、互联网+农产品企业面临的困境

二、国内互联网+农产品企业的出路分析

第三节 中国互联网+农产品行业的发展对策

一、中国互联网+发展对策

二、互联网+农产品行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第十一章 互联网+农产品行业发展战略研究

第一节 互联网+农产品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+农产品品牌的战略思考

- 一、互联网+农产品品牌的重要性
- 二、互联网+农产品实施品牌战略的意义
- 三、互联网+农产品企业品牌的现状分析

四、我国互联网+农产品企业的品牌战略

五、互联网+农产品品牌战略管理的策略

第三节 互联网+农产品经营策略分析

一、互联网+农产品市场细分策略

二、互联网+农产品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+农产品新产品差异化战略

第四节 互联网+农产品行业投资战略研究

一、2019-2023年互联网+农产品行业投资战略

二、2024-2029年互联网+农产品行业投资战略

图表目录

图表：互联网+农产品行业生命周期

图表：互联网+农产品行业产业链结构

图表：2019-2023年中国农产品行业市场增长情况

图表：2019-2023年中国农产品行业市场规模

图表：2019-2023年互联网+农产品行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国互联网+农产品市场占销售比例

图表：2019-2023年农产品行业销售收入

图表：2019-2023年农产品行业利润总额

图表：2019-2023年农产品行业资产总计

图表：2019-2023年农产品行业负债总计

图表：2019-2023年农产品行业竞争力分析

图表：2019-2023年互联网+农产品市场价格走势

图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速

图表：2019-2023年我国农产品企业数量及同比增速

图表：2019-2023年我国农产品企业销售网点分析

图表：2019-2023年我国农产品商务规模及同比增速

图表：2019-2023年我国电子商务网民数量增加情况

图表：2019-2023年淘宝网农产品销售规模

图表：2019-2023年京东网农产品销售规模

图表：2019-2023年一亩田市场规模

图表：2019-2023年中国惠农网市场规模

图表：2019-2023年互联网+农产品市场规模及同比增速

图表：2019-2023年中国互联网+农产品交易规模及同比增速

图表：2024-2029年国内互联网+农产品市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170106/8905.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)